

LLICENCIATURA DE PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES. CURS 1999-00.
SOCILOGIA DEL CONSUM.
Codi 20657.

Nombre de crèdits: 5.
Primer semestre.

Professor Josep Verdager.
Despatx B3-139.

Objectius:

El consum és una pràctica social, cultural i econòmica fonamental. El consum, associat a la ideologia del *consumisme*, ha fet bona la idea que la biografia i la història també depenen de què i de com consumim. L'ús simbòlic i comunicatiu dels objectes de consum juga un paper decisiu en el procés de construcció social de la realitat, tant en la seva dimensió objectiva com en la subjectiva. Per això la sociologia no ha pogut prescindir de l'estudi racional i sistemàtic d'un aspecte social tan fonamental.

L'objectiu d'aquest curs és el d'introduir als estudiants en tota una sèrie de conceptes i teories per tal de facilitar una anàlisi comprensiva del consum, especialment des del que hom identifica com la revolució del *consumisme* modern. Un cop feta aquesta introducció presentarem alguns dels talls temàtics fonamentals de la sociologia del consum.

- I. Introducció: la perspectiva sociològica i la sociologia del consum.
- II. L'arribada de la societat de consum.
- III. Algunes de les principals aproximacions teòriques al consum.
- IV. Talls temàtics. Alguns temes clau en la sociologia del consum.
 - a) Espais i temps de consum.
 - b) Consumidors i botiguers
 - c) Publicitat i gènere.
 - d) Moda en el cos i la roba.
 - e) La casa i els mobles.
 - f) Menjar i beure.
 - g) Turisme.
 - h) Consum cultural

LECTURES BÀSIQUES (OBLIGATÒRIES):

- Col·lecció de textos en fotocòpia.

PRÀCTIQUES:

Les pràctiques han de servir per treballar les lectures obligatòries i material àudio-visual pertinent.

AVALUACIÓ:

L'assignatura s'avaluarà a través d'un examen escrit (80% de la nota) i d'un treball en connexió directa amb les pràctiques (20%).

