



| Guía Docente              |   |                           |  |                 |
|---------------------------|---|---------------------------|--|-----------------|
| Datos Identificativos     |   |                           |  | 2021/22         |
| <b>Asignatura (*)</b>     | Socioloxía do consumo e investigación de mercados   |                           | <b>Código</b>                              | 615G01309       |
| <b>Titulación</b>         | Grao en Socioloxía  |                           |  |                 |
| Descritores               |   |                           |  |                 |
| <b>Ciclo</b>              | <b>Período</b>  | <b>Curso</b>              | <b>Tipo</b>                                | <b>Créditos</b> |
| Grao                      | 2º cuatrimestre   | Terceiro                  | Obrigatoria                                | 6               |
| <b>Idioma</b>             | CastelánGalego  |                           |  |                 |
| <b>Modalidade docente</b> | Presencial  |                           |  |                 |
| <b>Prerrequisitos</b>     |   |                           |  |                 |
| <b>Departamento</b>       | Socioloxía e Ciencias da Comunicación   |                           |  |                 |
| <b>Coordinación</b>       | Rodríguez Barcón, Alberto   | <b>Correo electrónico</b> | alberto.barcon                             |                 |
| <b>Profesorado</b>        | Golías Pérez, Montserrat<br>Rodríguez Barcón, Alberto   | <b>Correo electrónico</b> | montserrat.golias@udc.es<br>alberto.barcon |                 |
| <b>Web</b>                |   |                           |  |                 |
| <b>Descrición xeral</b>   | A análise do consumo coma un fenómeno social constitúe un campo de estudo en pleno auxe. O crecente interese sociolóxico por este tema vén condicionado pola propia dinámica da sociedade de consumo e do sistema económico. O/A consumidor/a vaise afianzando coma un actor social central, no marco do capitalismo global. O obxectivo desta materia é estudar a configuración da sociedade de consumo, no marco do desenrolo do sistema capitalista. E cómo, de forma paralela, se vai construíndo o consumo en tanto que obxecto de estudo sociolóxico. Tamén, que o alumnado coñeza os mecanismos polos cales se realiza unha investigación de mercados. |                           |  |                 |



|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Plan de contingencia</b> | <p>1. Modificacións nos contidos:</p> <p>Non se realizarán modificacións nos contidos. O material estará a disposición do alumnado na Plataforma Moodle.</p> <p>2. Metodoloxías</p> <p>*Metodoloxías docentes que se manteñen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sesión maxistral: As sesións maxistrais (exposición orais) realizaranse no horario previsto. Se celebrarán de maneira síncrona a través da Videoconferencia de Teams, pero serán gravadas e subidas tamén ao Moodle, xunto co material (presentacións, lecturas, outro material audiovisual) correspondente a cada tema, de xeito que teñan acceso de forma asíncrona aqueles alumnos con problemas de conectividade.</li><li>A interacción co alumnado (participación e debate), manterase de maneira síncrona a través da videoconferencia ou chat de Teams e asíncrona habilitándose tamén Foros Virtuais de Moodle.</li><li>- Traballos tutelados: Realización dun traballo en grupo, de carácter empírico relacionado coa temática da materia. As explicacións se farán de maneira síncrona a través de Teams e asíncrona subindo a explicación xunto co material correspondente na Moodle. As dúbidas resolveranse nas clases virtuais a través de Teams (cuxa gravación tamén será subida a Moodle), e no Foro Virtual habilitado para esta metodoloxía concreta. Os alumnos/as tamén poderán solicitar titorías grupais que se levarán a cabo por Teams.</li><li>- Exposición oral: A exposición oral do traballo será gravada por calquera medio a disposición do alumnado/a e remitida aos profesores. Que as colgarán na Moodle para que todo o alumnado poda visualizala.</li><li>- Obradoiro: Realización de actividades prácticas (de carácter grupal ou individual) nas que se combinan diferentes probas: lecturas, debates, análises de fontes secundarias, resolución de problemas, roll play, trátase de prácticas sobre un tema específico, realizadas co apoio e supervisión dos profesores da materia. Explicaranse a través de Teams de maneira síncrona, pero a explicación será gravada e subida a Moodle. A entrega de prácticas será a través dos recursos dispoñibles en Moodle.</li><li>- O exame se realizará utilizando as ferramentas e recursos telemáticos dispoñibles para o alumnado.</li></ul> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican: non se modificarán as metodoloxías, pero se adaptarán á non presencialidade de maneira virtual, e se incorporarán Foros Virtuais (que non computarán para avaliación)</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado:</p> <p>Estableceranse diferentes canles de comunicación directa co alumnado, a través das ferramentas e recursos que teñen a súa disposición: Teams, Correo electrónico, Moodle ou Teléfono (alumnado con limitacións de conectividade).</p> <p>A atención desenvolverase no horario semanal de titorías establecido polos docentes, en titorías grupais a concretar co alumnado, nas sesións virtuais síncronas, nos foros virtuais de Moodle</p> <p>4. Modificacións na avaliación: Non se realizarán modificacións na avaliación</p> <p>*Observacións de avaliación:</p> <p>Manteráanse as mesmas observacións</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía: Non haberá variacións no material nin na bibliografía. O esixido aos alumnos/as estará dispoñible na Moodle, en situación de presencialidade.</p> |
|-----------------------------|--|

## Competencias do título

| Código | Competencias do título   |
|--------|--|
| A1     | Conocimiento de los componentes básicos de las desigualdades sociales y las diferencias culturales.                        |
| A8     | Análisis de las transformaciones y evolución de las sociedades contemporáneas.   |
| A15    | Conocimientos y habilidades para plantear y desarrollar una investigación aplicada en las diferentes áreas de la sociedad. |
| A16    | Conocimientos y habilidades técnicas para la producción y el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos.           |



|     |   |
|-----|---|
| A24 | Conocimientos y habilidades en transmitir los conceptos, problemáticas y perspectivas sociológicas.   |
| A26 | Saber elegir las técnicas de investigación social (cuantitativas y cualitativas) pertinentes en cada momento.   |
| A35 | Actitud crítica frente a las doctrinas y las prácticas sociales.  |
| B1  | Capacidad de organización y planificación.  |
| B2  | Toma de decisiones.   |
| B3  | Capacidad de análisis y síntesis.   |
| B5  | Capacidad de gestión de la información.   |
| B6  | Comunicación oral y escrita en la lengua nativa.  |
| B12 | Trabajo en equipo.  |
| B13 | Razonamiento crítico.   |
| B18 | Creatividad.  |
| B27 | Capacidades en reconocer la complejidad de los fenómenos sociales.  |
| C1  | Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.  |
| C4  | Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. |
| C8  | Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.   |

| Resultados da aprendizaxe  |                          |   |                |
|--|--------------------------|---|----------------|
| Resultados de aprendizaxe  | Competencias do título   |   |                |
|  | A                        | B   | C              |
| Comprender o enfoque sociolóxico na investigación de mercados e desenrolar a capacidade de deseñar un proxecto de investigación de mercados  | A15<br>A16<br>A26        | B1<br>B2<br>B3<br>B5<br>B6<br>B12<br>B18<br>B27 | C1<br>C4<br>C8 |
| Analizar a construción do consumo en tanto que obxecto de estudo sociolóxico e comprender, dende o punto de vista histórico, as orixes da sociedade de consumo   | A1<br>A8<br>A24<br>A35   | B6<br>B13<br>B27                                | C4             |
| Estudar as principais correntes teóricas, dende o campo da socioloxía, ao estudo do consumo, desenrolando a análise crítica do consumo en tanto que fenómeno social.   | A1<br>A8<br>A24<br>A35   | B3<br>B6<br>B13<br>B27                          | C1<br>C4       |
| Adquirir habilidades para o deseño e execución dun traballo de investigación en grupo, e as súas diferentes fases: familiarizarse coa procura e traballo bibliográfico, e a delimitación das técnicas cualitativas e cuantitativas | A15<br>A16<br>A24<br>A26 | B1<br>B2<br>B3<br>B5<br>B6<br>B12<br>B18<br>B27 | C1<br>C4<br>C8 |

| Contidos |          |
|----------|----------|
| Temas    | Subtemas |



|   |   |
|---|---|
| Tema 1. Xénese e desenvolvemento histórico da sociedade de consumo            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- O interese do consumo como fenómeno social</li> <li>- O consumo desde unha perspectiva histórica</li> <li>- O desenvolvemento da sociedade de consumo de masas</li> <li>- Do fordismo ao postfordismo</li> <li>- Naomi Klein e o poder das marcas</li> <li>- A imaxe de marca</li> </ul>             |
| Tema 2. España como sociedade de consumo                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- O modelo dual de consumo na España de principios do século XX</li> <li>- O modelo de desenvolvemento económico español e a sociedade de consumo en España</li> <li>- Os valores da sociedade española e o consumo</li> </ul>   |
| Tema 3. O consumo, a distinción social e a construción de identidades sociais | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veblen e a teoría da clase ociosa</li> <li>- A Distinción Social de Bourdieu</li> <li>- O consumo e a construción de identidades sociais</li> <li>- A sociedade postmoderna e o consumo</li> </ul>   |
| Tema 4. A investigación de mercados: métodos e técnicas                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- A Investigación de mercados: introdución e concepto.</li> <li>- Deseño e proceso de investigación</li> <li>- Métodos e Técnicas cualitativas aplicadas á investigación de mercados.</li> <li>- Métodos e técnicas cuantitativas e a súa aplicación ao ámbito da investigación de mercados</li> </ul> |

| Planificación          |  |                   |   |              |
|------------------------|--|-------------------|---|--------------|
| Metodoloxías / probas  | Competencias   | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Sesión maxistral       | A1 A8 A35 B13 B27<br>C1 C4   | 27                | 27  | 54           |
| Traballos tutelados    | A15 A16 A24 A26 B1<br>B2 B3 B5 B6 B12 B18<br>C1 C8                         | 12                | 24  | 36           |
| Presentación oral      | A24 B3 B6 B12 B18<br>C1  | 1                 | 10  | 11           |
| Obradoiro              | A1 A8 A15 A16 A24<br>A26 A35 B1 B2 B3 B5<br>B6 B12 B13 B18 B27<br>C1 C4 C8 | 12                | 18  | 30           |
| Proba obxectiva        | A8 A24 A35 B1 B3 B5<br>B6 B13 B27 C1                                       | 2                 | 15  | 17           |
| Atención personalizada |  | 2                 | 0   | 2            |

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

| Metodoloxías     |  |
|------------------|--|
| Metodoloxías     | Descrición   |
| Sesión maxistral | Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución dalgunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe.<br>Motivarase e valorarase a participación dos/as alumnos/as, mediante preguntas ou/e debates |



|                     |   |
|---------------------|---|
| Traballos tutelados | <p>Realización dun traballo en grupo de carácter empírico relacionado coa temática da materia, que consistirá no deseño dun proxecto de investigación de mercados.</p> <p>Formaranse grupos de traballo dun máximo de 4 persoas, a proposta dos/as alumnos/as.</p> <p>Nas sesións interactivas, os/as profesores/as explicarán a estrutura do traballo, fases e resolverán dúbidas. Esta información tamén estará dispoñible no Moodle da materia.</p> <p>O traballo final, será entregado a través de Moodle, nas datas marcadas polos/as profesores/as.</p> <p>Non se corraxirá ningún proxecto entregado fora de prazo. E corraxiranse unha vez polos/as profesores/as, e dicir non haberá segunda corrección.</p> |
| Presentación oral   | O proxecto de investigación, deberase expor oralmente por todas as persoas que forman parte do grupo de traballo  |
| Obradoiro           | Realización de actividades prácticas (de carácter grupal ou individual) nas que se combinan diferentes probas: lecturas, debates, análises de fontes secundarias, resolución de problemas, roll play, trátase de prácticas sobre un tema específico, realizadas co apoio e supervisión dos/as profesores/as da materia.   |
| Proba obxectiva     | Exame, correspondente ás convocatorias oficiais sobre a totalidade do temario.  |

### Atención personalizada

| Metodoloxías                     | Descrición   |
|----------------------------------|--|
| Traballos tutelados<br>Obradoiro | <p>A atención personalizada será de carácter individual (ou grupal) para solucionar dúbidas e/ou problemas que xurdan durante as clases, a realización das prácticas ou a elaboración do traballo grupal.</p> <p>A atención farase durante a celebración das sesións ou no horario de titorías, a través das distintas canles de comunicación: Correo electrónico, Teams (chat ou video conferencia), ou nos números de teléfono dos despachos dos profesores.</p> |

### Avaliación

| Metodoloxías        | Competencias   | Descrición  | Cualificación |
|---------------------|--|---|---------------|
| Traballos tutelados | A15 A16 A24 A26 B1<br>B2 B3 B5 B6 B12 B18<br>C1 C8                         | Traballo grupal de carácter práctico relacionado coa materia.             | 20            |
| Proba obxectiva     | A8 A24 A35 B1 B3 B5<br>B6 B13 B27 C1                                       | Exame correspondente ás convocatorias oficiais coa totalidade do temario. | 40            |
| Obradoiro           | A1 A8 A15 A16 A24<br>A26 A35 B1 B2 B3 B5<br>B6 B12 B13 B18 B27<br>C1 C4 C8 | Prácticas, actividades, e participación ao longo do curso                 | 30            |
| Presentación oral   | A24 B3 B6 B12 B18<br>C1  | A presentación oral do traballo tutelado                                  | 10            |

### Observacións avaliación



Todas as actividades, tarefas e traballos a realizar ao longo do cuadrimestre contabilizan para a nota final. As prácticas do obradoiro e o traballo tutelado realizaranse ao longo do cuadrimestre e a proba obxectiva (exame) na data oficial de primeira convocatoria.

Tanto as prácticas como o traballo de investigación tutelado serán entregados nas datas marcadas polos/as profesores/as, non se corraxirá ningunha práctica fóra de prazo. O traballo tutelado só corraxirase unha vez tras a data de entrega (non haberá segunda corrección), o/a alumno/a xa conta coa guía e titorización dos/as profesores/as durante as sesións prácticas.

Para aprobar a materia é necesario aprobar tanto os traballos tutelados e prácticas (60%) como o exame (40%). A nota mínima para superar cada unha das partes é un 5 (aprobado) Gardarase a nota da parte superada para a segunda oportunidade.

Os materiais utilizados nas sesións: presentacións, audiovisuais, lecturas e prácticas tamén serán postos a disposición do/a alumno/a en formato dixital a través da plataforma Moodle.

Os traballos e prácticas entregaranse en formato dixital a través da plataforma Moodle, sen necesidade de imprimilos.

Tanto nos contidos como no sistema de avaliación atenderanse ás recomendacións de axustes razoables propostas pola Unidade de Atención á Diversidade (ADI) no caso do alumnado con diversidade funcional ou NEAE, proporcionadas pola Coordinación do PAT do centro.

Aqueles/as alumnos/as con dispensa ou recoñecemento de dedicación a tempo parcial deberán contactar coa profesora responsable da materia ao comezo de curso. Poderase manter o sistema de avaliación continua, con pequenos cambios: o Traballo tutelado será de carácter individual e non precisará de exposición na aula; e as actividades ou prácticas a realizar polo alumnado na aula, serán substituídas por outras ou adaptadas para a súa realización de maneira non presencial.

## Fontes de información

### Bibliografía básica

- Moreno, J.A. ((1982)). &quot;El papel del consumo en el sistema económico&quot;; El consumo en la sociedad española. Documentación Social, nº 48, julio- septiembre 1982. (pp.7-27)
- Klein, N. ((2001)). No Logo. El poder de las marcas (pp. 30-91 y 505-512). Barcelona: Paidós
- Alonso, L.E. y Conde, F. ((1994)). Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo, (pp.13-62). Madrid: Debate.
- Bocoock, R. ((1995)). El consumo, (pp.54-112). Madrid: Talasa.
- Borrás Catal:í, V. ((1998)). El consumo, un análisis sociológico, (pp.18-90 y 199-227). Barcelona: Cedecs Editorial.
- Veblen, T. ((1974)). Teoría de la clase ociosa, (pp. 1 1-159). México: FCE, 1899.
- Bauman, Z. ((2007)). Vida de consumo, (pp.77-1 14). Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Merino, M.J. et al. ((2010) ). Introducción a la investigación de mercados. (Capítulo 2: ?Investigación Exploratoria? pp.43-76 e Capítulo 3 ?Investigación descriptiva?, pp.77-106) . Madrid: Esic editorial
- Alvarez-Sousa, A. (2015). Imagen, lealtad y promoción turística. Análisis con ecuaciones estructurales. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(3), 629-648



|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Bibliografía complementaria</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alonso, L.E ((2005) ). La era del consumo. Madrid: Siglo XXI</li> <li>- Alonso, L.E. ((2004)). ¿Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida?.,. Revista Española de Sociología, 4: 7-50.</li> <li>- Alonso, L.E. y Conde, F. ((1994)). Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo. Madrid: Debate</li> <li>- Baudrillard, J. ((1974)). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Barcelona: Plaza y Janés</li> <li>- Bauman, Z. ((2007)). Vida de consumo. Madrid: Fondo de Cultura Económica.</li> <li>- Bauman, Z. ((2005)). Amor Liquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Fondo de Cultura Económica: Buenos Aires-México-Madrid</li> <li>- Bocoock, R. ((1995)). El consumo. Madrid: Talasa</li> <li>- Borràs Català, V. ((1998)). El consumo, un análisis sociológico. Barcelona: Cedecs Editorial</li> <li>- Brändle Señán, G. ((2007)). Consumo y cambio social en España: evolución en el equipamiento doméstico (1983-2005).. REIS, n. 120</li> <li>- Bourdieu, P. ((1988)). La Distinción. Madrid, Taurus</li> <li>- Bree, J. ((1995)). Los niños, el consumo y el marketing. Barcelona: Paidós</li> <li>- Cea D'Ancona, M.A. ((1999)). Metodología cuantitativa : estrategias y técnicas en investigación social.. Madrid: Síntesis</li> <li>- Durning, A. T. ((1994)). ¿Cuánto es bastante. La sociedad de consumo y el futuro de la tierra?.,. Barcelona: Apóstrofe Divulgación</li> <li>- Fernández Nogales, A. ((2002)). Investigación y técnicas de mercado. Madrid: ESIC</li> <li>- Gutiérrez Brito, J. ((2008)). Dinámica del grupo de discusión. Cuaderno Metodológico. CIS. Madrid</li> <li>- Klein, N. ((2001)). No Logo. El poder de las marcas. Barcelona: Paidós Contextos</li> <li>- Lipovetsky, G. ((2007)). La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo.,. Barcelona: Anagrama</li> <li>- Sarabia Sánchez, F.J. (coord.) ((1999)). Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas.,. Madrid: Ediciones Pirámide</li> <li>- Schor, J. B. ((2006)). Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles.,. Barcelona: Paidós</li> <li>- Valles, M. ((1997)). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis</li> <li>- Veblen, T. ((1974)). Teoría de la clase ociosa. México: FCE</li> <li>- VV.AA. ((1994)). Política y Sociedad, nº16, mayo-agosto 1994. Número especial de la revista dedicado a la sociología del consumo..</li> <li>- VV.AA. ((2002)). Política y Sociedad, nº39, enero-abril 2002. Número especial de la revista dedicado a la sociología del consumo..</li> </ul> |
|------------------------------------|--|

**Recomendacións**

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Métodos e técnicas de Investigación social/615G01105

Metodoloxía da investigación por enquisas/615G01303

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

**Observacións**



Recomendacións:1.- A entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia:1.3. De se realizar en papel:- Non se empregarán plásticos.- Realizaranse impresións a dobre cara.- Empregarase papel reciclado.- Evitarase a impresión de borradores.2.- Débese facer un uso sostible dos recursos e a prevención de impactos negativos sobre o medio natural3.- Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores da sustentabilidade nos comportamentos persoais e profesionais4.- Segundo se recolle nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia (usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores de ambos os sexos, propiciarse a intervención en clase de alumnos e alumnas...)5.- Traballarse para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influirse na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade6. Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e proporanse accións e medidas para corrixilas7. Facilitarase a plena integración do alumnado que por razón físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades a un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria&nbsp;

(\* )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