



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Socioloxía do Consumo		Código	660G01044
Titulación	Grao en Relacións Laborais e Recursos Humanos (Coruña)			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Optativa	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Non presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinación	Romani de Gabriel, María	Correo electrónico	maria.romani@udc.es	
Profesorado	Romani de Gabriel, María	Correo electrónico	maria.romani@udc.es	
Web	http://www.erlac.es/			
Descrición xeral	Proporcionar as bases teóricas do coñecemento actual sobre as tendencias do consumo, a súa influencia sobre o individuo polos medios de comunicación e sobre a defensa dos dereitos do consumidor.			
Plan de continxencia	<p>MODIFICACIONES NOS CONTIDOS Non se realizarán cambios</p> <p>METODOLOXÍAS No se realizarán cambios.</p> <p>No caso de transferir todas as sesións a virtual, utilizaranse as ferramentas Moodle e Teams.</p> <p>MECANISMOS DE ATENCIÓN PERSONALIZADA AO ALUMNADO Realizase para lecturas críticas, comentarios e traballos supervisados e contido teórico que guíe a cada alumno sobre o traballo que debe facer, como facelo e as fontes de información a empregar. O estudante solicitará por correo electrónico a hora de realizar o titora, que se realizará coa ferramenta Teams.</p> <p>Correo eletrónico: diariamente. De uso pra facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas. Os horarios de titoría empregaranse preferentemente para resolver todas esas consultas e realizar reunións virtuais cos estudantes</p> <p>Moodle: diariamente. Empregaranse, entre outras, as diferentes ferramentas dispoñibles como entrega de tarefas, foros e chat.</p> <p>Teams: farase unha sesión grupal semanal para avanzar nos contidos teóricos e prácticos no tempo asignado para a materia segundo o calendario escolar. A petición dos estudantes, realizaranse conexións para aclarar dúbidas, tanto prácticas como teóricas, preferiblemente nas horas que, segundo o calendario, estean programadas titorías. Esta dinámica permite un seguimento normalizado e axustado das necesidades de aprendizaxe dos estudantes para desenvolver os contidos da materia.</p> <p>MODIFICACIÓNS NA EVALUACIÓN No se realizarán cambios.</p> <p>MODIFICACIÓNS DA BIBLIOGRAFÍA OU WEBGRAFÍA No se realizarán cambios.</p>			



Competencias do título

Código	Competencias do título
A18	Interpretar datos e indicadores socioeconómicos.
A35	Análise crítico das decisións emanadas dos axentes que participan nas relacións laborais.
B2	Capacidade de análise e síntese.
B8	Razoamento crítico.
B14	Aprendizaxe autónomo.
B15	Creatividade.
B17	Sensibilidade cara a temas medioambientais.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
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.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.

Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
			C1
			C4
			C6
		B2	
		B8	
		B14	
		B15	
		B17	
	A18		
	A35		

Contidos

Temas	Subtemas
TEMA 1. INICIOS E DESENVOLVEMENTO DA SOCIEDADE DE CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> - Do capitalismo de produción ao capitalismo de consumo - Os inicios da sociedade de consumo en España: do modelo prefordista ao modelo fordista
TEMA 2. A SOBERANIA DO CONSUMIDOR E As MOTIVACIONES CULTURAIS DO CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> - A soberanía do consumidor - As motivacións culturais do consumo - Necesidades e desexos
TEMA 3. MODELOS DE CONSUMO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	<ul style="list-style-type: none"> - Da produción de bens á produción de marcas - Consumo de marcas e consumo de baixo custo - A influencia no traballo dos novos modelos de consumo: a degradación do traballo
TEMA 4. PUBLICIDADE, MEDIOS DE COMUNICACIÓN E CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> - A concentración crecente dos medios - Mercantilización dos medios - Características da información
TEMA 5. MOVEMENTOS DE CONSUMIDORES E CONSUMO CRÍTICO	<ul style="list-style-type: none"> - Os movementos de consumidores no mundo - O movemento de consumidores en España - Consumo crítico - Comercio xusto



TEMA 6. O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> - O comportamento do consumidor actual - Sostenibilidade e responsabilidade social das organizacións
--	---

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Obradoiro	A35 A18 B2 B8 B14 B15 B17 C1 C4	15	39	54
Sesión maxistral	B2 B14 B17 C1 C6	15	15	30
Traballos tutelados	B2 B8 B14 C1 C4	15	47	62
Atención personalizada		4	0	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	Lecturas críticas, comentarios, debates, exposicións e exercicios prácticos que os alumnos deben facer no tempo programado polo profesor e subir no espazo previsto en moodle, seguindo as súas instrucións
Sesión maxistral	Presentación oral complementada co uso de medios audiovisuais ea introdución de algunhas preguntas para os alumnos, a fin de transmitir o coñecemento e facilitar a aprendizaxe.
Traballos tutelados	Metodoloxía deseñada para promover a aprendizaxe autónoma dos estudantes, baixo a tutela do profesor e en escenarios variados (académicos e profesionais). Está referida prioritariamente ao aprendizaxe do ?cómo facer as cousas?. Constitúe unha opción baseada na asunción polos estudantes da responsabilidade pola súa propia aprendizaxe. Este sistema de ensino baséase en dous elementos básicos: a aprendizaxe independente dos estudantes e o seguimento desa aprendizaxe polo profesor-titor.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro Sesión maxistral	Farase para as lecturas, orientando a cada alumno sobre o traballo que ten que facer, como facelo e fontes de información a utilizar. Estableceranse horarios de tutorías para dúbidas ou consultas sobre a materia.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	B2 B8 B14 C1 C4	Os estudantes realizarán un traballo cos coñecementos adquiridos nas sesións teórico-prácticas seguindo a plantilla / modelo do TFG empregado en ERLAC. Dito traballo farase individualmente e enviarase á plataforma Moodle no prazo establecido pola profesora. Para engadir a puntuación obtida no traballo ao resto das puntuacións, deberase obter como mínimo o 50% da puntuación correspondente (2 puntos). Se o alumno non chega ao 50% da nota correspondente a esta metodoloxía (2 puntos), terá que realizar un traballo similar para a segunda oportunidade en nullo.	40



Obradoiro	A35 A18 B2 B8 B14 B15 B17 C1 C4	Valoración de lecturas críticas, comentarios, discusións guiadas, exposicións, traballo e participación activa e positiva, que os alumnos deben facer no tempo establecido (individualmente ou en grupo) e subirse a moodle no espazo previsto, seguindo as instrucións da profesora. Cada un dos exercicios terá unha valoración segundo os criterios establecidos pola profesora, que será comunicada aos alumnos. Se o alumno non chega ao 50% da nota correspondente a esta metodoloxía (2,5 puntos), terá que realizar na segunda oportunidade en xullo, aquelas prácticas que a profesora indique.	50
Sesión maxistral	B2 B14 B17 C1 C6	Avaliación obxectiva da participación activa e positiva do alumnado nas sesións lectivas a través de diferentes ferramentas propostas pola profesora. Será necesario obter o 50% (0,5 puntos) da nota correspondente nesta metodoloxía para engadir ao resto.	10

Observacións avaliación

PRIMEIRA OPORTUNIDADE

Será imprescindible obter o 50% da nota correspondente a cada unha das seccións a avaliar para que se sumen as diferentes metodoloxías para obter a nota final. Se non se logra o mínimo requirido en calquera das metodoloxías, o alumno non superará a materia.

SEGUNDA OPORTUNIDADE

Se o alumno pasa algunha das metodoloxías na primeira oportunidade, manterase a cualificación desta / s metodoloxía/s e só terá que realizar a/as que non pasou, na segunda oportunidade.

CASOS ESPECÍFICOS

Os alumnos que non poidan facer un seguimento normal da materia, por ter recoñecida a dispensa docente, deben poñerse en contacto co profesor nos primeiros 20 días naturais desde o inicio oficial das clases para adaptar os prazos de entrega dos distintos. probas, enviando un correo electrónico a maria.romani@udc.es. Aqueles estudantes que non se poñen en contacto no prazo establecido farán un seguimento do tema como o resto dos estudantes.

A adaptación curricular para estudantes con discapacidade ou con necesidades específicas de educación rexerá a Comisión de Ensino do centro, logo dun informe do PAT.

Fontes de información

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none">- (). .- Klein, Naomi (2011). Comprar, vender y consumir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en España. Valencia: Universidad de Valencia- Solé Moro, María Luisa (2003). Los consumidores del siglo XXI. Madrid: Esic- Cortina, Adela (2002). Por una ética del consumo (la ciudadanía del consumidor en un mundoglobal). Madrid: Taurus <p>
</p>
----------------------------	--



Bibliografía complementaria	<p>- () .</p> <p>Alonso, Luis Enrique y Conde, Fernando (1994). Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo. Debate. Madrid.</p> <p>Alonso, Luis Enrique (2006). La era del consumo. Siglo XXI. Madrid.</p> <p>Alonso Rivas, J y otros. (2000). Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing. Esic. Madrid.</p> <p>Arroyo Menéndez, Millán (2001). El consumo en España. Acento. Madrid.</p> <p>Bauman, Zygmunt (2000). Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Gedisa. Barcelona.</p> <p>Castillo Castillo, J. (1987). Sociedad de consumo a la española. Eudema. Madrid.</p> <p>Catos Eduard (1998) El porqué del comercio justo. Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas. Icaria. Barcelona.</p> <p>Clark, Eric (1989). La publicidad y su poder. Las técnicas de provocación del consumo. Planeta. Barcelona</p> <p>Faure, Ignasi, ed. (2002). Consumidores activos. Experiencias cooperativas para el siglo XXI. Icaria. Barcelona.</p> <p>Fundación entorno (2010). Marketing de productos y servicios sostenibles. Donde la innovación crea valor. Madrid.</p> <p>Gaggi, M. y Narguzzi, E. (2006). El fin de la clase media y el nacimiento de la sociedad de bajo coste. Lengua de trapo. Madrid.</p> <p>Galbraith. J. K. (1987). La sociedad opulenta. Ariel. Barcelona.</p> <p>Galbraith. J. K. (2004). La economía del fraude inocente. Crítica. Barcelona.</p> <p>García del Castillo (2009). Medios de comunicación. Publicidad y adiciones. Edf. Madrid.</p> <p>García Ruíz, Pablo (2009). Repensar el consumo. Eiunsa. Madrid.</p> <p>Gilin, Todd (2005). Enfermos de la información. Paidós. Barcelona.</p> <p>Gimeno Ullastres, J.A., Coord. (2000). El consumo en España: un panorama general. Fundación Argentaria-Visor Dis. Madrid.</p> <p>Heath, J y Potter, A. (2005) Rebelarse veinte : el negocio de la contracultura. Taurus . Madrid.</p> <p>Muñoz Navarro, Daniel (2011). Comprar, vender y consumir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en España. Universidad de Valencia. Valencia.</p> <p>Oliver, Xavier (2009). Atrapados por el consumo. Acción Empresarial. Osuna</p> <p>Acedo, Sara (2008). Publicidad y consumo en la adolescencia. Icaria. Barcelona.</p> <p>Patel, Raj. (2008). Obesos y famélicos. El impacto de la globalización en el sistema alimentario mundial. Los libros de ince. Barcelona.</p> <p>Ramonet, Ignacio (1998). La tiranía de la comunicación. Debate. Madrid.</p> <p>Ritzer, George. (2000). El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo. Ariel. Barcelona.</p> <p>Reig, Ramón (1998). Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial. Paidós. Barcelona.</p> <p>Rifkin, Jeremy (2010) El fin del trabajo. Paidós. Barcelona</p> <p>Rifkin, Jeremy (2000) La era del acceso. La revolución de la nueva economía. Paidós. Barcelona.</p> <p>Salomon, Michael R (2008). Comportamiento del consumidor. Prentice Hall. Madrid.</p> <p>SETEM (2009). El comercio justo en España 2008. Canales de importación y distribución. Icaria. Barcelona.</p> <p>Veblen, Thosrein (2004). Teoría de la clase ociosa. FCE. México.</p>
------------------------------------	---

Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías