



Teaching Guide

| Identifying Data | | | | | 2022/23 |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------------|-----------|---------|
| Subject (*) | Sociology of Consumption | | Code | 760G01045 | |
| Study programme | Grao en Relacións Laborais e Recursos Humanos (Ferrol) | | | | |
| Descriptors | | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits | |
| Graduate | 2nd four-month period | Third | Optional | 6 | |
| Language | Spanish | | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | | |
| Prerequisites | | | | | |
| Department | Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinador | Gomis Rodriguez, Alfonso | E-mail | alfonso.gomis@udc.es | | |
| Lecturers | Gomis Rodriguez, Alfonso | E-mail | alfonso.gomis@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| General description | <p>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.</p> <p>Conocimiento de algunos movimientos de consumidores y de consumo crítico, y la influencia del consumo en las sociedades actuales desde una perspectiva sociológica</p> | | | | |

Study programme competences / results

| Code | Study programme competences / results |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A18 | Interpretar datos e indicadores socioeconómicos. |
| A35 | Análise crítica das decisións emanadas dos axentes que participan nas relacións laborais. |
| B2 | Capacidade de análise e síntese. |
| B8 | Razoamento crítico. |
| B9 | Traballo en equipos. |
| 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. |

Learning outcomes

| Learning outcomes | Study programme competences / results | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|----------------|
| 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 A35 | B2 B8 B9 B14 B15 B17 | C1 C4 C6 |

Contents

| Topic | Sub-topic |
|-------|-----------|
| | |



| | |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. BEGINNING AND DEVELOPMENT OF CONSUMER SOCIETY BEHAVIOR | 1.1. Production of capitalism consumer capitalism 1.2. Consumer sovereignty 1.3. Cultural motivations of consumption 1.4. Needs and wishes |
| 2. CONSUMER SOCIETY IN SPAIN | 2.1. Prefordista model and elite consumption 2.2. Underconsumption of Francoist autarky 2.3. The Fordist model in the 1960s |
| 3. MODELS OF CONSUMPTION AND CONSUMER BEHAVIOR | 3.1. Production of goods to the production of brands 3.2. Consumption of brands and low-cost consumer 3.3. The influence on the work of the new consumption patterns |
| 4. ADVERTISING MEDIA AND CONSUMPTION | 4.1. Publicity and the attention merchants 4.1. The increasing concentration of media 4.2. Commercialization of the media 4.3. Characteristics of information |
| 5. MOVEMENTS OF CONSUMERS AND CRITICAL CONSUMPTION | 5.1. Consumer movements in the world 5.2. The consumer movement in Spain 5.3. Critical consumption 5.4. Collaborative consumption and platform capitalism 5.5. Fair trade |
| 6. CURRENT CONSUMER BEHAVIOR | 6.1. The current consumer behavior 6.2. Sustainability and social responsibility of organizations |

| Planning | | | | |
|--------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Guest lecture / keynote speech | A18 B2 B8 C6 | 30 | 0 | 30 |
| Supervised projects | A18 A35 B2 B8 B15 C6 | 2 | 38 | 40 |
| Workbook | B2 B14 B17 C1 C4 C6 | 0 | 24 | 24 |
| Objective test | B2 C1 C6 | 2 | 0 | 2 |
| Directed discussion | A35 B8 B9 B15 C1 C4 | 20 | 30 | 50 |
| Personalized attention | | 4 | 0 | 4 |

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

| Methodologies | |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Methodologies | Description |
| Guest lecture / keynote speech | Exposición oral do profesor da materia da asignatura, que pode ir acompañada de imaxes, gráficos e documentos |
| Supervised projects | Estudo dalgún aspecto do programa de forma máis detallada a partir da utilización de bibliografía |
| Workbook | 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 |
| Objective test | Exame de preguntas amplias relacionadas cos contidos vistos nas clases |
| Directed discussion | Comentario en clase por parte dos alumnos dos textos recomendados como lecturas e da información consultada |

| Personalized attention | |
|------------------------|-------------|
| Methodologies | Description |



| | |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Supervised projects | The personalized attention will be tutored to work, guiding each student on the work they can do, how and information sources used |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| Assessment | | | |
|---------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
| Directed discussion | A35 B8 B9 B15 C1 C4 | Relacionada coas lecturas que lo alumnado debe facer e os comentarios que realizarán en clase cunha periodicidade semanal | 50 |
| Objective test | B2 C1 C6 | Exame de preguntas amplias relacionadas cos contidos vistos nas clases. 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). | 50 |

| Assessment comments |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Students who carry out readings and work weekly during the course will make a final mark of approval. The rest of the note will respond to a work of deepening, whose characteristics are specified at the beginning of the year, and that will vary is the topic to study. Those who do not want or do not want to undertake the work week may choose to do the final exam (in June and July) the subject covered in class (delivered with the notes that matter consideration). |

| Sources of information |
|------------------------|
|------------------------|



Basic

- 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.- 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, L.E.; Fernández Rodríguez, C.J. e Ibáñez Rojo, R. (2020). Estudios sociales sobre el consumo, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.- 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. - Brändle, Gaspar (2017). "Controversias en torno al impacto social del consumo colaborativo: algunos elementos para la discusión?", redes.com, pp. 123-143. - Bourdieu, Pierre (2012). La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Taurus, Madrid (1ª ed. 1979).- Campos Climent, V. y Sanchis-Palacio, J.R. (2014). El modelo Consum, una cooperativa responsable y sostenible, Víncl, Valencia.- Cañigueral, 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.- Rifkin, Jeremy (2019): El Green New Deal global: el colapso de la civilización del combustible fósil y la transición a una nueva era económica para salvar el planeta", 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, M^a Luisa (1999). Los consumidores del siglo XXI, ESIC, Madrid.- Tranche, Rafael R. (2019). La máscara sobre la realidad. La información en la era digital, Alianza, Madrid.- Trinidad Requena, A.; Soriano Miras, R. y Bejarano Bella, J.F. coords. (2021): La cadena global de valor de las prendas de vestir. La conciencia del consumidor respecto a los lugares de producción, Tecnos, Madrid.



| | |
|---------------|--|
| Complementary | |
|---------------|--|

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

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

(*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.