

Titulació	Tipus	Curs
Publicitat i Relacions Públiques	FB	2

Professor/a de contacte

Nom: Sonia Parella Rubio

Correu electrònic: sonia.parella@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

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.

Resultats d'aprenentatge

1. CM06 (Competència) Relacionar la influència de la societat de consum en la configuració de l'estructura social i els estils de vida.
2. KM07 (Coneixement) Identificar les teories sociològiques que expliquen els hàbits de consum en la societat occidental.
3. SM07 (Habilitat) Demostrar des de la perspectiva sociològica que les necessitats, els hàbits i els desitjos de consum es construeixen socialment.

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.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes, seminaris, orientació dels treballs i exposicions.	51,5	2,06	
Tipus: Supervisades			
Reunions individuals o en grups reduïts per resoldre dubtes i fer la preparació i el seguiment de les exposicions	6,75	0,27	
Tipus: Autònomes			
Lectura i estudi. Petites recerques. Elaboració de treballs.	80,5	3,22	

- a. Classes magistrals
- b. Lectura de textos i treball amb material audiovisual
- c. Treballs individuals i en equip
- d. Examen final

Es promourà al llarg de les sessions un clima que eviti els comentaris o exemples sexistes, racistes i LGBTfòbics

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Prova escrita raonada	50%	3,75	0,15	CM06, KM07, SM07
Treball en grup	40%	3,75	0,15	CM06, KM07, SM07

Avaluació ordinària (contínua)

L'assignatura s'avaluarà de la manera següent:

- a) Treball en grup (grups de màxim 4-5 alumnes)
- b) Treball individual
- c) Examen final

La professora facilitarà durant el curs les instruccions relatives a pràctiques, avaluacions i la presentació d'evidències.

Altres qüestions a considerar

- Recuperació: dret a recuperar totes les evidències de l'avaluació (a, b i c) si prèviament s'ha avaluat 2/3 de l'assignatura.
 - Irregularitats: còpia, plagi o suplantació = 0 a l'activitat. Més d'una irregularitat = nota final 0.
 - Consulta per evitar el plagi: <https://www.uab.cat/doc/GuiaCitesiPlagiEstudiant>
 - A l'acta d'avaluació tan sols tindran la qualificació de "no presentat" aquelles persones que no hagin fet les activitats d'avaluació corresponents al 50% de la nota
-

Avaluació única

1. Ressenya original de totes les lectures (obligatòries i opcionals). Individual. 30%
2. Treball de recerca. Individual. 30%
3. Examen final escrit. Nota mínima 5. 40%

Altres qüestions a considerar

- Recuperació: dret a recuperar totes les evidències de l'avaluació
- A l'acta d'avaluació tan sols tindran la qualificació de "no presentat" aquelles persones que no hagin fet les activitats d'avaluació corresponents al 50% de la nota

Ús d'intel·ligència artificial (IA)-Ús restringit:

"Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament en el desenvolupament dels exercicis, i només per a tasques desuport com la cerca bibliogràfica o d'informació, la correcció de textos o les traduccions. L'estudiant haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat."

Bibliografia

Bibliografia

Aldridge, Alan E. (2003). Consumption. Polity Press.

Appadurai, Arjun (1991). La vida social de las cosas. Grijalbo.

Barthes, Roland Gérard (2003). El sistema de la moda y otros escritos. Paidós.

- Bataille, Georges Albert Maurice Victor, et al. (2009). La parte maldita. Las Cuarenta.
- Baudrillard, Jean (2005). Crítica de la economía política del signo. Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean (1976). La génesis ideológica de las necesidades. Anagrama.
- Baudrillard, Jean (1974). La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras. Plaza & Janés.
- Baudrillard, Jean (1999). El sistema de los objetos. Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean (1993). El intercambio simbólico y la muerte. Monte Ávila.
- Bauman, Zygmunt (2000). En De la ética del trabajo a la estética del consumo, en Z. Bauman (Ed.), Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Gedisa.
- Bauman, Zygmunt (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica.
<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/109484>
- Bell, Daniel (1982). Las contradicciones culturales del capitalismo. Alianza.
- Berger, Peter Ludwig (2016). Invitación a la sociología. Herder.
- Blum, Virginia L. (2005). Flesh wounds: The culture of cosmetic surgery. University of California Press.
- Blumer, Herbert (1959). Fashion: From class differentiation to collective selection. Sociological Quarterly, 10(3), 275-291.
- Bocock, Robert (1995). El consumo. Talasa.
- Bourdieu, Pierre (1986). Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En Francisco Álvarez Uría & José Varela Ortega (Eds.), Materiales de sociología crítica. La Piqueta.
- Bourdieu, Pierre (1998). La distinción: Criterios y bases sociales del gusto. Taurus.
- Bourdieu, Pierre (2000). La dominación masculina. Anagrama.
- Campbell, Colin (1995). The sociology of consumption. En Daniel Miller (Ed.), Acknowledging consumption. Routledge. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=3060371>
- Campbell, Colin (1987). The romantic ethic and the spirit of modern consumerism. Basil Blackwell.
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1007%2F978-3-319-79066-4>
- Cardús i Ros, Salvador (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, David (1996). Estilos de vida. Talasa Ediciones.
- Contreras Hernández, Jesús (1995). Alimentación y cultura. Necesidades, gustos y costumbres. Universitat de Barcelona.
- Contreras Hernández, Jesús (1992). Antropología de la alimentación. Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- Corrigan, Peter (1997). The sociology of consumption: An introduction. Sage Publications.
- De Certeau, Michel Jean Emmanuel (1996). La invención de lo cotidiano. Universidad Iberoamericana.
- Douglas, Mary (1998). Estilos de pensar. Gedisa.
- Douglas, Mary, & Isherwood, Baron (1990). El mundo de los bienes: Hacia una antropología del consumo. Grijalbo.

Dunn, Robert Glenn (2008). *Identifying consumption: Subjects and objects in consumer society*. Temple University Press. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=407558>

Edwards, Tim (2000). *Contradictions of consumption: Concepts, practices and politics in consumer society*. Open University Press.

Erner, Gabriel (2010). *Sociología de las tendencias*. Editorial Gustavo Gili. <https://elibro.net/es/ereader/uab/45583?page=1>

Entwistle, Joanne (2002). *El cuerpo y la moda*. Paidós.

Falk, Paul (1994). *The consuming body*. Sage. <https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/UAB/detail.action?docID=1024053#>

Falk, Paul, & Campbell, Colin (1997). *The shopping experience*. Sage. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=1001336>

Featherstone, Mike (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Amorrortu.

Foucault, Michel (1978-1987). *Historia de la sexualidad*. Siglo XXI.

Fraser, Michelle, & Greco, Monica (2004). *The body: A reader*. Routledge.

Galbraith, John Kenneth (1992). *La cultura de la satisfacción*. Ariel.

Galbraith, John Kenneth (1969). *La sociedad opulenta*. Ariel.

Germov, John, & Williams, Lauren (Eds.) (2004). *A sociology of food and nutrition: The social appetite*. OUP Australia.

Game, Ann, et al. (2015). *Sociología apasionada*. Universitat Oberta de Catalunya. Digitalia. <https://www-digitaliapublishing-com.are.uab.cat/a/37969>

Giddens, Anthony (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Península.

Grignon, Claude, & Passeron, Jean-Claude (1992). *Lo culto y lo popular: Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*. La Piqueta.

Harris, Marvin (1998). *Bueno para comer. Enigmas de alimentación y cultura*. Alianza Editorial.

Hebdige, Dick (2004). *Subcultura: El significado del estilo*. Paidós Ibérica.

Herpin, Nicolas, & Verger, Dominique (2008). *Consommation et modes de vie en France, une approche économique et sociologique sur un demi-siècle*. Découverte.

Herpin, Nicolas (2010). *Sociologie de la consommation*. La Découverte.

Hilton, Matthew (2004). The legacy of luxury. Moralities of consumption since the 18th century. *Journal of Consumer Culture*, 4(1), 101-123.

Hine, Thomas (2002). *¡Me lo llevo! Una historia del shopping*. Lumen.

Hochschild, Arlie Russell (2008). *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo*. Katz.

Horkheimer, Max, & Adorno, Theodor W. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Trotta.

Horne, John (2006). *Sport in consumer culture*. Palgrave Macmillan.

Instituto Nacional de Consumo (2001). *Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI*. Ministerio de Sanidad y Consumo/Instituto Nacional de Consumo.

- Jameson, Fredric (1998). El posmodernismo y la sociedad de consumo. En El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo: 1983-1998. Ediciones Manantial.
- Klein, Naomi (2001). NoLogo: El poder de las marcas. Paidós.
- Lee, Ming-Jen (2000). The consumer society reader. Blackwell Publishers Inc.
- Lipovetsky, Gilles (1994). El crepúsculo del deber. Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (1990). El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas. Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (1989). La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Anagrama.
- Lury, Celia (2001). Consumer culture. Polity Press.
- Lury, Celia (2004). Brands: The logos of the global economy. Taylor & Francis Group.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=182219>
- McCracken, Grant David (1990). Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities. Indiana University Press.
- Maffesoli, Michel (1990). El tiempo de las tribus. ICARIA.
- Marcuse, Herbert (1972). L'home unidimensional. Edicions 62.
- Marx, Karl (1991). Manuscrits econòmico-filosòfics. Edicions 62.
- Mauss, Marcel (1991). Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas. En Sociología y Antropología. Tecnos.
- Miguélez, Francesc, et al. (1997). Desigualtat i canvi: L'estructura social contemporània. Proa-UAB.
- Miller, Daniel (Ed.) (1995). Acknowledging consumption. Routledge.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=3060371>
- Miller, Daniel (1999). Ir de compras. Siglo XXI.
- Pinçon, M., & Pinçon-Charlot, Monique. (1989). *Dans les beaux quartiers*. Paris: Seuil.
- Polanyi, Karl. (1997). *La gran transformación*. Madrid: Ediciones la Piqueta.
- Poulain, Jean-Pierre. (2019). *Sociologías de la alimentación: los comensales y el espacio social alimentario*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/106129>
- Riesman, David, Glazer, Nathan, & Denney, Reuel. (1981). *La muchedumbre solitaria*. Barcelona: Paidós.
- Ritzer, George. (2000). *El encanto de un mundo desencantado. Revolución en los medios de consumo*. Barcelona: Ariel.
- Ritzer, George. (1999). *La McDonalización de la sociedad: Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel.
- Ritzer, George. (2001). *Explorations in the sociology of consumption: Fast food, credit cards and casinos*. London; Thousand Oaks, CA: SAGE. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/UAB/detail.action?docID=254783>
- Sassatelli, Roberta. (2012). *Consumo, cultura y sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Sassatelli, Roberta. (2019). *Italians and Food*. Cham: Palgrave Macmillan.
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1007/978-3-030-15681-7#about>

Schor, Juliet, Holt, Douglas, & Douglas, Barrie (Eds.). (2000). *The consumer society*. New York: The New Press.

Simmel, Georg. (1986). Las grandes urbes y la vida del espíritu. En *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura* (pp. xx-xx). Barcelona: Península.

Simmel, Georg. (1977). *Filosofía del dinero*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.

Simmel, Georg. (1989). La moda. En *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos* (pp. xx-xx). Barcelona: Península.

Slater, Don. (1997). *Consumer culture and modernity*. Cambridge: Polity Press.

Stillerman, Jonathan. (2015). *The sociology of consumption: A global approach*. Malden, MA: Polity Press.

Thompson, E. P. (Eric John). (1995). *Costumbres en común*. Barcelona: Crítica.

Turner, Bryan S. (1989). *El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social*. México: Fondo de Cultura Económica.

Warde, Alan. (2017). *Consumption: A sociological analysis*. London: Palgrave Macmillan.
<https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1057/978-1-137-55682-0#toc>

Veblen, Thorstein. (1974). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/72032>

Weber, Max. (1984). *L'Ètica protestant i l'esperit del capitalisme*. Barcelona: Edicions 62.

Wilson, Tony M. (2005). *Drinking cultures, alcohol and identity*. Berg.

Zelizer, Viviana. (1994). *Pricing the priceless child: The changing social value of children*. Princeton University Press.

Programari

Un procesador de textos, una hoja de cálculo i un programa para la presentación de diapositivas. Un programa para elaborar mapas conceptuales.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(SEM) Seminaris	1	Català	primer quadrimestre	tarda
(SEM) Seminaris	2	Català	primer quadrimestre	tarda
(SEM) Seminaris	3	Català	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Català	primer quadrimestre	tarda