



Guía Docente						
Datos Identificativos				2024/25		
Asignatura (*)	Socioloxía do consumo e investigación de mercados		Código	615G01309		
Titulación						
Descriptores						
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos		
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6		
Idioma	Castelán/Galego					
Modalidade docente	Presencial					
Prerrequisitos						
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación					
Coordinación	Oso Casas, Laura	Correo electrónico	laura.oso@udc.es			
Profesorado	Moré Corral, María Paloma Oso Casas, Laura	Correo electrónico	paloma.more@udc.es laura.oso@udc.es			
Web						
Descripción xeral	A análise do consumo como un fenómeno social constitúe un campo de estudio 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 como un actor social central, no marco do capitalismo global. O obxectivo desta materia é estudar a configuración da sociedade de consumo, no marco do desenrollo do sistema capitalista. E cómo, de forma paralela, se vai construíndo o consumo en tanto que obxecto de estudio sociolóxico. Tamén, que o alumnado coñea os mecanismos polos cales se realiza unha investigación de mercados.					

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
Analizar a construcción do consumo en tanto que obxecto de estudio 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 cuantitativas	A15 A16 A24 A26  B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 B27	C1 C4 C8
--	---	----------------

Contidos		
Temas	Subtemas	
Tema 1 ? Pensar socioloxicamente o consumo	- O consumo como fenómeno social omnipresente - Entre a necesidade e o desexo: o consumo instrumental ou simbólico - Dime o que consumes e direiche quen es - A relación entre traballo e consumo	
Tema 2 ? A construcción da sociedade de consumo	- O desenvolvemento da sociedade de consumo de masas - Do fordismo ao posfordismo - O poder das marcas e Naomi Klein - A particularidade do caso español	
Tema 3 ? Transformacións contemporáneas do consumo	- Estilos de vida, consumo distintivo e desigualdades sociais - Dixitalización e economía de plataformas - Axentes de consumo e Redes Sociais - Consumo en cuestión: economías colaborativas e consumo responsable	
Tema 4 ? Aproximacións sociolóxicas ao consumo	- Veblen e a teoría da clase de lecer - A distinción social de Bourdieu - O consumo e a construcción de identidades sociais - Sociedade posmoderna e consumo - Consumismo e modernidade líquida de Bauman	
Tema 5 ? Investigación de mercados: métodos e técnicas para estudar o consumo	- Socioloxía e investigación de mercados - Deseño e proceso de investigación social aplicada ao consumo - Métodos e técnicas cualitativas aplicadas á 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	20	20	40
Traballos tutelados	A15 A16 A24 A26 B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 C1 C8	24	42	66
Presentación oral	A24 B3 B6 B12 B18 C1	1	10	11
Discusión dirixida	A24 B3 B13 B27	7	7	14
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	Descripción
Sesión maxistral	Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución dalgunhas preguntas dirixidas aos estudiantes, 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 trabalho 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
Discusión dirixida	As sesións teóricas de cada tema complementaranse coa lectura dun texto (artigo ou capítulo de libro) ou coa visualización de contidos audiovisuais por parte do alumnado para favorecer a discusión e o debate dirixido sobre o tema a tratar. Deste xeito, foméntase a participación oral do alumnado, axudándolle a saber ordenar e sintetizar as súas ideas nun clima de respeito mutuo polas opinións e argumentos do resto do grupo.
Proba obxectiva	Exame, correspondente ás convocatorias oficiais sobre a totalidade do temario.

#### Atención personalizada

Metodoloxías	Descripción
Traballos tutelados	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.

#### Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descripción	Cualificación
Traballos tutelados	A15 A16 A24 A26 B1 B2 B3 B5 B6 B12 B18 C1 C8	Traballo grupal de carácter práctico relacionado coa materia.	50
Proba obxectiva	A8 A24 A35 B1 B3 B5 B6 B13 B27 C1	Exame correspondente ás convocatorias oficiais coa totalidade do temario.	40
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 guía e tutorización 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 do Campus Virtual.

Os traballos e prácticas entregaranse en formato dixital a través do Campus Virtual, sen necesidade de imprimilos.

Tanto nos contidos como no sistema de avaliación atenderanse ás recomendacións de axustes razonables 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	<p>- 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.</p> <p>- Klein, N. ((2001)). No Logo. El poder de las marcas (pp. 30-91 y 505-512). Barcelona: Paidós</p> <p>- Bocock, R. ((1995)). El consumo, (pp.54-112). Madrid: Talasa.</p> <p>- Borràs Català, V. ((1998)). El consumo, un análisis sociológico, (pp.18-90 y 199-227). Barcelona: Cedecs Editorial.</p> <p>- 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)</p> <p>- Veblen, T. ((1974)). Teoría de la clase ociosa, (pp. 1 1-159). México: FCE, 1899.</p> <p>- Bauman, Z. ((2007)). Vida de consumo, (pp.77-1 14). Madrid: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>- Alonso, L. E. et al ((2020)). Estudios sociales sobre el consumo. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas</p> <p>- Alonso, L. E. y Fernández Rodríguez, C. J. ((2023)). Consumo, trabajo y digitalización: una exploración sociológica de la economía de las plataformas. Revista Española de Sociología, Vol. 32, Nº. 3</p> <p>- 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</p> <p>- Riesco, A. et al (2024). Detrás de tu app. Las condiciones laborales de las plataformas digitales en España. Catarata 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) 2005Bocock, R. (1995): El consumo, Madrid: TalasaBorràs 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. 120Bourdieu, P. (1988): La Distinción, Madrid, Taurus.Bree, J. (1995): Los niños, el consumo y el marketing, Barcelona: Paidós.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 Metodológico. CIS. Madrid.Heath, J.; Potter, A. (2005): Rebelarse vende. El negocio de la contracultura. Taurus: Madrid.Klein, N. (2001): No logo. El poder de las marcas. Barcelona: Editorial Paidós. Kotler, P. y Armstrong, G. (2008): Principios de marketing (12ª ed.), Madrid: Pearson / Prentice-Hall.Kotler, P. (1995): Dirección de marketing, Madrid. Prentice-Hall.Lipovetsky, G. (2007): La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo, Barcelona: AnagramaPolítica y Sociedad, nº16, mayo-agosto 1994. Número especial de la revista dedicado a la sociología del consumo.Política y Sociedad, nº39, enero-abril 2002. Número especial de la revista dedicado a la sociología del consumo.Riesco, A. et al (2024): Detrás de tu app. Las condiciones laborales de las plataformas digitales en España. Madrid: Catarata. Ritzer, G. (2000): El encanto de un mundo desencantado: revolución en los medios de consumo. Barcelona: Ariel. Sarabia Sánchez, F.J. (coord.) (1999): Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas, Madrid: Ediciones Pirámide.Sastre, C. (2010): McMundo. Un viaje por la sociedad de consumo. Barcelona: Los libros del Lince. 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.Valles Martínez, M. (2002): Entrevistas cualitativas. Cuadernos Metodológicos. CIS. Madrid.Veblen, T. (1974): Teoría de la clase ociosa, México: FCE, 1899.</p>
---------------------	--



Bibliografía complementaria	<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 Ecomómica: Buenos Aires-México-Madrid</li><li>- Bocock, 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>- 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>
-----------------------------	--

#### Recomendaciones

##### Materias que se recomienda cursar previamente

Métodos e técnicas de Investigación social/615G01105

Metodoloxía da investigación por enquisas/615G01303

##### Materias que se recomienda cursar simultaneamente

##### Materias que continúan o temario

##### Observación



Todos os aspectos relacionados coa ?dispensa académica?, a ?dedicación ao estudo, a ?permanencia? e a ?fraude académica? rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.?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 sostenible 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性os, 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 situacíons 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