



## 1. Identificación

### 1.1. De la Asignatura

Curso Académico	2021/2022
Titulación	GRADO EN MARKETING
Nombre de la Asignatura	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO
Código	3655
Curso	CUARTO
Carácter	OPTATIVA
N.º Grupos	1
Créditos ECTS	6
Estimación del volumen de trabajo del alumno	150
Organización Temporal/Temporalidad	1 Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	ESPAÑOL
Tipo de Enseñanza	Presencial

### 1.2. Del profesorado: Equipo Docente

Coordinación de la asignatura GASPAR RUFO BRÄNDLE SEÑAN	Área/Departamento	SOCIOLOGÍA/SOCIOLOGÍA
	Categoría	PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD
	Correo Electrónico /	<a href="mailto:gbrandle@um.es">gbrandle@um.es</a>
	Página web / Tutoría electrónica	<a href="https://webs.um.es/gbrandle/">https://webs.um.es/gbrandle/</a> Tutoría Electrónica: Sí



Grupo de	Teléfono, Horario y	Duración	Día	Horario	Lugar	Observaciones
Docencia: 1 Coordinación de los grupos:1	Lugar de atención al alumnado	Segundo Cuatrimestre	Martes	09:30- 11:00	868889317, Facultad de Economía y Empresa	Escenarios A y B (semipresencial): a través de las herramientas del Aula Virtual (mensajes, videoconferencia, etc.)Escenario C (presencial): Despacho A0/03.
		Segundo Cuatrimestre	Miércoles	13:00- 14:30	868889317, Facultad de Economía y Empresa	Escenarios A y B (semipresencial): a través de las herramientas del Aula Virtual (mensajes, videoconferencia, etc.)Escenario C (presencial): Despacho A0/03.
PEDRO	Área/Departamento	SOCIOLOGÍA/SOCIOLOGÍA				
SANCHEZ VERA	Categoría	CATEDRATICOS DE UNIVERSIDAD				
Grupo de Docencia: 1	Correo Electrónico / Página web / Tutoría electrónica	psvera@um.es psvera@um.es Tutoría Electrónica: Sí				



	Teléfono, Horario y Lugar de atención al alumnado	Duración	Día	Horario	Lugar	Observaciones
		Anual	Miércoles	15:30- 17:30	868883833, Facultad de Economía y Empresa	Escenario A y B (semipresencial): a través de las herramientas del Aula Virtual (mensajes, videoconferencia, etc.)Escenario C (presencial): Despacho A5/05.
		Anual	Jueves	18:00- 20:30	868883833, Facultad de Economía y Empresa	Escenario A y B (semipresencial): a través de las herramientas del Aula Virtual (mensajes, videoconferencia, etc.)Escenario C (presencial): Despacho A5/05.
MARIA BELEN	Área/Departamento	SOCIOLOGÍA/SOCIOLOGÍA				
GARCIA CARRERO	Categoría	ASOCIADO A TIEMPO PARCIAL				
Grupo de Docencia: 1	Correo Electrónico /	mbelem.garciac@um.es				
	Página web / Tutoría electrónica	mbelem.garciac@um.es Tutoría Electrónica: Sí				



	Teléfono, Horario y Lugar de atención al alumnado	Duración	Día	Horario	Lugar
		Anual	Martes	17:30- 19:00	868884433, Facultad de Economía y Empresa
		Anual	Jueves	17:00- 18:30	868884433, Facultad de Economía y Empresa

## 2. Presentación

El objetivo de esta asignatura es introducir al alumno con los fundamentos sociológicos de la sociedad de consumo de masas, así como las teorías y las tendencias recientes en consumo

## 3. Condiciones de acceso a la asignatura

### 3.1 Incompatibilidades

No consta

### 3.2 Recomendaciones

No las hay, se supone que el alumno ya ha cursado alguna materia de Sociología en el Grado en Marketing

## 4. Competencias

### 4.1 Competencias Básicas

- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- CB1. 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



- CB2. 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
- CB3. 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
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

## 4.2 Competencias de la titulación

- CG11. Tener capacidad para la resolución de problemas relacionados con el ámbito del marketing.
- CG1. Ser capaz de expresarse correctamente en la lengua castellana en su ámbito disciplinar.
- CG4. Considerar la ética, la integridad intelectual, la sostenibilidad y la responsabilidad social como valores esenciales de la práctica profesional.
- CG5. Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo.
- CG6. Ser capaz de trabajar en equipo y relacionarse con otras personas del mismo o distinto ámbito profesional.
- CG7. Desarrollar habilidades de iniciación a la investigación.
- CG8. Tener capacidad de análisis y síntesis en entornos relacionados con el marketing.
- CG9. Tener capacidad de organización y planificación de procesos de venta.
- CG10. Tener habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- CG14. Tener habilidad en las relaciones personales.
- CG15. Ser capaz de trabajar en diversos entornos sociales y multiculturales.
- CG16. Tener capacidad crítica y autocrítica.
- CG17. Tener capacidad de aprendizaje autónomo.
- CG20. Tener capacidad para plantear respuestas innovadoras a los desafíos empresariales.
- CG21. Tener habilidad para establecer protocolos que garanticen la calidad de procedimientos de actuación.
- CG22. Tener sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales.
- CE4. Conocer el sistema social y su estructura. Saber relacionar de manera coherente y fundamentada los rasgos principales del sistema social y su estructura.
- CE12. Tener conocimientos del comportamiento de los mercados, de los compradores organizacionales y de los consumidores. Saber poner en relación los mecanismos de comportamiento de los mercados y los patrones de funcionamiento de los compradores organizacionales y de los consumidores.
- CE13. Conocer las herramientas y técnicas cuantitativas aplicadas al marketing. Caracterizar y saber relacionar las herramientas y técnicas cuantitativas aplicadas al marketing.
- CE14. Conocer los métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas para la investigación de mercados y ser capaz de diferenciarlas, jerarquizarlas y aplicarlas.
- CE17. Ser capaz de analizar y comprender el comportamiento de los consumidores y compradores organizacionales desde la perspectiva de marketing.
- CE18. Ser capaz de planificar, desarrollar y redactar proyectos de investigación de mercados.
- CE20. Ser capaz de identificar las fuentes de información económica y del mercado relevantes y su contenido.
- CE23. Ser capaz de discernir el comportamiento ético de la empresa. Identificar comportamientos éticos de la empresa y discernir su sentido, valor y aplicabilidad.
- CE26. Ser capaz de aplicar criterios profesionales, basados en el manejo de instrumentos técnicos, al análisis de los problemas.



- CE28. Ser capaz de establecer mecanismos de coordinación interfuncional de manera coherente y práctica.

#### 4.3 Competencias transversales y de materia

### 5. Contenidos

1. Hacia una definición del consumo. Sociedad de consumo. Definición y características de la sociedad de consumo de masas.
2. Cuerpo, sociedad y Tendencias, debates y políticas recientes en torno al cuerpo. Plusvalías sociales y consumo, algunos conceptos.
3. Moda y consumo. Teorías sociológicas sobre la moda y el vestir. Moda, indumentaria y cambio social. Moda e identidad: Simmel, Sennet, Featherstone, Giddens, Foucault, Elias, Bourdieu, Ranger. Moda y género. Moda, adorno y sexualidad. La industria de la moda y la sociedad de consumo de masas. Uniformidad y diferenciación: moda, cultura, clase, ideología y personalidad.
4. Algunas fuentes primarias de interés para la Sociología del Consumo.
5. Hacia un estatuto teórico del consumo. El fenómeno del consumo en la teoría sociológica. Algunos autores
6. Socialización y consumo. Objetividad y subjetividad del consumo. El sujeto ante el consumo. Plusvalías sociales y consumo. La contracción de los hábitos de consumo. El cuerpo como referente. El status social y el consumo. Edad y consumo. Género y consumo. Mujer y el consumo. El consumo en una sociedad de públicos. Los segmentos y los sub-segmentos de consumidores vistos desde la perspectiva sociológica. Los niños y el consumo. Los jóvenes y el consumo. Los adultos jóvenes y el consumo. Los seniors y el consumo.
7. Contexto general del nacimiento de la sociedad de consumo en España. Sus raíces históricas y sociales. Características generales del nacimiento de la sociedad de consumo en España.

### PRÁCTICAS

Práctica 1. Monografías: Global

-PRÁCTICA 1

Comentarios a los DOCUMENTOS DE PRÁCTICAS:

- Pierre Bourdieu. "El habitus y los estilos de vida".  
"Notas provisionales sobre percepción social del cuerpo"
- José Castillo Castillo. "El cuerpo recreado. La construcción social de los atributos corporales".
- Pedro Sánchez Vera: "Cuerpo, clase y alimentación: Sancho Panza y los españoles".

-VIDEO Pierre Bourdieu. Grandes pensadores del siglo XX

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_BkO\\_wjL-LM](https://www.youtube.com/watch?v=_BkO_wjL-LM)

PRÁCTICA 2: VISIONADO Y COMENTARIOS DE VIDEOS POR ESCRITO



1. VIDEO: LA ETERNA JUVENTUD (1 h 9 m)

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/comando-actualidad/comando-actualidad-eterna-juventud/3330678/>

2. VIDEO: Envejecemos y seremos menos (28.46 m)

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/redes/redes-envejecemos-seremosmenos/1025118/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWNhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0zJm1vZGw9VE9DJmxvY2FsZT1lcyZwYWdlU2l6ZT0xNSZjdHg9MTcwNSZhZHZTZWFyY2hPcGVuPWZhbHNI>

3. VIDEO: Claves para aumentar la esperanza de vida (28.31 m)

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/redes/redes-claves-para-aumentar-esperanzavida/1224868/>

1. VIDEO: El sexo en el siglo XXI (52.29 m)

<http://www.rtve.es/television/20110628/documentos-tv-sexo-siglo-xxi/444220.shtml>

1. VIDEO: La ciencia de la belleza (28.40 m)

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/redes/redes-cienciabelleza/1133456/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWNhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm1vZGw9VE9DJmxvY2FsZT1lcyZwYWdlU2l6ZT0xNSZjdHg9MTcwNSZhZHZTZWFyY2hPcGVuPWZhbHNI>

-PRÁCTICA 3

1. "SLOW: Una nueva Cultura del Tiempo" (23.25 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=kCX6Cw0Hdto>

2. El decrecimiento como alternativa (47.34 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=xopPWI6Mom8>

3. DECRECIMIENTO. SERGE LATOCUHE 8.43 m y 8.52

<https://www.youtube.com/watch?v=fvBsiP3hAmA> 1/2

<https://www.youtube.com/watch?v=4XTWMLU92cc> 2/2

4. PRODUCTOS DEL COMERCIO JUSTO

Comercio justo a cualquier precio (Documental completo) (51.40 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=NtkiDE-XQjs>

5. CROWDFUNDING LA FORMA MÁS NOVEDOSA DE HACER REALIDAD TUS IDEAS (1 h. 54 m)



<https://www.youtube.com/watch?v=PbYfC4FbNHw>

6. Tiempo al tiempo (2.16 m)

<http://www.rtve.es/alicarta/videos/documentos-tv/documentos-tv-tiempotiempo/538899/>

7. Carl Honoré, fundador del movimiento slow life:

The Slow Revolution - Carl Honoré (1) (16.14 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=dvmVc4niqPI>

Carl Honoré, autor de "El elogio de la lentitud" (1.53 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=1Rn1YR6HWDY>

8. Vida verde - Vestir el cuerpo y habitar el espacio de forma sostenible (49.59 m)

<http://www.rtve.es/alicarta/audios/vida-verde/vida-verde-vestir-cuerpo-habitar-espacioforma-sostenible-14-05-11/1099736/>

9. Salud, renovables y economía del bien común (50.08 m)

[http://www.rtve.es/alicarta/audios/vida-verde/vida-verde-salud-renovables-economiadel-bien-comun-22-06-](http://www.rtve.es/alicarta/audios/vida-verde/vida-verde-salud-renovables-economiadel-bien-comun-22-06-13/1884829/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWVhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm9yZGVyQ3JpdGVyaWE9REVTQyZtb2RsPV)

[13/1884829/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWVhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm9yZGVyQ3JpdGVyaWE9REVTQyZtb2RsPV](http://www.rtve.es/alicarta/audios/vida-verde/vida-verde-salud-renovables-economiadel-bien-comun-22-06-13/1884829/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWVhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm9yZGVyQ3JpdGVyaWE9REVTQyZtb2RsPV)  
[RPQyZsb2NhbGU9ZXMmcGFnZVNpemU9MTUmY3R4PTM1MDEwJmFkdINiYXJj](http://www.rtve.es/alicarta/audios/vida-verde/vida-verde-salud-renovables-economiadel-bien-comun-22-06-13/1884829/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWVhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm9yZGVyQ3JpdGVyaWE9REVTQyZtb2RsPV)  
[aE9wZW49ZmFsc2U=](http://www.rtve.es/alicarta/audios/vida-verde/vida-verde-salud-renovables-economiadel-bien-comun-22-06-13/1884829/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWVhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm9yZGVyQ3JpdGVyaWE9REVTQyZtb2RsPV)

10. Finanzas éticas (57.38 m)

<http://www.rtve.es/alicarta/videos/documentos-tv/documentos-tv-finanzaseticas/1629722/>

11. UTOPIA (11.13 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=eWaS0Wp4arl>

12. La Permacultura (40.19) [https://www.youtube.com/watch?v=Zuu9\\_PPqtCA](https://www.youtube.com/watch?v=Zuu9_PPqtCA) -PRÁCTICA 4

JUEVES DÍA 12 DICIEMBRE

PROXIMO CURSO: NUEVO: AÑADIR UN PAR DE VIDEOS SOBRE LA MODA

1. Seminario introductorio al pensamiento de Giles



LIPOVETSKY" (1 h 16:25 m)

<http://www.youtube.com/watch?v=hRMobJKy6Bs>

2. LIPOVETSKY: la sociedad de hiperconsumo. (1 h. 08 m.)

<http://www.youtube.com/watch?v=r3ychf3IR0w>

3. LIPOVETSKY: Hiperconsumo y publicidad (1.53 m)

[http://www.youtube.com/watch?v=1jQJIEh6\\_vQ](http://www.youtube.com/watch?v=1jQJIEh6_vQ)

4. Moda, Consumo y Sociedad líquida (36.52 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=p2FHS4ballU>

5. Moda: los cambios sociales (27 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=ACpHIpQDLBc>

6. Influencia de los Medios y la Moda en la Sociedad (4.5 m)

<https://www.youtube.com/watch?v=0LypbOR9Wnc>

#### -PRÁCTICA 5

JUEVES DÍA 12 DICIEMBRE

1. "Comprar, tirar, comprar" (La historia secreta de la obsolescencia programada) (1 h 17 m)

<http://www.rtve.es/television/documentales/comprar-tirar-comprar/>

2:VIDEO: Consumo: el imperio de los sentidos

<http://www.rtve.es/television/20131003/documentos-tv-consumo-imperio-sentidos/755040.shtml>

4. El poder de las redes sociales (28.14 m)

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/redes/redes-poder-redessociales/1063591/#aHR0cDovL3d3dy5ydHZILmVzL2FsYWVhcnRhL2ludGVybm8vY29udGVudHRhYmxlLnNodG1sP3BicT0yJm1vZGw9VE9DJmxvY2FsZT1lcyZwYWdIU2I6ZT0xNSZjdHg9MTcwNSZhZHZTZWFyY2hPcGVuPWZhbHNI>

#### SEMINARIOS EXTRAORDINARIOS

Cine y Sociedad de Consumo

- Visionado

Película: "Mon oncle" (mi tío). Director: Jacques Tatí (1.958)



<http://mon-oncle.deserial.com/ver-pelicula/dHQwMDUwNzA2/>

-Visionado

Película: El fundador. Directores: John Lee Hancock y por Robert D. Siegel (2016)

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_\\_MwAvnWIUU](https://www.youtube.com/watch?v=__MwAvnWIUU)

es una película biográfica de 2016. Dirigida por cuenta la historia de Ray Kroc y su adquisición de la cadena de comida rápida McDonalds.

## Práctica 2. Nueva Práctica: Global

### Monografías

MONOGRAFÍAS (para entrevista personal con el profesor).

-Lipovetsky, G. (2.007) La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Anagrama. Barcelona

- Lipovetsky, G.; Roux, E. (2.014) El lujo eterno (De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas). Anagrama. Barcelona.

-Ritzer G (1.999) La McDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana. Ariel. Barcelona

## 6. Metodología Docente

Actividad Formativa	Metodología	Horas Presenciales	Trabajo Autónomo	Volumen de trabajo
AF1 clase magistral		30		30.00
AF2 Tutoría ECTS o trabajos dirigido		15		15.00
Nueva ActividadAF6 Trabajo Autónomo del alumno		0	90	90.00
AF7 Seminarios		5		5.00
AF8 Aprendizaje orientado a proyectos / Elaboración,Exposición y discusión de trabajos		10		10.00
	Total	60	90	150



Docencia en presencialidad adaptada

Todos los aspectos referidos a la presencialidad adaptada seguirán lo establecido en el Plan de Contingencia 4 (PC4) aprobado en la sesión ordinaria del 27 de mayo de la Junta de Facultad de la Facultad de Economía y Empresa y, en su caso, sus posibles modificaciones.

(Información actualizada en: <https://www.um.es/web/economiayempresa/conoce-la-facultad/actualidad-covid-19-curso-2021-22>)

Se respetarán siempre los horarios y los desdobles oficialmente aprobados en la Junta de Facultad según el POD del curso 2021/2022. En el escenario de presencialidad adaptada, las clases que no puedan impartirse presencialmente lo harán a través de videoconferencia de forma síncrona.

## 7. Horario de la asignatura

<https://www.um.es/web/estudios/grados/marketing/2021-22#horarios>

## 8. Sistema de Evaluación

Métodos / Instrumentos	Prueba final oral y/o escrita.
Criterios de Valoración	
Ponderación	50



Métodos / Instrumentos	Pruebas intermedias orales y/o escritas.
Criterios de Valoración	
Ponderación	10
Métodos / Instrumentos	Seminarios, trabajos, prácticas e informes escritos y/o presentación pública de los mismos.
Criterios de Valoración	
Ponderación	40

### Fechas de exámenes

<https://www.um.es/web/estudios/grados/marketing/2021-22#examenes>

## 9. Resultados del Aprendizaje

## 10. Bibliografía

### Bibliografía Complementaria



Alonso, Luis Enrique, La era del consumo / (2005) ,Siglo XXI,



Alonso L E, Conde F (1.994) Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo. Debate. Madrid.

## 11. Observaciones y recomendaciones

La evaluación continua a través de las distintas actividades formativas son válidas para todas las convocatorias del curso académico.



NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES. Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV; <http://www.um.es/adv/>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión. El tratamiento de la información sobre este alumnado es de estricta confidencialidad.