UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guía Docente				
Datos Identificativos				2024/25
Asignatura (*)	Socioloxía do Consumo		Código	760G01045
Titulación				
Descriptores				
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. Conocimiento de algunos movimientos de consumidores y de consumo crítico, y la influencia del consumo en las sociedades actuales desde una perspectiva sociológica			

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 movimentos 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

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Inicios e desenvolvemento da sociedade de consumo	- Do capitalismo de producción ao capitalismo de consumo - 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 - As motivacións culturais do consumo - Necesidades e desexos
3. Modelos de consumo e comportamiento do consumidor	- Da producción de bens á producción de marcas - Consumo de marcas e consumo de baixo custe - A influencia no traballo dos novos modelos de consumo
4. Publicidade, medios de comunicación e consumo	- Publicidade e comerciantes de atención - A concentración crecente dos medios - Mercantilización dos medios - Características da información

5. Movimentos de consumidores e consumo crítico	- Os movimentos de consumidores no mundo - O movimento de consumidores en España - Consumo crítico - Consumo colaborativo y capitalismo de plataformas - Comercio xusto
6. O comportamiento do consumidor actual	- O comportamiento do consumidor actual - A estructura de consumo dos fogares españois según súas características sociodemográficas - 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 C6	2	38	40
Lecturas	B2 B14 B17 C1 C4 C6	0	24	24
Proba obxectiva	B2 C1 C6	2	0	2
Discusión dirixida	A35 B8 B9 B15 C1 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	Se fará pra os traballos tutelados, orientando a cada alumno sobre o traballo que pode facer, cómo facelo e fontes de información a utilizar. 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".

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	**Cualificación**
Discusión dirixida	A35 B8 B9 B15 C1 C4	Relacionada coas lecturas que o 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. 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

Observacións avaliación

A
realización dos traballos e lecturas de clase, que deberán facerse semanalmente,
supondrá o 50% da cualificación final (para acadar o aprobado non é necesario
facer o examen). O outro 50% procederá da nota do examen.
Os que non
realicen os traballos semanas de clase poderán optar por facer o examen final
(tanto na 1ª como na 2ª oportunidade) coa materia vista en clase (entregaránse
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, sobre a materia vista en clase-
ou facer os traballos de clase semanalmente, traballos que se irán indicando na plataforma do campus virtual, e
deberán ser entregados nas
mesmas datas que o alumnado asistente a clase.
Para a 2ª oportunidade o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial terá a primeira das opcións (a realización do examen).
Implicacións de plaxio: A realización fraudulenta dos traballos de clase ou actividades de avaliación, unha vez comprobada, implicará directamente a calificación de suspenso "0" na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquer cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria.

Fontes de información

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, 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.- Bourdieu, Pierre (2012). La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Taurus, Madrid (1ª ed. 1979).- Brändle, Gaspar (2017). ?Controversias en torno al impacto social del consumo colaborativo: algunos elementos para la discusión?, redes.com, nº 15, pp. 123-143.- Campos Climent, V. y Sanchis-Palacio, J.R. (2014). El modelo Consum, una cooperativa responsable y sostenible, Vincle, 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).- 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.- Jiménez Herrero, Luis M. (2016). Hacia ciudades y territorios inteligentes, resilientes y sostenibles. Gestión y gobernanza para la gran transición urbana, ASIPS, Madrid.- Klein, Naomi (2002). No logo. El poder de las marcas, Paidós, Barcelona.- 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.- 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.- 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, 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.- VV.AA. (2010). "Ciudadanía del consumo: hacia un consumo responsable", Documentación Social, nº 156, enero-marzo.- Veblen, Thorstein (2002). Teoría de la clase ociosa, FCE, Madrid.- Wu, Tim (2020). Comerciantes de atención. La lucha épica por entrar en nuestra cabeza, Capitán Swing, 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 estudiantes respecto á sostenibilidade 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