FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	34429
Nombre	Análisis sociológico del consumo
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2021 - 2022

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1310 - Grado de Sociología	Facultad de Ciencias Sociales	4	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1310 - Grado de Sociología	21 - Análisis sociológico del consumo	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
XAMBO OLMOS, RAFAEL VICENT	330 - Sociología y Antropología Social

RESUMEN

Después de un análisis crítico de las teorías económicas sobre el consumo, procederemos a la descripción del proceso histórico de constitución del consumo de masas. A continuación nos ocuparemos de la formación del mercado neocapitalista y la crisis del consumo de masas. Con la revisión de los paradigmas teóricos en la investigación de mercados y las técnicas de investigación social que se aplican, completaremos este curso.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Es conveniente el dominio de las técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social para poder aplicarlas al análisis del consumo. Así mismo, para una buena comprensión de los debates teóricos en este campo es muy recomendable haber cursado con éxito la asignatura Teoría social contemporánea

COMPETENCIAS

1310 - Grado de Sociología

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al acabar con éxito la asignatura Análisis sociológico del Consumo el/la estudiante podrá:

- Comprender el fenómeno del consumo de masas y sus transformaciones desde una perspectiva poliédrica en que se incluyen la individual, grupal y social. Y también, desde otra perspectiva, la cultural, económica y sociohistórica.
- Analizar los procesos de consumo con las herramientas de la sociología.
- Desarrollar estudios de mercado.
- Interpretar los datos cuantitativos y cualitativos que resultan de las investigaciones en el campo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La sociedad de consumo en España.

La Sociología del consumo: metodologías de investigación.
El '*subconsum autoritario (1930-1960). Los comienzos del consumo a la española (1960- 1970). Crisis económica y de modelo de producción.

2. La sociedad de consumo masivo.

El posfordismo: reconversión y fragmentación industrial. Declive de las políticas sociales y vulnerabilización laboral.
Descripción y análisis de los nuevos consumibles y las nuevas formas de compra. El sexo del consumo.
La publicidad autorreferente: el consumidor construido.

3. Dimensiones y evolución del consumo según la teoría económica.

Crisis económica y Estado del Bienestar. Teoría neoclásica de la demanda. Mercados, consumidores y precios.
Políticas proteccionistas y control del conflicto social. Las sociedades de la opulencia y el reparto del excedente. Necesidades y gustos.

4. El consumo y las estructuras simbólicas.

Producción y reproducción del valor. Bienes profanos y sagrados. Dialéctica del don. Derroche y consumo. El fetichismo de las mercancías. Dinámica del deseo. Mecánica grupal: envidia y emulación. Multitudes en la era de las masas.

5. Consumo y clases sociales.

La competitividad distintiva en las sociedades capitalistas de consumo. Espacio, posición y situación social. La lógica distintiva y el consumo de signos.
Límites ecológicos del consumo: la sustentabilidad en la economía-mundo.

6. El consumo como eje de la construcción de las identidades.

Moda versus biografía. Sujetas débiles, objetos efímeros. Valores posmaterialistas y consumo de inmateriales.
Estilos expresivos: identidad y diferencia. Los márgenes de la sociedad de consumo: exclusión o rebelión.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases teórico-prácticas	60,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	5,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	20,00	0
Elaboración de trabajos individuales	5,00	0
Estudio y trabajo autónomo	10,00	0
Lecturas de material complementario	15,00	0
Preparación de actividades de evaluación	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	15,00	0
Resolución de casos prácticos	10,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

a) Sesiones expositivas por parte del profesor para cada uno de los temas del programa. Estas sesiones se centrarán en la explicación de los conceptos, dimensiones, interdependencias analíticas y datos empíricos claves que las/los estudiantes tienen que aprender a manejar

b) Lectura de textos breves, para leer y trabajar en el aula, que tienen por finalidad introducir un aspecto polémico o problemático en relación a cada uno de los temas del programa

c) Sesiones de discusión y análisis grupal a partir de materiales audiovisuales, como por ejemplo por películas o documentales, que tienen como objetivo suscitar nuevos interrogantes sobre los contenidos del programa de la asignatura

d) Realización de un trabajo en equipo. Las directrices específicas para la realización del trabajo se especificarán en el aula virtual y se explicarán con detalle en clase. Este trabajo será objeto de orientación, seguimiento y supervisión por parte del profesor.

e) Asistencia y participación activa a las conferencias que se organizan como actividades complementarias a lo largo del cuatrimestre.

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación de la asignatura:

1.- Seguimiento de las prácticas realizadas durante el curso tanto individuales como de grupo, incluyendo también asistencia en charlas y otras actividades. 40 por ciento de la nota final.

2.- Examen escrito final. 60 por ciento de la nota final.

Para aprobar la asignatura será requisito indispensable obtener un 5 como mínimo en el examen final.

REFERENCIAS

Básicas

- Arribas Macho, J. M. (coord.) Sociología del consumo e investigación de mercados. Una guia didàctica, UNED, Madrid, 2013
- Alonso, L.E. y Conde, F.: Historia del consumo en España. Debate, Madrid, 1994.
- Featherstone, M.: Cultura de consumo y postmodernismo. Amorrortu, Buenos Aires, 2000.

