



Guía docente

| Datos Identificativos | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|----------|
| | | | 2016/17 | |
| Asignatura (*) | Sociología de los Mercados | Código | 615518001 | |
| Titulación | Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados | | | |
| Descriptorios | | | | |
| Ciclo | Periodo | Curso | Tipo | Créditos |
| Máster Oficial | 1º cuatrimestre | Primero | Obligatoria | 3 |
| Idioma | Castellano | | | |
| Modalidad docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Socioloxía e Ciencia Política da Administración | | | |
| Coordinador/a | Rodríguez Rodríguez, María del Carmen | Correo electrónico | carmen.rodriguez2@udc.es | |
| Profesorado | Rodríguez Rodríguez, María del Carmen | Correo electrónico | carmen.rodriguez2@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descripción general | Esta asignatura tratará de aproximarse al concepto de mercado desde un punto de vista sociológico, reflexivo y crítico. | | | |

Competencias / Resultados del título

| Código | Competencias / Resultados del título |
|--------|--|
| A1 | Dominar en un nivel de postgrado los conocimientos, las herramientas y los procedimientos de la investigación social y de mercados aplicándolos a la solución de problemas y necesidades |
| A3 | Ser capaz de diseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio en el uso de técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa |
| A5 | Tener capacidad para identificar, en un nivel de postgrado, la relevancia de los distintos factores relacionados con los entornos sociales, los mercados y los consumidores que deben ser tenidos en cuenta en la investigación |
| A6 | Análisis crítico de las sociedades de consumo actuales que permita conocer la estructuración y el significado social del consumo |
| A10 | Ser capaz de redactar, presentar y defender documentos e informes de investigación social y de mercados |
| A11 | Conocer, en un nivel avanzado, los mercados y los consumidores, apreciando la diversidad de sus enfoques |
| B2 | Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio |
| B3 | Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios |
| B4 | Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades |
| B5 | Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo |
| B6 | Ser capaz de buscar, gestionar, analizar y sintetizar la información, seleccionando aquella que resulta pertinente para la toma de decisiones |
| B7 | Tener capacidad creativa, proactiva y emprendedora |
| B10 | Ser capaz de trabajar en equipo eficaz y eficientemente |
| B11 | Ser capaz de asumir responsabilidades tanto individuales como colectivas en la tarea investigadora o profesional |

Resultados de aprendizaje

| Resultados de aprendizaje | Competencias / Resultados del título | | |
|---|--------------------------------------|-----|--|
| Explicar sociológicamente los mercados, su dimensión como institución social e histórica y las relaciones e influencias que mantienen con el sector público y el Tercer Sector. | AM5 | BM3 | |
| | AM11 | | |
| Analizar de una forma crítica los conceptos que sobre el mercado desarrollan varios autores. | AM1 | BM5 | |
| | AM6 | BM6 | |
| | | BM7 | |



| | | | |
|--|--------------------|----------------------------|--|
| Aplicar los conocimientos sociológicos relativos al mercado para dimensionar y justificar un objeto de estudio de investigación social y/o de mercados. | AM3 AM5 AM10 | BM6 | |
| Ser capaces de expresar oralmente y por escrito las reflexiones y conclusiones obtenidas a partir de las lecturas, las prácticas en clase y los debates realizados en el aula. | AM10 | BM2 BM4 BM10 BM11 | |

| Contenidos | |
|---------------------------------------|--|
| Tema | Subtema |
| 1. El mercado como institución social | 1.1. Aproximación sociológica al concepto de mercado |
| 2. Los mercados en la Historia | 2.1. K. Polanyi y la ruptura de la ortodoxia |
| 3. Mercado, Estado y Tercer Sector | 3.1. Repensar el papel del mercado |

| Planificación | | | | |
|------------------------|---|---|------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas trabajo autónomo | Horas totales |
| Trabajos tutelados | A1 A3 A6 A10 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | 4 | 37 | 41 |
| Lecturas | A1 A5 A6 A11 B3 B6 | 0 | 26 | 26 |
| Sesión magistral | A5 A6 A11 | 4 | 0 | 4 |
| Atención personalizada | | 4 | 0 | 4 |

(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías | |
|--------------------|--|
| Metodologías | Descripción |
| Trabajos tutelados | Trabajos elaborados por el alumno. |
| Lecturas | Selección de lecturas sobre las que se trabajará de forma reflexiva. |
| Sesión magistral | Clase expositiva en la que se valorará la participación activa del alumno. |

| Atención personalizada | |
|------------------------|---|
| Metodologías | Descripción |
| Sesión magistral | La asistencia a la clase magistral es obligatoria (si no se puede asistir hay que ponerse en contacto con la profesora). El |
| Trabajos tutelados | seguimiento del curso se realizará a través de tutorías. |
| Lecturas | Se utilizarán moodle, las tutorías y el correo de forma activa para realizar el seguimiento de la asignatura. |

| Evaluación | | | |
|--------------------|---|---|--------------|
| Metodologías | Competencias / Resultados | Descripción | Calificación |
| Sesión magistral | A5 A6 A11 | La asistencia y la participación en clase se tendrá en cuenta. | 10 |
| Trabajos tutelados | A1 A3 A6 A10 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | Se realizarán varios trabajos a lo largo del curso (comentarios de texto, de vídeos, análisis de noticias...) y se entregarán en las fechas estipuladas por la profesora. | 60 |
| Lecturas | A1 A5 A6 A11 B3 B6 | Se realizará un comentario sobre una serie de lecturas propuestas durante el curso que tendrá que entregarse al final de éste. | 30 |



Observaciones evaluación

A asistencia á clase maxistral é obrigatoria (se non se pode asistir hai que porse en contacto coa profesora).

Fuentes de información

| | |
|-----------------------|--|
| Básica | <ul style="list-style-type: none">- Berger, P. y Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu- Mingione, E. (1994). Las sociedades fragmentadas. Una sociología de la vida económica más allá del paradigma del mercado. Madrid: Centro de publicaciones, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social- Polanyi, K. (2009). El sustento del hombre. Madrid: Capitán Swing- Polanyi, K. (2003). La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo. México: FCE- Polanyi, K. (2014). Los límites del mercado: reflexiones sobre economía, antropología y democracia. Madrid: Capitán Swing- Powell, W. y DiMaggio, P. (1999). El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional. México: Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública- Prieto, C. (1996). "K. Polanyi: crítica del mercado, crítica de la economía", Política y Sociedad, nº 21, 23-34. |
| Complementaria | |

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías