



Teaching Guide

| Identifying Data | | | | | 2017/18 |
|--------------------------|--|--------|--------------------------|---------|---------|
| Subject (*) | Sociology of Markets | Code | 615518001 | | |
| Study programme | Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados | | | | |
| Descriptors | | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits | |
| Official Master's Degree | 1st four-month period | First | Obligatoria | 3 | |
| Language | Spanish | | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | | |
| Prerequisites | | | | | |
| Department | Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinador | Rodríguez Rodríguez, María del Carmen | E-mail | carmen.rodriguez2@udc.es | | |
| Lecturers | Rodríguez Rodríguez, María del Carmen | E-mail | carmen.rodriguez2@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| General description | Esta materia tratará de aproximarse ao concepto de mercado desde un punto de vista sociolóxico, reflexivo e crítico. Para iso estudarase o mercado como institución social, os mercados desde una perspectiva histórica e a interrelación entre Mercado, Estado e Terceiro Sector. | | | | |

Study programme competences / results

| Code | Study programme competences / results |
|------|---|
| A1 | Dominar nun nivel de postgrado os coñecementos, as ferramentas e os procedementos da investigación social e de mercados aplicándoos á solución de problemas e necesidades |
| A3 | Ser quen de deseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio no uso de técnicas de investigación cuantitativas e/ou cualitativas |
| A5 | Ter capacidade para identificar, nun nivel de postgrado, a relevancia dos distintos factores relacionados cos contornos sociais, os mercados e os consumidores que deben ser tidos en conta na investigación |
| A6 | Análisis crítico das sociedades de consumo actuais que permita coñecer a estruturación e o significado social do consumo |
| A10 | Ser quen de redactar, presentar e defender documentos e informes de investigación social e de mercados |
| A11 | Coñecer, nun nivel avanzado, os mercados e os consumidores, apreciando a diversidade dos seus enfoques |
| B2 | Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (o multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo |
| B3 | Que os estudantes sexan quen de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partires de unha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vencelladas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos |
| B4 | Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüedades |
| B5 | Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que haberá de ser en gran medida autodirixido ou autónomo |
| B6 | Ser quen de buscar, xestionar, analizar e sintetizar a información, seleccionando aquela que resulta pertinente para a toma de decisións |
| B7 | Ter capacidade creativa, proactiva e emprendedora |
| B10 | Ser quen de traballar en equipo eficaz e eficientemente |
| B11 | Ser quen de asumir responsabilidades tanto individuais como colectivas na tarefa investigadora ou profesional |

Learning outcomes

| Learning outcomes | Study programme competences / results | | |
|---|---------------------------------------|-----|--|
| Explicar sociolóxicamente os mercados, a súa dimensión como institución social e histórica e as relacións e influencias que manteñen co sector público e o Terceiro Sector. | AC5 AC11 | BC3 | |



| | | |
|---|--------------------|----------------------------|
| Analizar dunha forma crítica os conceptos que sobre o mercado desenvolven varios autores. | AC1 AC6 | BC5 BC6 BC7 |
| Aplicar os coñecementos sociolóxicos relativos ao mercado para dimensionar e xustificar un obxecto de estudo de investigación social e/ou de mercados. | AC3 AC5 AC10 | BC6 |
| Ser capaces de expresar oralmente e por escrito as reflexións e conclusións obtidas a partir das lecturas, as prácticas en clase e os debates realizados na aula. | AC10 | BC2 BC4 BC10 BC11 |

| Contents | |
|--------------------------------------|--|
| Topic | Sub-topic |
| 1. O mercado como institución social | 1.1. Aproximación sociolóxica ao concepto de mercado |
| 2. Os mercados na Historia | 2.1. K. Polanyi e a ruptura da ortodoxia |
| 3. Mercado, Estado e Terceiro Sector | 3.1. Repensar o papel do mercado |

| Planning | | | | |
|--------------------------------|---|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Supervised projects | A1 A3 A6 A10 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | 4 | 37 | 41 |
| Workbook | A1 A5 A6 A11 B3 B6 | 0 | 26 | 26 |
| Guest lecture / keynote speech | A5 A6 A11 | 4 | 0 | 4 |
| Personalized attention | | 4 | 0 | 4 |

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

| Methodologies | |
|--------------------------------|---|
| Methodologies | Description |
| Supervised projects | Traballos elaborados polo alumno. |
| Workbook | Selección de lecturas sobre as que se traballará de forma reflexiva. |
| Guest lecture / keynote speech | Clase expositiva na que se valorará a participación activa do alumno. |

| Personalized attention | |
|---|--|
| Methodologies | Description |
| Guest lecture / keynote speech Supervised projects Workbook | A asistencia á sesión de clase maxistral é obrigatoria (se non se pode asistir hai que porse en contacto coa profesora). O seguimento do curso realizarase a través de tutorías. Ao principio do cuatrimestre, comunicarase o lugar e horario das tutorías presenciais. Para as tutorías non presenciais, utilizaranse Moodle e o correo de forma activa para realizar o seguimento da materia. Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica acordarase a principio de curso un calendario específico de tutorías compatible coa súa dedicación. |

| Assessment |
|------------|
|------------|



| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
|--------------------------------|--|--|---------------|
| Guest lecture / keynote speech | A5 A6 A11 | A asistencia e a participación en clase e nas tutorías terase en conta. | 10 |
| Supervised projects | A1 A3 A6 A10 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B10 B11 | Realizaranse varios traballos ao longo do curso (comentarios de texto, de vídeos, análise de noticias...) e entregaranse nas datas estipuladas pola profesora. | 60 |
| Workbook | A1 A5 A6 A11 B3 B6 | Realizarase un comentario sobre unha serie de lecturas propostas durante o curso que terá que entregarse ao final deste. | 30 |

Assessment comments

A avaliación continua consistirá na realización de traballos tutelados ao longo do curso (que supoñerán un 60% da nota), dun ensaio sobre varias lecturas (que valerá un 30% da nota) e a asistencia e participación (que supoñerán un 10% da nota final). A asistencia á clase maxistral é obrigatoria (se non se pode asistir hai que porse en contacto coa profesora).

Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica acordarase a principio de curso un calendario específico de tutorías e de prazos de entrega dos traballos tutelados (70% da nota) e das lecturas (30% da nota final) compatible coa súa dedicación.

A avaliación en segunda oportunidade consistirá na realización dun traballo sobre toda a materia ou, si a avaliación foi continua, a recuperación das probas non superadas durante o curso.

A primeira opción supoñerá un 100% da nota, a segunda supoñerá a parte correspondente da nota da proba recuperada (gardaranse as notas das probas superadas durante o curso). As instrucións sobre a súa elaboración serán proporcionadas pola profesora nunha tutoría.

Sources of information

| | |
|----------------------|--|
| Basic | <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. |
| Complementary | |

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments



(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.