

Estructura Social i Sociologia del Consum

Codi: 103131
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	1	1

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Josep Verdguer Lozano
Correu electrònic: Josep.Verdguer@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Grup íntegre en anglès: No
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Assignatura introductòria de primer. No hi ha prerequisits.

Objectius

El consum és una pràctica cultural i econòmica fonamental. L'estudiant de Publicitat i Relacions Públiques no pot limitar-se a entendre'l com el resultat de necessitats, desigs i decisions individuals, ni tampoc com a conseqüència exclusiva de la intervenció de poderoses instàncies de l'oferta en la demanda. En aquest mòdul proposem estudiar el consum fent-ho de l'ús dels béns en el context de la societat com a sistema d'interacció social i com un aspecte de l'estructura social.

L'objectiu d'aquesta assignatura és introduir una sèrie de conceptes i teories sociològiques per tal de facilitar una aproximació a la dimensió social del consum, i per iniciar a algunes maneres d'aproximar-se empíricament a la realitat del consum contemporani, per tal d'ajudar a veure que aquestes teories ho són de les pràctiques de consum.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Descriure les principals tendències de consum i estils de vida de les societats contemporànies en els mercats occidentals.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Demostrar esperit crític i autocrític.
3. Demostrar que coneix els instruments per a l'estudi dels hàbits de consum de mitjans d'unes determinades audiències.

Continguts

Tema 1. El lloc des del que ens mirarem el consum: la perspectiva sociològica.

Tema 2. Especificitat social i històrica del consum.

Tema 3. Visió general d'algunes de les aportacions sociològiques fonamentals per a l'estudi del consum.

Tema 4. El consum de mercaderies.

Tema 5. El consum de signes i símbols.

Tema 6. El consum i la recerca d'identitat.

Tema 7. Consum i posició social.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Metodologia

- a. Classes magistrals
- b. Exercicis pràctics a l'aula.
- c. Seminaris
- d. Tutories individuals i en grups reduïts respecte del grup-classe.
- e. Lectura de texts i treball amb material audiovisual.
- f. Treballs individuals i en equip.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes, seminaris, orientació dels treballs i exposicions.	52,5	2,1	1, 2, 3
Tipus: Supervisades			
Reunions individuals o en grups reduïts per resoldre dubtes i fer la preparació i el seguiment de les exposicions	7,5	0,3	1, 2, 3
Tipus: Autònomes			
Lectura i estudi. Petites recerques. Elaboració de treballs.	82,5	3,3	1, 2, 3

Avaluació

L'assignatura s'avaluarà de la següent manera:

- a) 2 mapes conceptuals. Individual. Valor 10% de la nota final. Per ser avaluat/da, cal haver assistit regularment a les classes (75%).
- b) 2 mapes conceptuals. Grup. Valor 10% de la nota final. Per ser avaluat/da, cal haver assistit regularment a les classes (75%).
- c) Petita recerca empírica i presentació a classe. Caldrà lliurar la presentació. Grup. Valor 17,5% de la nota

final. Per ser avaluat/da, cal haver assistit regularment a les classes (75%).

d) Un treball del que caldrà lliurar l'informe i fer-ne la presentació. Grup. Valor 22,5% de la nota final.

e) Una prova escrita raonada. Per que faci mitjana caldrà que la nota sigui superior a 4. Individual. Valor 40% de la nota final.

El professor facilitarà durant el curs les instruccions relatives a les pràctiques i avaluacions i la presentació d'evidències.

Altres qüestions a considerar:

- L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluada del conjunt d'activitats, el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Per poder-se presentar a la recuperació de l'assignatura, s'haurà hagut d'obtenir la nota més gran o igual a 3,5 i menor que 5. Les activitats que queden excloses del procés de recuperació són b), c) i d).
- L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. Encas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0. Per no caure en el plagi consulta <https://www.uab.cat/doc/GuiaCitesiPlagiEstudiants>
- D'acord amb l'article 117.2 de la Normativa acadèmica de la UAB, l'avaluació dels alumnes repetidors podrà consistir en una sola prova de síntesi. L'alumnat repetidor que es vulgui acollir a aquesta possibilitat, caldrà que es posi en contacte amb el professorat a principi de curs.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Presentació de les pràctiques i lliurament.	65%	3,75	0,15	1, 2, 3
Prova escrita raonada	35%	3,75	0,15	1, 2, 3

Bibliografia

Bibliografia

Els textos a treballar en cada tema i la bibliografia específica per a les pràctiques es facilitaran a l'aula i el Campus Virtual.

ALDRIDGE, A., Consumption, Oxford: Polity Press. 2003.

APPADURAI, A. La vida social de las cosas. Mèxic: Grijalbo, 1991.

BARTHES, R. El Sistema de la moda y otros escritos. Barcelona: Paidós, 2003

BATAILLE, G., et al. La parte maldita. Buenos Aires, Las Cuarenta, 2009.

BAUDRILLARD, J. Crítica de la economía política del signo. México, Siglo XXI, 2005

BAUDRILLARD, J. La génesis ideológica de las necesidades. Barcelona: Anagrama, 1976

BAUDRILLARD, J. La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras. Barcelona: Plaza & Janés, 1974

BAUDRILLARD, J. El sistema de los objetos. Madrid: Siglo XXI, 1999.

BAUDRILLARD, J. El Intercambio simbólico y la muerte. Caracas : Monte Avila, 1993

BAUMAN, Z. . "De la ética del trabajo a la estética del consumo a Bauman, Z., Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Barcelona: Gedisa, 2000. <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/44351>

- BAUMAN, Z. Vida de Consumo, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2007
<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/109484>
- BELL, D. Las contradicciones culturales del capitalismo. Madrid: Alianza, 1982.
- BERGER, P. Invitació a la sociologia, Barcelona: Herder, 2016.
- BLUM, V. L. Flesh Wounds: The Culture of Cosmetic Surgery, University of California Press, 2005
- BLUMER, H. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection, a Sociological Quarterly 10, pp. 275-291
- BOCOCK, R., El consumo. Madrid: Talasa, 1995
- BOURDIEU, P., "Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo" a Alvarez Uria, F. i Varela, J. Materiales de sociología crítica. Madrid: La Piqueta, 1986
- BOURDIEU, P. La distinción: Criterios y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 1998.
- BOURDIEU, P. La dominación masculina. Barcelona: Anagrama, 2000.
- CAMPBELL, C. "The Sociology of Consumption." a Acknowledging Consumption, D. Miller (editor), Londres: Routledge, 1995 <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=3060371>
- CAMPBELL, C. The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. Oxford: Basil Blackwell, 1987
<https://link.springer-com.are.uab.cat/book/10.1007%2F978-3-319-79066-4>
- CARDÚS, S. (Ed.). (2014). La mirada del sociòleg: què és, què fa, què diu la sociologia?. Editorial UOC.
<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/114061>
- CHANEY, D., Estilos de vida. Madrid: Talasa Ediciones, S.L.
- CONTRERAS, J. Alimentación y cultura. Necesidades, gustos y costumbres. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.
- CONTRERAS, J. Antropología de la alimentación. Madrid: Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid, 1992
- CORRIGAN, P. The sociology of consumption: an introduction. London; Thousand Oaks, Calif., Sage Publications, 1997
- DE CERTEAU, M. La Invención de lo cotidiano, Universidad Iberoamericana, 1996
- DOUGLAS, M. Estilos de pensar. Barcelona: Gedisa, 1998.
- DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. El Mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo. México, D.F.: Grijalbo, 1990.
- DUNN, Robert G. Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society, Temple University Press, 2008. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=407558>
- EDWARDS, T., Contradictions of consumption: concepts, practices and politics in consumer society. Open University Press, 2000
- ERNER, G., Sociología de las tendencias, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2010
<https://elibro.net/es/ereader/uab/45583?page=1>
- ENTWISTLE, J. El cuerpo y la moda, Barcelona: Paidós, 2002
- FALK, P. The consuming body. Londres: Sage, 1994
<https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/UAB/detail.action?docID=1024053#>

- FALK, P. and CAMPBELL, C. The shopping experience. Londres: Sage, 1997.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=1001336>
- FEATHERSTONE, M. Cultura de consumo y posmodernismo. Buenos Aires : Amorrortu, 2000
- FOUCAULT, M. Historia de la sexualidad . Mèxic: Siglo XXI. . 1978-1987
- FRASER, M., GRECO, M. The Body: A Reader, London, Routledge, 2004.
- GALBRAITH, J. K. La cultura de la satisfacción. Barcelona: Ariel, 1992.
- GALBRAITH, J. K. La sociedad opulenta. Barcelona: Ariel, 1969.
- GERMOV, J., WILLIAMS, L. (eds.), A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite, OUP Australia, 2004.
- GAME, Ann, et al. Sociología apasionada. Universitat Oberta de Catalunya, 2015. Digitalia,
<https://www-digitaliapublishing-com.are.uab.cat/a/37969>
- GIDDENS, A. Modernidad e identidad del yo. Barcelona: Península, 1995.
- GRIGNON, C. y PASSERON, J.C., Lo culto y lo popular: Miserabilismoy Populismo en Sociología y Literatura. Madrid: La Piqueta, 1992
- HARRIS, M., Bueno para comer. Enigmas de alimentación y cultura. Madrid: Alianza Editorial S.A, 1998.
- HEBDIGE, D. Subcultura : el significado del estilo. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A., 2004.
- HERPIN, N. i D. VERGER, Consommation et modes de vie en France, une approche Économique et sociologique sur un demi-siècle, París: Découverte, 2008
- HERPIN, N., Sociologie de la consommation, París: La Découverte, 2010
- HILTON, M., "The Legacy of Luxury. Moralities of consumption since the 18th century" a Journal of Consumer Culture Vol 4: 101-123
- HINE, T., ¡Me lo Llevo! Una Historia del Shopping, Barcelona: Lumen. 2002
- HOCHSCHILD, A.R., La Mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la Casa y el Trabajo, Madrid: Katz 2008
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T.W., Dialéctica de la Ilustración. Madrid: Trotta, 1994. HORNE, J., Sport in consumer culture, Palgrave Macmillan, 2006.
- INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO. Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo/Instituto Nacional de Consumo, 2001.
- JAMESON, F., "El posmodernismo y la sociedad de consumo" a Jameson, F. El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo: 1983-1998. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 1998
- KLEIN, N., NoLogo: El Poder de las Marcas, Barcelona, Paidós, 2001
- LEE, M. J., The consumer society reader. Oxford: Blackwell Publishers Inc, 2000 LIPOVETSKY, G., El crepúsculo del deber. Barcelona: Anagrama, 1994.
- LIPOVETSKY, G., El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona: Anagrama, 1990.
- LIPOVETSKY, G. La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona: Anagrama, 1989.

- LURY, C. Consumer culture. Cambridge: Polity Press, 2001.
- LURY, C. Brands : The Logos of the Global Economy, Taylor & Francis Group, 2004
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=182219>
- MCCRACKEN, G. D. Culture and Consumption, New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities, Indiana University Press, 1990
- MAFFESOLI, M. El tiempo de las tribus. Barcelona: ICARIA, 1990.
- MARCUSE, H. L'home unidimensional. Barcelona: Edicions 62.
- MARX, K., Manuscrits econòmico-filosòfics. Barcelona : Edicions 62, 1991
- MAUSS, M., "Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas" a Mauss, M. Sociología y Antropología. Madrid: Tecnos, 1991.
- MIGUÉLEZ, F. et al. Desigualtat i canvi. L'estructura social contemporània. Barcelona, Proa-UAB, 1997
- MILLER, D., (editor) Acknowledging Consumption. Routledge, 1995.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=3060371>
- MILLER, D., Ir de compras. Siglo XXI Editores. 1999.
- MILLER, D., (Ed.) Home Possession: Material culture behind closed doors. Oxford: Berg, 2001
- MILLER, D., The Comfort of Things. Cambridge: Polity, 2008
- MILLER, D., Stuff. Cambridge: Polity, 2010
- MILLER, D., Consumption and its Consequences. Cambridge: Polity, 2012.
- PINÇON, M., & M. Dans les beaux quartiers, Paris, Seuil, 1989.
- POLANYI, K., La gran transformació, Madrid, Ediciones la Piqueta, 1997
- POULAIN, J. (2019). Sociologías de la alimentación: los comensales y el espacio social alimentario. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/106129>
- RIESMAN, d. Et altr. La muchedumbre solitaria, Barcelona: Paidós, 1981
- RITZER, G., El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo. Barcelona: Ariel, 2000.
- RITZER, G., La McDonalización de la sociedad: Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana. Barcelona: Ariel, 1999.
- RITZER, G. Explorations in the sociology of consumption : fast food, credit cards and casinos. London ; Thousand Oaks, Calif., SAGE, 2001 <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=254783>
- SASSATELLI, R., Consumo, cultura y sociedad, Amorrortu Editores, 2012.
- SASSATELLI, R., Italians and Food, Cham: Palgrave Macmillan, 2019
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1007%2F978-3-030-15681-7#about>
- SCHOR, J., B. Holt, B. Douglas (Eds.), The Consumer Society. Nova York: The New Press, 2000
- SIMMEL, G. . "Las grandes urbes y la vida del espíritu" a El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la Cultura. Barcelona: Península, 1986.
- SIMMEL, G. . Filosofía del dinero. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1977.

- SIMMEL, G. "La moda". a Simmel, G. Sobre la aventura. Ensayos filosóficos. Barcelona: Península, 1989.
- SLATER, D. Consumer Culture and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1997.
- STILLERMAN, J. The sociology of consumption : a global approach. Malden, MA, Polity Press, 2015
- THOMPSON, E.P. Costumbres en común, Barcelona: Crítica, 1995
- TURNER, B.S. El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social. México: FCE, 1989.
- WARDE, Alan, Consumption. A Sociological Analysis, Londres: Palgrave Macmillan, 2017
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1057/978-1-137-55682-0#toc>
- VEBLEN, T. Teoría de la clase ociosa. México: FCE, 1974 <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/72032>
- WEBER, M. L'Ètica protestant i l'esperit del capitalisme. Barcelona : Edicions 62, 1984.
- WILSON, T. M., Drinking Cultures, Alcohol and Identity, Berg,2005.
- ZELIZER, V., Pricing the Priceless Child. The Changing Social Value of Children, Princeton University Press,1994.

Programari

No es requereix cap programari específic.