



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	Bruna Quintas, Maria Cristina Carmen			
Profesorado	Bruna Quintas, Maria Cristina Carmen			
Correo-e	cbruna@uvigo.es			
Web	http://euee.uvigo.es			
Descrición xeral	La materia tiene como objetivo fundamental la de proporcionar al alumnos los conocimientos necesarios para entender el consumo como práctica social			

Competencias de titulación

Código	
A1	CE1. Coñecer e comprender os conceptos fundamentais e a evolución da economía e da actividade empresarial desde unha tripla perspectiva: crecemento económico, cambio estrutural e internacionalización.
A3	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.
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
B8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
B11	CT11. Capacidade de adaptación a novas situacións.
B15	CT15. Compromiso ético no traballo.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)Conocer la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	A1
(*)Conocer la evolución del consumo según los cambios socio-económicos y pautas socio-culturales.	A1
(*)Saber interpretar la dimensión social y simbólica del consumo como parte de los estilos de vida y de los consumos distintivos.	A3
(*)Saber reconocer las identidades sociales, las sensibilidades y percepciones que desde los grupos sociales se da al consumo y a sus manifestaciones en el ámbito de la vida privada.	A1
(*)Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico, en especial para aplicar los conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	B5
(*)Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.	B4
(*)Capacidad para el trabajo en equipo.	B8
(*)Compromiso ético en el trabajo.	B15
(*)Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo	B3
(*)Capacidad de adaptación a nuevas situaciones y apreciar diferentes puntos de vista.	B9
	B11

Contidos	
Tema	
(*)1. La sociedad de consumo: emergencia y consolidación.	(*)- Las diferentes aproximaciones al consumo: perspectivas clásicas y contemporáneas de la Sociología del Consumo. - Formación y consolidación de la sociedad de consumo de masas: fordismo y McDonalización.
2. Bases sociales y culturales del funcionamiento de los mercados.	- La sociedad de consumo en España.
- Constitución del sujeto social del consumo. - La producción social de las necesidades y su satisfacción. - Relaciones sociales y estructuración de la actividad económica. - La importancia de las redes sociales en el funcionamiento de los mercados.	
3. Configuración social del mercado y prácticas de consumo.	
- Los efectos sociales y culturales de las prácticas de consumo. - Relación entre la estructura social y los mecanismos de distribución y consumo. - Nuevos movimientos sociales y sus formas de vida y comercio: ecologismo, feminismo, comercio justo, etc.	
4. Los procesos de globalización y consumo.	
- El modelo de consumo global postfordista - Nuevos espacios y estilos de consumo: unificado, individualizado y diferenciado.	
5. Estilos de vida y consumo.	
- Modelos culturales de la sociedad de consumo postmoderna. - Identidades sociales, estilos de vida y prácticas de consumo en la actualidad. - Género y consumo	
(*)2. Bases sociales y culturales del funcionamiento de los mercados.	(*)- Constitución del sujeto social del consumo. - La producción social de las necesidades y su satisfacción. - Relaciones sociales y estructuración de la actividad económica. - La importancia de las redes sociales en el funcionamiento de los mercados.
(*)3. Configuración social del mercado y prácticas de consumo.	(*)- Los efectos sociales y culturales de las prácticas de consumo. - Relación entre la estructura social y los mecanismos de distribución y consumo. - Nuevos movimientos sociales y sus formas de vida y comercio: ecologismo, feminismo, comercio justo, etc.
(*)4. Los procesos de globalización y consumo.	(*)- El modelo de consumo global postfordista - Nuevos espacios y estilos de consumo: unificado, individualizado y diferenciado.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	28	56	84
Traballos de aula	6	6	12
Presentacións/exposicións	10	30	40

Debates	2	4	6
Saídas de estudo/prácticas de campo	2	4	6
Probas de resposta curta	2	0	2

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	(*)-Exposición por parte de la profesora de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el alumnado.
Traballos de aula	(*)-El alumnado desarrollará ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión de la profesora.
Presentacións/exposicións	(*)-Exposición por parte del alumnado de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto. Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.
Debates	(*)-Charla abierta entre un grupo de alumnos/as sobre los contenidos de la materia y/o el análisis de un caso.
Saídas de estudo/prácticas de campo	(*)-El alumnado realizará una salida con el objeto de aplicar los conocimientos a situaciones concretas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Presentacións/exposicións	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	(*)Valorarase a *profundidade do traballo, a claridade de conceptos e a claridade *expositiva	25
Debates	(*)Se cuantificará la participación en los debates realizados	10
Saídas de estudo/prácticas de campo	(*)Aprovechamiento y obtención de conclusiones de la práctica de campo realizada.	5
Probas de resposta curta	(*)Realizaranse dúas probas de resposta curta de *carácter teórico-práctico sobre os contidos da materia.	60

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións