



DATOS IDENTIFICATIVOS

Socioloxía: Socioloxía do consumo

Materia	Socioloxía: Socioloxía do consumo			
Código	V06G270V01105			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	FB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Socioloxía, ciencia política e da administración e filosofía			
Coordinador/a	Varela Caruncho, María Luz			
Profesorado	Varela Caruncho, María Luz			
Correo-e	lvarela@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia ten como obxectivo fundamental proporcionar ao alumnado os coñecementos necesarios para entender o significado social do consumo así como as lóxicas que subxacen nas diversas prácticas de consumo.			

Competencias

Código	
B3	CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica e xurídica que permitan emitir xuízos sobre temas relevantes no marco do comercio.
B5	CG5. Adquirir habilidades de liderato, traballo autónomo e en equipa, motivación, flexibilidade, así coma comportamento responsable e ético para desenvolverse convenientemente con todos os axentes que operan na organización e no entorno.
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais
C3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
C8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.
C14	CE14. Comprender e saber analizar o rol socioeconómico do emprendedor e do directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.
D4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
D5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
D10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.
D15	CT15. Compromiso ético no traballo.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Coñecer a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.	B3	C3	D4
	B5	C8	D5
	B6	C14	D10 D15
Comprender e analizar a evolución do consumo tendo en conta os cambios económicos, sociais e culturais.	B3	C3	D4
	B5	C8	D5
	B6	C14	D10 D15

Saber recoñecer e avaliar as bases sociais e culturais do funcionamento dos mercados así como os estilos de vida e as prácticas de consumo, dende a perspectiva de xénero.

B3 C3 D4
B5 C8 D5
B6 C14 D10
D15

Contidos

Tema

1. A sociedade de consumo: emerxencia e consolidación.
 - Aproximación á sociedade de consumo: conceptualización e contextualización.
 - Formación e desenvolvemento da sociedade de consumo de masas.
 - A sociedade de consumo en España.
2. Bases sociais e culturais do funcionamento dos mercados.
 - Constitución do suxeito social do consumo: os novos suxeitos de consumo.
 - Consumo e relacións sociais: relacións de xénero e relacións de consumo.
 - A importancia das redes sociais no funcionamento dos mercados.
3. Configuración social do mercado e prácticas de consumo.
 - A(s) cultura(s) de consumo.
 - Os efectos sociais e culturais das prácticas de consumo.
 - A construción das identidades sociais e dos estilos de vida.
4. A política de o consumo: relacións de poder
 - Globalización, produción e consumo.
 - Os novos espazos e tempos de consumo.
 - Os novos modelos e prácticas de consumo.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	27	56	83
Estudo de casos	10	15	25
Traballo tutelado	10	30	40
Exame de preguntas obxectivas	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición dos contidos da materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices de traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo alumnado.
Estudo de casos	Nas clases prácticas realizaranse diversas actividades relacionadas con feitos, problemas, situacións, etc. De cada unha de as actividades realizadas entregarase un informe.
Traballo tutelado	O alumnado realizará un traballo sobre consumo a partir do guión que se lle proporcionará ao comezo do curso. O traballo será en grupo. O seguimento do traballo realizarase nas clases prácticas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Realizarase un seguimento personalizado, individualmente ou en grupo reducido, dos traballos.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Estudo de casos	Valorarase a resolución dos supostos prácticos plantexados.	10	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15
Traballo tutelado	Valorarase a elaboración dun traballo que se irá desenvolvendo nas clases prácticas.	25	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15
Exame de preguntas obxectivas	Realizarase proba tipo test sobre todos os contidos da materia.	65	B3 B5 B6	C3 C8 C14	D4 D5 D10 D15

Outros comentarios sobre a Avaliación

AVALIACIÓN CONTINUA

O alumnado deberá asistir, polo menos, ao 80% das sesións presenciais da materia. Esta avaliación continua realizarase tal e como figura no apartado de Avaliación.

Renuncia á Avaliación Continua: Poderase renunciar a a avaliación continua, por causas xustificadas, presentando un escrito á persoa responsable da docencia. Prazo: un mes dende o inicio da actividade docente.

EXAMÉN FINAL

O alumnado que non se acolla ao sistema de avaliación continua será avaliado nun exámen final nas datas fixadas polo Centro. Este exámen final será unha proba escrita de carácter teórico-práctico no que se incluírán todos os contidos da materia. Representará o 100% da nota final.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Alonso, L.E., **La era del consumo**, Siglo XXI, 2005

Bauman, Z., **Vida de consumo**, Fondo de Cultura Económica, 2007

Alonso L.E., **Prácticas económicas y economía de las prácticas**, Libros de la Catarata, 2009

Baudillard, J., **La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras**, Siglo XXI, 2009

Bocock, R., **El consumo**, Talasa, 1993

Bourdieu, P., **La distinción**, Taurus, 2006

Lipovetsky, G., **La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo**, 3ª ed., Anagrama, 2016

Marinas, J.M., **Investigar la cultura del consumo**, Síntesis, 2010

Sassatelli, R., **Consumo, cultura y sociedad**, Amorrortu, 2012

Sennett, R., **La cultura del nuevo capitalismo**, 3ª ed., Anagrama, 2008

Arribas Macho, J.M., **Sociología del consumo e investigación de mercados**, UNED, 2013

Bibliografía Complementaria

Recomendacións
