Fecha de aprobación: **19/06/2024**

Guía docente de la asignatura

Sociología del Consumo (23611E1)

Grado	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	**Rama**	Ciencias Sociales y Jurídicas
Módulo	Sociología y Derecho Mercantil	**Materia**	Sociología del Consumo

Curso	4º	**Semestre**	2º	**Créditos**	6	**Tipo**	Optativa

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

- Tener conocimientos básicos de sociología y adecuados sobre metodología cualitativa.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

- El concepto del consumo. Dimensiones y procesos implicados. La práctica del consumo como elemento estructurante de la vida cotidiana.
- Las estructuras crean el consumo: el sistema económico; la publicidad y la reproducción cultural; la moda y modos de consumo. Relaciones entre producción y consumo.
- Las lógicas sociales del consumo individual I: necesidades y deseos; la promesa de la felicidad y la calidad de vida.
- Las lógicas sociales del consumo individual II: el consumo como lenguaje; consumo y emulación social; lógica del lujo e identidad.
- La intervención sobre el consumidor y la lógica de la persuasión. La construcción social de los bienes. El manejo de las emociones en la sociedad actual.

COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Capacidad para el análisis crítico y la síntesis
- CG03 - Capacidad de organización y planificación
- CG13 - Capacidad de reconocer la diversidad y multiculturalidad
- CG15 - Compromiso ético
- CG16 - Capacidad de razonamiento crítico y autocrítico
- CG19 - Creatividad o habilidad para generar nuevas ideas
- CG22 - Conocimiento de otras culturas y costumbres
- CG23 - Capacidad de aprendizaje autónomo

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21 Pág. 1 de 7

- CT01 - Capacidad para analizar y comprender las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales y para valorar críticamente situaciones empresariales.
- CT03 - Capacidad para diseñar y desarrollar planes integrales de marketing.
- CT04 - Capacidad para desarrollar conocimientos y habilidades en la dirección estratégica de marketing.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Capacidad para identificar prácticas cotidianas, el juego de las identidades y los estilos de vida, las representaciones sociales relativas a los bienes de consumo y otros patrones de la vida social; cultura y valores.
- Distinguir los elementos emocionales y racionales en la vida cotidiana, las formas dominantes pensar, sentir y obrar, y su vinculación con las representaciones sociales de los medios publicitarios y de marketing.
- Comenzar a aplicar las principales estrategias que se utilizan en la sociedad actual para mover las voluntades de las personas, a través de la promoción de deseos y necesidades, y la búsqueda de gratificaciones.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

- Tema 1. El concepto de consumo.

1. Diversas acepciones y conceptos de consumo.
2. El consumo: más dependiente del deseo que de la necesidad.
3. El comportamiento del consumidor desde la psicología cognitiva.

- Tema 2. El consumo como actividad social.

1. El consumidor racional: de la escasez a la abundancia.
2. El consumidor postmoderno.
3. Homo consumericus.
4. El consumo simbólico.

- Tema 3. Consecuencias del consumo simbólico.....la moda, las marcas.

1. Productores de significado del consumo simbólico.
2. Qué es la moda
3. Consumo como una práctica social estratificada.
4. La feminización de la moda.
5. La moda postmoderna.
6. La marca en su dimensión social.
7. La marca y la crisis.

- Tema 4. Cambios en el lujo.

1. Gilles Lipovetsky intérprete privilegiado de la posmodernidad.
2. Semilujo democrático.
3. Desinstitucionalización del lujo.

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21 Pág. 2 de 7

4. La sociedad hodierna.

- Tema 5. Vida de Consumo.

1. El consumo según Bauman.
2. Ética del consumo.
3. La cultura consumista.

- Tema 6. La concepción del gusto desde el plano social.

1. De la idea de lo bello a la teoría del gusto.
2. Perspectiva relacional del gusto.
3. Del gusto Bourdieu hizo un objeto científico.
4. La ilusión de un gusto inscripto en los genes.

- Tema 7. De la ética del trabajo a la estética del consumo.

1. Trabajo VS consumo.
2. Necesidad real y necesidad simbólica.
3. La posmodernidad identitaria.
4. Homo Consumens.

- Tema 8. La sociedad de consumo en España.

1. La singularidad del caso español.
2. La propiedad sobre el alquiler.
3. Peregrinación turística.

PRÁCTICO

- Las prácticas consistirán en actividades obligatorias (individuales).
- Actividad obligatoria (grupal) que se expondrá en clase por parte del grupo responsable.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- ALONSO, L.E. LA ERA DEL CONSUMO ALONSO, L.E. (2005): La era del consumo. Madrid, Siglo XXI. (CPS: 366 ALO era).
- ALONSO RIVAS, J. (2004): Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. Madrid, ESIC. (CPS: 366 ALO com; FEG: 1002 03 ALO).
- BASSAT, L (2001): Libro rojo de la publicidad. Barcelona, Plaza & Janés ESIC (FEG: 603 01 bas; CPS: 659 BAS lib).
- BAUMAN, Z. (2006) Vida de consumo. México, FCE. (CPS: 366 BAU vid).
- BOCOCK, R. (1995): El consumo. Madrid, Talasa. (CPS: 366 BOC con; FEG: 1002 03 BOC).
- BOURDIEU, P. (1991): La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Madrid, Taurus. (CPS: 111.852 BOU dis; EGB/CPE 92-88).
- CAMPUZANO, S. (2003): El universo del lujo. Madrid, McGraw Hill (CPS: 658 CAM uni).
- CHANEY, D. (2003): Estilos de vida. Madrid, Talasa. (CPS: 316.4 CHA est).
- GARCÍA RUIZ, P. (2009): Repensar el consumo. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias. (CPS: 366 GAR rep; FEG: 1002 03 GAR).

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21 Pág. 3 de 7

- HEATH, J. & POTTER, A. (2005): Rebelarse vende. Madrid, Taurus. (CPS: 316.6 HEA reb; FEG: 1104 03 HEA).
- HINE, Th. (2003) ¡Me lo llevo! Una historia del shopping. Madrid, Lumen. (CPS: 366 HIN mel; FEG: 701 02 HIN).
- LIPOVETSKY, G. (2007): La felicidad paradójica. Anagrama, Barcelona.(CPS: 316.7 LIP fel; FEG: 1002 03 LIP).
- LIPOVETSKY, G. & ROUX, E. (2004): Lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas. Barcelona, Anagrama. (CPS: 659 LIP luj).
- LYON, D. (2001): Postmodernidad. Madrid, Alianza. (CPS: 008 LYO pos).
- MORACE, F. (1993): Contratendencias: una nueva cultura del consumo. Madrid, Celeste. (CPS:316.7 MOR con).
- RIES, A. & TROUT, J. (2002): Posicionamiento. La batalla por su mente. México, McGraw Hill (FEG: 603 01 RIE; CPS: 659: RIE pos).
- SASSATELLI, R. (2012): Consumo, cultura y sociedad. Buenos Aires, Amorrortu. (CPS/316.7 SAS con).
- SASTRE, C. (2010): McMundo. Un viaje por la sociedad de consumo. Madrid, Los libros del lince. (CPS: 366 SAS mcm; FEG: 1002 03 SAS).
- SILVERSTEIN, M.J. & FISKE, N. (2005): La seducción del lujo. Por qué los consumidores quieren productos de nuevo lujo y cómo los crean las marcas. Bilbao, Deusto. (FEG: 603 01 SIL).

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ALONSO, L.E. (1998): La mirada cualitativa en sociología. Madrid, Fundamentos. (CPS: 303 ALO mir).
- CONDE GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO, F. (2009): Análisis sociológico del sistema de discursos. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas. (CPS: 303 CON ana; FLA/GE 316 CON ana).
- GARCÍA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. Y ALVIRA, F. (Eds.) (2000): El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza Editorial. (CPS: 303 ANA ana).
- RUIZ DE OLABUENAGA, J.I. (2003): Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao, Universidad de Deusto. (CPS: 303 RUI met; FSI: 2260 RUI met).

