



Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
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	Optional	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
A2	Aplicar os procesos e protocolos de captación de información necesarios para observar e analizar de forma correcta e propia dun nivel avanzado o comportamento dos usuarios ou consumidores
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
B8	Ser quen de integrar as NTICs (Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacions) na tarefa profesional e/ou investigadora
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
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma de Galicia
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C6	Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse



C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade

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.	AC2 AC5 AC11	BC3 BC8	CC5 CC6 CC7
Analizar dunha forma crítica os conceptos que sobre o mercado desenvolven varios autores.	AC1 AC6	BC5 BC6 BC7	CC4 CC8
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	CC1

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
Objective test	A1 A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B11 C1 C4 C5 C6 C7 C8	1	0	1
Personalized attention		0	0	0

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

Methodologies	
Methodologies	Description
Objective test	

Personalized attention	
Methodologies	Description
Objective test	

Assessment
------------



Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Objective test	A1 A2 A3 A5 A6 A10 A11 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B11 C1 C4 C5 C6 C7 C8		100

#### Assessment comments

--

#### Sources of information

<b>Basic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berger, P. y Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu</li> <li>- 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</li> <li>- Polanyi, K. (2009). El sustento del hombre. Madrid: Capitán Swing</li> <li>- Polanyi, K. (2003). La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo. México: FCE</li> <li>- Polanyi, K. (2014). Los límites del mercado: reflexiones sobre economía, antropología y democracia. Madrid: Capitán Swing</li> <li>- Powell, W. y DiMaggio, P. (1999). El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional. México: Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública</li> <li>- Prieto, C. (1996). "K. Polanyi: crítica del mercado, crítica de la economía";, Política y Sociedad, nº 21, 23-34.</li> </ul>
<b>Complementary</b>	

#### 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.