Complementarias

- Política y sociedad nº 16. Mayo-Agosto 1994.
  Política y sociedad nº 39/2. 2002.Text referència
- Alonso, L.E.: La era del consumo. Madrid, SigloXXI, 2005.
- Baudrillard, J.:
  (1969) El sistema de los objetos. Madrid, Siglo XXI.
  (1974) La sociedad de consumo. Barcelona, Plaza & Janés.
  (1996) El crimen perfecto. Barcelona, Anagrama.
  (2000) El intercambio imposible. Madrid, Cátedra.
- Bauman, S.:
  (2000) Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Barcelona, Gedisa.
  (2002) Modernidad líquida. México, FCE.
  (2005) Amor líquido. Madrid, FCE.
  (2007) Vida de consumo. Madrid, FCE.
- Benjamin, W.: La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Madrid, Taurus, 1973.
- Boltanski, L. y Chiapello, E.: El nuevo espíritu del capitalismo. Madrid, Akal, 2002.
- Borrás, V.: El consumo, un análisis sociológico. Barcelona, Cedecs, 1998.
  Bourdieu, P.:
  (1991) La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Madrid, Taurus.
  (1997) Razones prácticas. Barcelona, Anagrama.
- Debord, G.:
  (1990) Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Barcelona, Anagrama.
  (2006) El planeta enfermo. Barcelona, Anagrama.
  Harvey, D.: Breve historia del neoliberalismo. Madrid, Akal, 2007.
  Ibáñez, J.: Por una sociología de la vida cotidiana. Madrid, Siglo XXI, 1994.

- Lipovetsky, G.:
  (1990) El imperio de lo efímero. Barcelona, Anagrama.
  (2007) La felicidad paradójica. Barcelona, Anagrama.
  - y Roux, E.: El lujo eterno. Barcelona, Anagrama, 2004.
- Macpherson, C.B.: La teoría política del individualismo posesivo. Madrid, Trotta, 2005.
  Maffesoli, M.:
  (1990) El tiempo de las tribus. Barcelona, Paidós.
  (2001) El instante eterno. Barcelona, Paidós.
- Polanyi, K.: La gran transformación. Madrid, La Piqueta, 1989.
- Ritzer,G.:
  (1996) La MacDonalización de la sociedad. Madrid, Ariel.
  (2000) El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo. Barcelona, Ariel.
- Schor, J. B.: Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores infantiles. Barcelona, Paidós, 2006.
- Veblen, Th.: Teoría de la clase ociosa. México, FCE, 1971.
- Watzlawick, P.; Beavin, J.H. y Jackson, D.D.: Teoría de la comunicación humana. Barcelona, Herder, 1986.
- Weber, M.: La ética protestante y el espíritu del capitalismo. Barcelona, Península, 1988.
- Textos del curs de la Universitat Complutense 'Praxi de la Sociologia del consum i de la comunicació': http://www.ucm.es/info/praxis1/textos.htm;
  Ortí, A.: Esquemas didácticos: http://www.ucm.es/info/praxis1/
  document.htm

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

FICHA DE ADDENDA DE LA GUÍA DOCENTE 1r quatrimestre 4 CURSO 2020-21	
Nombre de asignatura	**Análisis Sociológico del Consumo**
Titulación	**Grado de Sociología**

1. CONTINGUTS/CONTENIDOS/CONTENTS

Se mantienen los contenidos incluidos en la guía docente original

2. VOLUM DE TREBALL I PLANIFICACIÓ TEMPORAL DE LA DOCÈNCIA

Se mantienen las actividades y volumen de trabajo de la guía docente original. La planificación de sesiones se especificará a principio de curso.

3. METODOLOGIA DOCENT/METODOLOGÍA DOCENTE/TEACHING METHODOLOGY

Las clases se impartirán de manera presencial, así también como las actividades prácticas y tutorías colectivas establecidas en las guías docentes. Las tutorías individuales serán preferentemente virtuales.

Por lo que se refiere al estudiantado afectado o en situación de vulnerabilidad, la metodología docente será adaptada a algún tipo de actividad no presencial, entre las cuales podrá estar la asignación de trabajos individuales; el desarrollo de un proyecto individual; el estudio de una bibliografía específica o las tutorías por videoconferencia.

En caso de que la situación sanitaria imponga que la totalidad de la docencia se desarrolle online, todas las sesiones se sustituirán por subida de materiales en Aula virtual, videoconferencia síncrona, diapositivas locutadas o grabación de clases. En el caso de las actividades prácticas, se garantizará la interacción con estudiantado mediante videoconferencia, foro o chat en aula virtual. Dado el caso, las adaptaciones correspondientes serán comunicadas a través del aula virtual por el equipo docente de la asignatura.

4. AVALUACIÓ/EVALUACIÓN/EVALUATION

Se mantienen los criterios de la guía docente y las Especificaciones a la Guía en cuanto a la ponderación de la evaluación de cada tipo de actividad.

En relación con el estudiantado afectado o en situación de vulnerabilidad, la proporción de calificación de las actividades de grupo evaluables se trasladará a actividades individuales.

En caso de que la situación sanitaria imponga que la prueba final se desarrolle online, se propondrá una evaluación por la combinación de las tres siguientes modalidades: 1) prueba escrita individual por tarea síncrona mediante cuestionario por aula virtual; 2) prueba escrita individual por tarea síncrona mediante preguntas de desarrollo por aula virtual; 3) prueba escrita individual síncrona mediante caso práctico por aula virtual.

5. BIBLIOGRAFIA/BIBLIOGRAFÍA/BIBLIOGRAPHY

Se mantiene la bibliografía existente en la guía. Si la situación sanitaria impone cierre de bibliotecas, se facilitará material de apoyo a través del aula virtual.