ENLACES RECOMENDADOS

http://www.fes-web.org/ .Página de la Federación española de Sociología.
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html .Página del Centro de Investigaciones sociológicas. Contiene estudios y publicaciones relativos a la sociedad española.
http://www.aimc.es/ .Página de la Asociación para la investigación de medios de comunicación, contiene información y publicaciones sobre consumo de medios de comunicación por parte de la infancia en los hogares españoles.
http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/17829/1/ campana_informativa_pau.pdf exposición detallada del proceso seguido para el diseño de una campaña informativa para la Junta de Andalucía. http://www.rtve.es/alacarta/videos/documentos-tv/documentos-tv-consumo-imperio-sentidos/2049827/
El imperio de los sentidos (Documentos TV: nuevas formas de marketing basadas en la interacción con los clientes, la explotación de otros sentidos sensitivos distintos a la vista...)

METODOLOGÍA DOCENTE

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21 Pág. 4 de 7

- MD01 - Docencia presencial en el aula
- MD02 - Estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones.
- MD03 - Tutorías individuales y/o colectivas y evaluación

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

Con el objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y las competencias a desarrollar en la materia, se utilizará un sistema de evaluación diversificado. Puesto que la evaluación es continua y la asistencia a los seminarios obligatoria, será imprescindible contemplar ambos aspectos en el trabajo de cada estudiante.
Para aprobar la asignatura, es imprescindible haber aprobado cada uno de los apartados comprendidos en la evaluación. Para valorar cada uno de esos aspectos, se seguirán las siguientes técnicas evaluativas:

- Prueba Escrita obligatoria (evaluación individual): sobre el dominio de los contenidos, teóricos y prácticos de las temáticas del Programa, en la fecha fijada para ello por la Facultad. 60 % de la nota final.
- Pruebas prácticas : Trabajo Grupal obligatorio (evaluación grupal): se atenderá a la presentación, redacción y claridad de ideas, estructura y nivel científico, creatividad, justificación de lo que argumenta, capacidad y riqueza de la crítica que se hace, y actualización de la bibliografía consultada. y Trabajos Individuales obligatorios. 30% nota final.
- Participación/ asistencia 10%

La Calificación final deberá recoger la superación de los distintos apartados de la evaluación de manera independiente. Es necesario aprobar todos los apartados para aprobar la asignatura. El peso de cada uno de ello es:

- apartado 1: 60 %
- apartado 2: 30 %
- apartado 3: 10 %

El Sistema de Evaluación, régimen de convocatorias, compensación curricular, exámenes de incidencias, calificación y revisión de las calificaciones de las asignaturas cursadas por los estudiantes de las enseñanzas oficiales de Grado, quedará regulado por el Texto consolidado de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada por Acuerdo del Consejo de Gobierno en sesión de 20 de mayo de 2013, BOUGR núm. 71, de 27 de mayo de 2013 y modificada por los Acuerdos del Consejo de Gobierno en sesiones de 3 de febrero de 2014, BOUGR núm. 78, de 10 de febrero de 2014; de 23 de junio de 2014, BOUGR núm. 23 de junio de 2014, BOUGR núm.83, de 25 de junio de 2014 y de 26 de octubre de 2016, BOUGR núm. 112, de 9 de noviembre de 2016 publicado en BOUGR n.º112. Se puede acceder a la normativa desde el siguiente enlace:
http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ncg7121/!

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

- El alumnado correspondiente a evaluación continua que no supere con un 5 algunas de las partes, entendidas y especificadas con anterioridad, en la convocatoria ordinaria. Podrá, recuperar las prácticas que no haya superado. La entrega de la misma, será la marcada en fecha como convocatoria extraordinaria. La nota de la práctica repetida no

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21 Pág. 5 de 7

podrá superar un 5 y será reemplazada por la nota obtenida en la misma en la convocatoria ordinaria. La nota obtenida en la recuperación de esa práctica será sumativa a la de la convocatoria ordinaria ya que serán guardadas el resto de las notas. Si el/la alumno/a, no quisiera la opción de repetir las prácticas podrá presentarse en la convocatoria extraordinaria a un examen en donde se evaluará la parte teórica y práctica, siendo en este caso la nota obtenida el 100% de la calificación y debe obtener un 5 como mínimo para aprobar el examen. Para poder realizar la esta evaluación deberá comunicarlo a la profesora con antelación.

- El alumnado que por diversas circunstancias no hayan seguido la dinámica de evaluación continua a lo largo del semestre, se podrá examinar en la fecha oficial establecida por el Centro. Para ello, podrá realizar un examen en donde se evaluará la parte teórica y práctica, siendo en este caso la nota obtenida el 100% de la calificación y debe obtener un 5 como mínimo para aprobar el examen

El Sistema de Evaluación, régimen de convocatorias, compensación curricular, exámenes de incidencias, calificación y revisión de las calificaciones de las asignaturas cursadas por los estudiantes de las enseñanzas oficiales de Grado, quedará regulado por el Texto consolidado de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada por Acuerdo del Consejo de Gobierno en sesión de 20 de mayo de 2013, BOUGR núm. 71, de 27 de mayo de 2013 y modificada por los Acuerdos del Consejo de Gobierno en sesiones de 3 de febrero de 2014, BOUGR núm. 78, de 10 de febrero de 2014; de 23 de junio de 2014, BOUGR núm. 23 de junio de 2014, BOUGR núm.83, de 25 de junio de 2014 y de 26 de octubre de 2016, BOUGR núm. 112, de 9 de noviembre de 2016 publicado en BOUGR n.º112. Se puede acceder a la normativa desde el siguiente enlace:
http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ncg7121/!

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El alumnado que por diversas circunstancias no hayan seguido la dinámica de evaluación continua a lo largo del semestre, se podrá examinar en la fecha oficial establecida por el Centro. Para ello, podrá realizar un examen en donde se evaluará la parte teórica y práctica, siendo en este caso la nota obtenida el 100% de la calificación y debe obtener un 5 como mínimo para aprobar el examen.
El Sistema de Evaluación, régimen de convocatorias, compensación curricular, exámenes de incidencias, calificación y revisión de las calificaciones de las asignaturas cursadas por los estudiantes de las enseñanzas oficiales de Grado, quedará regulado por el Texto consolidado de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada por Acuerdo del Consejo de Gobierno en sesión de 20 de mayo de 2013, BOUGR núm. 71, de 27 de mayo de 2013 y modificada por los Acuerdos del Consejo de Gobierno en sesiones de 3 de febrero de 2014, BOUGR núm. 78, de 10 de febrero de 2014; de 23 de junio de 2014, BOUGR núm. 23 de junio de 2014, BOUGR núm.83, de 25 de junio de 2014 y de 26 de octubre de 2016, BOUGR núm. 112, de 9 de noviembre de 2016 publicado en BOUGR n.º112. Se puede acceder a la normativa desde el siguiente enlace:
http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ncg7121/!

INFORMACIÓN ADICIONAL

Se empleará la plataforma virtual. En ella el alumnado contará con información detallada sobre los contenidos del programa, la metodología, el sistema de evaluación, test de evaluación así como las fechas en las que se irán desarrollando los contenidos y prácticas. Es importante que aquellos alumnos que no pueden acceder se pongan en contacto con la profesora a comienzos de curso. También podrán realizar consultas a través de este medio, aunque se contestarán en horario de tutoría.

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21 Pág. 6 de 7

- La asistencia a clase será obligatoria.
- La evaluación será continua.

Información de interés para estudiantado con discapacidad y/o Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE): Gestión de servicios y apoyos (https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad).

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/
Código seguro de verificación (CSV): **5D33214E72DD7574AADA0F30F10E5E21**
19/02/2025 - 14:59
Pág. 7 de 7