



| Guía Docente          |   |                    |                      |           |
|-----------------------|---|--------------------|----------------------|-----------|
| Datos Identificativos |   |                    |                      | 2020/21   |
| Asignatura (*)        | Socioloxía do Consumo   |                    | Código               | 760G01045 |
| Titulación            |   |                    |                      |           |
| Descritores           |   |                    |                      |           |
| Ciclo                 | Período   | Curso              | Tipo                 | Créditos  |
| Grao                  | 2º cuadrimestre   | Terceiro           | Optativa             | 6         |
| Idioma                | Castelán  |                    |                      |           |
| Modalidade docente    | Presencial  |                    |                      |           |
| Prerrequisitos        |   |                    |                      |           |
| Departamento          | Socioloxía e Ciencias da Comunicación   |                    |                      |           |
| Coordinación          | Gomis Rodriguez, Alfonso  | Correo electrónico | alfonso.gomis@udc.es |           |
| Profesorado           | Gomis Rodriguez, Alfonso  | Correo electrónico | alfonso.gomis@udc.es |           |
| Web                   |   |                    |                      |           |
| Descrición xeral      | Estudio de los orígenes y desarrollo de la sociedad de consumo, los modelos de consumo, y los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores.<br>Conocimiento de algunos movimientos de consumidores y de consumo crítico, y la influencia del consumo en las sociedades actuales desde una perspectiva sociológica |                    |                      |           |



|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Plan de continxencia</b> | <p>1. Modificacións nos contidos</p> <p>No se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>*Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabaios tutelados</li> <li>- Lecturas de textos y búsqueda y análisis de información</li> <li>- Prueba objetiva (se cambian las características previstas inicialmente)</li> </ul> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se suprimen las clases presenciales que se sustituyen por material dejado en Moodle.</li> </ul> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Correo electrónico: Diariamente. Para hacer consultas, solicitar encuentros virtuales para resolver dudas y hacer el seguimiento de los trabajos tutelados.</li> <li>- Moodle: Diariamente</li> <li>- Teléfono: En horario de tutorías y del previsto para clases presenciales.</li> </ul> <p>4. Modificacións na avaliación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabaios tutelados/Lectura de textos: 30% de peso en la calificación. Lecturas de textos y búsqueda y análisis de información previstos inicialmente se sustituyen por trabajos enviados al profesor</li> <li>- Prueba objetiva: 70 ó 100% de peso en la calificación final (70% para quienes hayan hecho los trabajos de clase durante el curso; 100% para los que no los hicieron, en este caso el examen contará también con preguntas relacionadas con los textos de lectura obligatoria). El examen previsto en la modalidad presencial de preguntas de respuesta media/larga se sustituye por un examen tipo test o de preguntas de respuesta corta no presencial. Quienes no hicieron los trabajos de clase durante el curso tendrán que contestar además algunas preguntas de respuesta media/ larga relacionadas con las lecturas obligatorias.</li> </ul> <p>*Observacións de avaliación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para la 2ª oportunidade se podrá optar por enviar los trabajos de clase (30% de la calificación final) antes del examen (70%) tipo test o preguntas de respuesta corta; o por hacer el examen (100% de la calificación) contestando, además de a las preguntas del temario a una o varias relacionadas con las lecturas.</li> <li>- Terminado el proceso de evaluación se fijará una fecha o fechas para la revisión de las pruebas no presenciales (trabajos y examen)</li> </ul> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía</p> <p>Todas las fuentes necesarias para superar la materia son facilitadas a los estudiantes a través de documentos que están en internet o que han sido escaneados y pasados a pdf y colgados en Moodle.</p> |
|-----------------------------|--|

| Competencias / Resultados do título |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Código                              | Competencias / Resultados do título |

| Resultados da aprendizaxe |                                     |
|---------------------------|-------------------------------------|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título |



|  |     |     |    |
|--|-----|-----|----|
| Estudo das orixes e desenvolvemento da sociedade de consumo, os modelos de consumo, e os factores que inflúen no comportamento dos consumidores. Coñecemento dalgúns movementos de consumidores e de consumo crítico, e a influencia do consumo nas sociedades actuais desde unha perspectiva sociolóxica. | A18 | B2  | C1 |
|  | A35 | B8  | C4 |
|  |     | B9  | C6 |
|  |     | B14 |    |
|  |     | B15 |    |
|  |     | B17 |    |

| Contidos   |  |
|--|--|
| Temas  | Subtemas   |
| 1. Inicios e desenvolvemento da sociedade de consumo               | - Do capitalismo de produción ao capitalismo de consumo<br>- Os inicios da sociedade de consumo en España: do modelo prefordista ao modelo fordista  |
| 2. A soberanía do consumidor e as motivacións culturais do consumo | - A soberanía do consumidor<br>- As motivacións culturais do consumo<br>- Necesidades e desexos  |
| 3. Modelos de consumo e comportamento do consumidor                | - Da produción de bens á produción de marcas<br>- Consumo de marcas e consumo de baixo custe<br>- A influencia no traballo dos novos modelos de consumo  |
| 4. Publicidade, medios de comunicación e consumo                   | - A concentración crecente dos medios<br>- Mercantilización dos medios<br>- Características da información   |
| 5. Movementos de consumidores e consumo crítico                    | - Os movementos de consumidores no mundo<br>- O movemento de consumidores en España<br>- Consumo crítico<br>- Consumo colaborativo<br>- Comercio xusto   |
| 6. O comportamento do consumidor actual                            | - O comportamento do consumidor actual<br>- A estrutura de consumo dos fogares españois según súas características sociodemográficas<br>- Sostenibilidade e responsabilidade social as organizacións |

| Planificación          |                           |   |                         |              |
|------------------------|---------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas  | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Sesión maxistral       | A18 B2 B8 C6              | 30                                      | 0                       | 30           |
| Traballos tutelados    | A18 A35 B2 B8 B15<br>C6   | 2                                       | 38                      | 40           |
| Lecturas               | B2 B14 B17 C1 C4<br>C6    | 0                                       | 24                      | 24           |
| Proba obxectiva        | B2 C1 C6                  | 2                                       | 0                       | 2            |
| Discusión dirixida     | A35 B8 B9 B15 C1<br>C4    | 20                                      | 30                      | 50           |
| 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  |
| Sesión maxistral | Exposición oral do profesor da materia da asignatura, que pode ir acompañada de imaxes, gráficos e documentos |



|                     |  |
|---------------------|--|
| Traballos tutelados | Estudo dalgún aspecto do programa de forma máis detallada a partir da utilización de bibliografía  |
| Lecturas            | Cunha periodicidade aproximadamente semanal os alumnos deberán ler unha serie de textos, artigos ou capítulos de libros, ou buscar información pra profundizar nalgún tema, que logo se comentará en clase na discusión dirixida |
| Proba obxectiva     | Exame de preguntas amplias relacionadas cos contidos vistos nas clases   |
| Discusión dirixida  | Comentario en clase por parte dos alumnos dos textos recomendados como lecturas e da información consultada  |

### Atención personalizada

| Metodoloxías        | Descrición  |
|---------------------|---|
| Traballos tutelados | <p>Se fará pra os traballos tutelados, orientando a cada alumno sobre o traballo que pode facer, cómo facelo e fontes de información a utilizar.</p> <p>De haber alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia contactará co profesor a principio de curso para aclarar a metodoloxía a seguir, que de forma xeral se indica no apartado de "avaliación".</p> |

### Avaliación

| Metodoloxías        | Competencias / Resultados | Descrición  | Cualificación |
|---------------------|---------------------------|---|---------------|
| Traballos tutelados | A18 A35 B2 B8 B15<br>C6   | Traballo de profundización nun tema relacionado coa asignatura, cuxas características se especificarán ao inicio do curso, e que variarán según sexa o tema a estudar.  | 50            |
| Discusión dirixida  | A35 B8 B9 B15 C1<br>C4    | Relacionada coas lecturas que lo alumnado debe facer e os comentarios que realizarán en clase cunha periodicidade semanal   | 50            |
| Proba obxectiva     | B2 C1 C6                  | Exame de preguntas amplias relacionadas cos contidos vistos nas clases.<br>A proba obxectiva é opcional, os alumnos que non podan ou non queiran facer os traballos semanais e o traballo de profundización tendrán a opción de facer un examen coa materia vista en clase (a partir dos apuntes que estarán disponibles na plataforma Moodle). | 0             |

### Observacións avaliación

O alumnado que non poda realizar os traballos semanalmente poderá optar por facer o examen final (tanto en xuño como en xullo) coa materia vista en clase (entregaránse os apuntes con esa materia de examen).

Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e

dispensa académica de exención de asistencia, existen dúas opcións:- a realización do exame final, de preguntas amplias relacionadas cos contidos vistos nas clases e algunhas preguntas relacionadas coas lecturas obrigatorias,-

ou facer os traballos de clase semanalmente (o que nos apartados de metodoloxías aparece nomeado como "traballos tutelados" e "discusión dirixida") traballos que se irán indicando na plataforma Moodle, e

deberán ser entregados (persoalmente ou por correo electrónico) nas mesmas datas que o alumnado asistente a clase. Pero en todo caso no exame final deberá responderse a algunhas preguntas relacionadas con estes traballos semanais.

Para a segunda oportunidade o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial terá a primeira das opcións.





## Bibliografía básica

- Aldás, Joaquín y Solaz, Marta (2019). Patrones de consumo de los hogares españoles: evolución histórica (1973-2017) e impacto de la crisis de 2007, IVIE-Fundación Ramón Areces, Madrid.- Alfonso, Javier (2014). Mercadona, historia de un éxito, Conecta, Barcelona.- Alonso, Luis Enrique y Conde, Fernando (1994). Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo, Debate, Madrid.- Alonso, Luis Enrique (2006). La era del consumo, Siglo XXI, Madrid.- Alonso, Luis Enrique (2017). ¿Consumo colaborativo: las razones de un debate, Revista Española de Sociología, 26 (1), pp. 87-95.- Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I. (2010). Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing, ESIC, Madrid, 6ª ed.- Babiano, José (1993). ¿Las peculiaridades del fordismo español?, Cuadernos de Relaciones Laborales, nº 3, Edit. Complutense, Madrid, pp. 77- 94.- Baudrillard, Jean (2009). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras, Siglo XXI, Madrid, 2009 (ed. original 1970).- Bauman, Zygmunt (2000). Trabajo, consumismo y nuevos pobres, Gedisa, Barcelona.- Bourdieu, Pierre (2012). La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Taurus, Madrid (1ª ed. 1979).- Bourdieu, Pierre (1997). Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona.- Campos Climent, V. y Sanchis-Palacio, J.R. (2014). El modelo Consum, una cooperativa responsable y sostenible, Víncl, Valencia.- Cañigüeral, Albert (2014). Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa, Conecta, Barcelona.- Cantos, Eduard (1998). El porqué del comercio justo. Hacia unas relaciones Norte-Sur más equitativas, Icaria, Barcelona.- Carr, Nicholas (2014). Atrapados. Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas, Taurus, Madrid.- Castells, Manuel (2009). Comunicación y poder, Alianza Editorial, Madrid.- Castillo Castillo, J. (1987). Sociedad de consumo a la española, EUDEMA, Madrid.- Centro Nuovo Modello di Sviluppo-CRIC (1997). Rebelión en la tienda. Opciones de consumo, opciones de justicia, Icaria, Barcelona.- CEPES (2018). Guía de compra pública responsable y del fomento de la contratación pública de entidades y empresas de la Economía Social, Confederación Empresarial Española de la Economía Social, Madrid.- CES (2008). Los nuevos modelos de consumo en España, Colección Informes CES, Consejo Económico y Social, Madrid.- Chomsky, N. y Herman, E. S. (2000). Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas, Crítica, Barcelona, (ed. original 1988).- Ciudad, Emilio (1991). Perspectivas sobre educación del consumidor, Instituto Nacional de Consumo, Madrid.- Clark, Eric (1989). La publicidad y su poder. Las técnicas de provocación al consumo, Planeta, Barcelona.- Cortina, Adela (2002). Por una ética del consumo (La ciudadanía del consumidor en un mundo global), Taurus, Madrid.- Diamond, Jared (2017). Colapso: por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen, Debate, Barcelona.- Faure, Ignasi (ed.) (2002). Consumidores activos. Experiencias cooperativas para el siglo XXI, Icaria, Barcelona.- FOESSA (2019). VIII Informe sobre exclusión y desarrollo social en España, Fundación FOESSA, Madrid.- Gaggi, M. y Narduzzi, E. (2006). El fin de la clase media y el nacimiento de la sociedad de bajo coste, Lengua de Trapo, Madrid.- Galbraith, J. K. (1987). La sociedad opulenta, Ariel, Barcelona.- Galbraith, J. K. (2010). La cultura de la satisfacción, Ariel, Barcelona, última reed.- Galbraith, J. K. (2004). La economía del fraude inocente, Crítica, Barcelona.- Gitlin, Todd (2005). Enfermos de información, Paidós, Barcelona.- Heath, Joseph y Potter, Andrew (2005). Rebelarse vende: el negocio de la contracultura, Taurus, Madrid.- Klein, Naomi (2002). No logo. El poder de las marcas, Paidós, Barcelona.- Jiménez Herrero, Luis M. (2016). Hacia ciudades y territorios inteligentes, resilientes y sostenibles. Gestión y gobernanza para la gran transición urbana, ASIPS, Madrid.- Lipovetsky, Gilles (2007). La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo, Anagrama, Barcelona.- Ortí, Alfonso (1994). La estrategia de la oferta en la sociedad neocapitalista de consumo: Génesis y praxis de la investigación motivacional de la demanda, Política y Sociedad, n.º 16, Madrid, pp. 37-92.- Otte, Max (2010). El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana, Ariel, Barcelona.- Patel, Raj (2008). Obesos y famélicos. El impacto de la globalización en el sistema alimentario mundial, Los libros del lince, Barcelona.- Ramonet, Ignacio (1998). La tiranía de la comunicación, Debate, Madrid.- Reig, Ramón (1998). Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial, Paidós, Barcelona.- Rifkin, Jeremy (2010). El fin del trabajo, Paidós, Barcelona, reed.- Rifkin, Jeremy (2000). La era del acceso. La revolución de la nueva economía, Paidós, Barcelona.- Ritzer, George (1996). La McDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana, Ariel, Barcelona.- Ritzer, George (2000). El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo, Ariel, Barcelona.- Sartori, Giovanni (2000). Homo videns. La sociedad teledirigida, Taurus, Madrid.- Sassatelli, Roberta (2012). Consumo, cultura y sociedad, Amorrortu, Buenos Aires.- SETEM (2009). El Comercio justo en España 2008. Canales de importación y distribución, Icaria Editorial, Barcelona.- Solé Moro, Mª Luisa (1999). Los consumidores del siglo XXI, ESIC, Madrid.- Tranche, Rafael R. (2019). La máscara sobre la realidad. La información en la era digital,



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Alianza, Madrid.



Bibliografía complementaria

## Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

## Observacións

Esta materia busca favorecer unha maior concienciación dos estudantes respecto á sustentabilidade ambiental, social e económica, a responsabilidade individual e social, e o consumo crítico.

(\*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