UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
Asignatura (*)	Socioloxía do consumo e investigación de mercados		Código	615G01309
Titulación				
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuadrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Rodríguez Barcón, Alberto	Correo electrónico	alberto.barcon	
Profesorado	Golías Pérez, Montserrat Rodríguez Barcón, Alberto	Correo electrónico	montserrat.golias@udc.es alberto.barcon	
Web				
Descrición xeral	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.			

Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos: Non se realizarán modificacións nos contidos. O material estará a disposición do alumnado na Plataforma Moodle. 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen: - 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 Moodel, 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. 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. - 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. - 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. - 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. - O exame se realizará utilizando as ferramentas e recursos telemáticos dispoñibles para o alumnado. *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) 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado: 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). 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 4. Modificacións na avaliación: Non se realizarán modificacións na avaliación *Observacións de avaliación: Manteránse as mesmas observacións 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.

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe	
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título

Comprender o enfoque sociolóxico na investigación de mercados e desenrolar a capacidade de deseñar un proxecto de investigación de mercados	A15 A16 A26	B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 B27	C1 C4 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 A8 A24 A35	B6 B13 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 A8 A24 A35	B3 B6 B13 B27	C1 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 cuantitavias	A15 A16 A24 A26	B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 B27	C1 C4 C8

Contidos	
Temas	Subtemas
Tema 1. Xénese e desenvolvemento histórico da sociedade de consumo	- O interese do consumo como fenómeno social - O consumo desde unha perspectiva histórica - O desenvolvemento da sociedade de consumo de masas - Do fordismo ao postfordismo - Naomi Klein e o poder das marcas - A imaxe de marca
Tema 2. España como sociedade de consumo	- O modelo dual de consumo na España de principios do século XX - O modelo de desenvolvemento económico español e a sociedade de consumo en España - Os valores da sociedade española e o consumo
Tema 3. O consumo, a distinción social e a construción de identidades sociais	- Veblen e a teoría da clase ociosa - A Distinción Social de Bourdieu - O consumo e a construción de identidades sociais - A sociedade postmoderna e o consumo
Tema 4. A investigación de mercados: métodos e técnicas	- A Investigación de mercados: introdución e concepto. - Deseño e proceso de investigación - Métodos e Técnicas cualitativas aplicadas á investigación de mercados. - Métodos e técnicas cuantitativas e a súa aplicación ao ámbito da investigación de mercados

Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A8 A35 B13 B27 C1 C4	27	27	54
Traballos tutelados	A15 A16 A24 A26 B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 C1 C8	12	24	36
Presentación oral	A24 B3 B6 B12 B18 C1	1	10	11
Obradoiro	A1 A8 A15 A16 A24 A26 A35 B1 B2 B3 B5 B6 B12 B13 B18 B27 C1 C4 C8	12	18	30
Proba obxectiva	A8 A24 A35 B1 B3 B5 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. Motivarase e valorarase a participación dos/as alumnos/as, mediante preguntas ou/e debates
Traballos tutelados	Realización dun traballo en grupo de carácter empírico relacionado coa temática da materia, que consistirá no deseño dun proxecto de investigación de mercados. Formaranse grupos de traballo dun máximo de 4 persoas, a proposta dos/as alumnos/as. 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. O traballo final, será entregado a través de Moodle, nas datas marcadas polos/as profesores/as. Non se corrixirá ningún proxecto entregado fora de prazo. E corrixiranse unha vez polos/as profesores/as, e dicir non haberá segunda corrección.
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 Obradoiro	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. 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.

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A15 A16 A24 A26 B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 C1 C8	Traballo grupal de carácter práctico relacionado coa materia.	20
Proba obxectiva	A8 A24 A35 B1 B3 B5 B6 B13 B27 C1	Exame correspondente ás convocatorias oficiais coa totalidade do temario.	40
Obradoiro	A1 A8 A15 A16 A24 A26 A35 B1 B2 B3 B5 B6 B12 B13 B18 B27 C1 C4 C8	Prácticas, actividades, e participación ao longo do curso	30
Presentación oral	A24 B3 B6 B12 B18 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 corrixirá ningunha práctica fóra de prazo. O traballo tutelado só corrixirase unha vez tras a data de entrega (non haberá segunda corrección), o/a alumno/a xa conta coa guia 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)). "El papel del consumo en el sistema económico", 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. - Bocock, R. ((1995)). El consumo, (pp.54-112). Madrid: Talasa. - Borras Catal:l, 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

Bibliografía complementaria	- Alonso, L.E ((2005)). La era del consumo. Madrid: Siglo XXI - 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. - Alonso, L.E. y Conde, F. ((1994)). Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo. Madrid: Debate - Baudrillard, J. ((1974)). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Barcelona: Plaza y Janés - Bauman, Z. ((2007)). Vida de consumo. Madrid: Fondo de Cultura Económica. - Bauman, Z. ((2005)). Amor Liquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Fondo de Cultura Ecomómica: Buenos Aires-México-Madrid - Bocock, R. ((1995)). El consumo. Madrid: Talasa - Borràs Català, V. ((1998)). El consumo, un análisis sociológico. Barcelona: Cedecs Editorial - Brändle Señán, G. ((2007)). Consumo y cambio social en España: evolución en el equipamiento doméstico (1983-2005).. REIS, n. 120 - Bourdieu, P. ((1988)). La Distinción. Madrid, Taurus - Bree, J. ((1995)). Los niños, el consumo y el márketing. Barcelona: Paidós - Cea D'Ancona, M.A. ((1999)). Metodología cuantitativa : estrategias y técnicas en investigación social.. Madrid: Síntesis - Durning, A. T. ((1994)). ¿Cuánto es bastante. La sociedad de consumo y el futuro de la tierra?,. Barcelona: Apóstrofe Divulgación - Fernández Nogales, A. ((2002)). Investigación y técnicas de mercado. Madrid: ESIC - Gutiérrez Brito, J. ((2008)). Dinámica del grupo de discusión. Cuaderno Metodologico. CIS. Madrid - Klein, N. ((2001)). No Logo. El poder de las marcas. Barcelona: Paidós Contextos - Lipovetsky, G. ((2007)). La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo,. Barcelona: Anagrama - Sarabia Sánchez, F.J. (coord.) ((1999)). Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas,. Madrid: Ediciones Pirámide - Schor, J. B. ((2006)). Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles,. Barcelona: Paidós - Valles, M. ((1997)). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis - Veblen, T. ((1974)). Teoría de la clase ociosa. México: FCE - VV.AA. ((1994)). Política y Sociedad, nº16, mayo-agosto 1994. Número especial de la revista dedicado a la sociología del consumo.. - VV.AA. ((2002)). Política y Sociedad, nº39, enero-abril 2002. Número especial de la revista dedicado a la sociología del consumo..

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 sostenibilidade 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, propiciarase a intervención en clase de alumnos e alumnas...)5.- Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influirase 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

(*)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