



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Socioloxía do Consumo		Código	760G01045
Titulación	Grao en Relacións Laborais e Recursos Humanos (Ferrol)			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro Cuarto	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 do título	
Código	Competencias do título
A18	Interpretar datos e indicadores socioeconómicos.
A35	Análise crítico 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.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
Coñecemento da perspectiva sociolóxica sobre o traballo e as organizacións	A18	B2	C1
	A35	B8	C4
		B9	C6
		B14	
		B15	
		B17	

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Inicios e desenvolvemento da sociedade de consumo	- Do capitalismo de produción 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 comportamento do consumidor	- Da produción de bens á produción 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	- A concentración crecente dos medios - Mercantilización dos medios - Características da información
5. Movimentos de consumidores e consumo crítico	- Os movementos de consumidores no mundo - O movemento de consumidores en España - Consumo crítico - Consumo colaborativo - Comercio xusto
6. O comportamento do consumidor actual	- O comportamento do consumidor actual - Sostenibilidade e responsabilidade social as organizacións

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A18 A35 B2 B8 B15 C6	Traballo de profundización nun tema relacionado coa asignatura, cuxas características se especificarán ao inicio do curso, e que variarán según sexa o tema a estudar.	50
Discusión dirixida	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
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.	0

Observacións avaliación
O alumnado que non poda realizar os traballos semanalmente poderá optar por facer o examen final (tanto en xuño como en xullo) coa materia vista en clase (entregaránse os 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, de preguntas amplias relacionadas cos contidos vistos nas clases e algunhas preguntas relacionadas coas lecturas obrigatorias,- ou facer os traballos de clase semanalmente (o que nos apartados de metodoloxías aparece nomeado como "traballos tutelados" e "discusión dirixida") traballos que se irán indicando na plataforma Moodle, e deberán ser entregados (persoalmente ou por correo electrónico) nas mesmas datas que o alumnado asistente a clase. Pero en todo caso no exame final deberá responderse a algunhas preguntas relacionadas con estes traballos semanais. Para a segunda oportunidade o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial terá a primeira das opcións.

Fontes de información



Bibliografía básica

- 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, Luis Enrique (2017): ¿Consumo colaborativo: las razones de un debate, Revista Española de Sociología, 26 (1), pp. 87-95.- 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).- Bourdieu, Pierre (1997): Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona.- Campos Climent, V. y Sanchis-Palacio, J.R. (2014): El modelo Consum, una cooperativa responsable y sostenible, Vincle, Valencia.- Cañigüeral, 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.- Castells, Manuel (2009): Comunicación y poder, Alianza Editorial, Madrid.- Castillo Castillo, J. (1987): Sociedad de consumo a la española, EUEMA, 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.- 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.- Gimeno Ullastres, J.A. (coord.) (2000): El consumo en España: un panorama general, Fundación Argentaria-Visor Dis, Madrid.- 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.- 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.- 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, Mª Luisa (1999): Los consumidores del siglo XXI, ESIC, Madrid.- VV.AA. ¿Ciudadanía del consumo: hacia un consumo responsable?, Documentación Social, nº 156, enero-marzo 2010.- Veblen, Thorstein (2002): Teoría de la clase ociosa, FCE, 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 estudantes respecto á sustentabilidade 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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías