

AD0043 Sociologia del consum



Universitat de Girona

Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

Llicenciatura Administració i Direcció d'Empreses
Curs 2002-2003

assignatura optativa
6 crèdits

Departament d'EMPRESA

Campus de Montilivi
17071 Girona
fax +34 972 41 80 32
pau.serracant@udg.es

PROGRAMA de SOCIOLOGIA DEL CONSUM

Professors: Pau Serracant Melendres

Objectius:

Des dels inicis del capitalisme industrial, producció i consum han estat dos àmbits estudiats des de disciplines diferents. Actualment els canvis que s'han produït al món de la producció, com les noves formes d'organització del treball, la inclusió de les noves tecnologies i la flexibilització, responen a un mercat cada vegada més segmentat i individualitzat. Així el món de la producció i els béns i serveis que les empreses ofereixen estan més que mai lligats als canvis en el món del consum. Processos de producció i objectes de consum constitueixen un tot. Per això el consum constitueix un dels àmbits fonamentals a estudiar per a la direcció de les empreses.

Entre els objectius més concrets caldria destacar-ne tres:

1. Coneixement i visualització de les característiques de la nostra societat de consum.
2. Comprensió del lligam entre producció i consum.
3. Caracterització dels nous consums emergents.

Programa teòric:

Tema 1. Societat i Sociologia. El consum com a institució social.

Tema 2. Aspectes històrics, econòmics i socials de la societat de consum espanyola i catalana.

Tema 3. Teories del consum. El consumidor en la teoria econòmica. Simbologia i consum. Producció i consum. Els teòrics de la postmodernitat.

Tema 4. El consum i les classes socials. Desigualtats i consum.

Tema 5. Consum i estils de vida.

Tema 6. Cap a un nou model de consum. Segmentació i polarització social.

Programa de pràctiques:

Es realitzaran sessions de pràctiques al voltant de cada tema, concretament consistiran en l'anàlisi de

publicitats i comentaris de vídeos.

Desenvolupament del programa al llarg del curs:

S'impartiran classes teòriques i pràctiques, recolçades en els apunts, la bibliografia recomanada i material audiovisual. El curs està dividit en tres grans parts. Una primera part introductòria (temes 1, 2 i 3) on s'analitza el consum com a institució social, la seva història i els diferents enfocaments econòmics i sociològics sobre el tema. Una segona part centrada en la relació entre consum i classes socials (temes 4 i 5). I finalment, una tercera part (tema 6) en la que s'apunten les característiques del possible model de consum futur.

Sistema d'avaluació:

L'avaluació consistirà en la realització d'una prova final que inclourà preguntes tant del programa teòric com sobre les pràctiques.

Bibliografia bàsica:

ALONSO, L.E.; CONDE, F. (1994) *Historia del consumo en España: Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Madrid, Debate.

BORRÀS CATALÀ, V. (1998) *El consumo, un análisis sociológico*, Barcelona, Cedecs.

Bibliografia complementària:

ANDRÉS ORIZO, F. (1977) *Las bases sociales del consumo en España*, Madrid, Confed. Española de Cajas de Ahorro.

BARTHES, R. (1980) *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI.

BAUDRILLARD, J. (1987) *Crítica de la economía política del signo*, Madrid, Siglo XXI.

BOCOCK, R. (1993) *El consumo*, Madrid, Talasa Ediciones.

BOURDIEU, P. (1991) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.

CASTELLS, M. (1997) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. I. La sociedad red*, Madrid, Alianza.

CASTILLO CASTILLO, J. (1987) *Sociedad de consumo a la española*, Madrid, Eudema Actualidad.

CONDE, F.; ALONSO, L.E. (1996) "Crisis y transformación de las sociedades de consumo: de los modelos nacionales al modelo local" a *Estudios sobre Consumo*, nº 36, pp 13-27.

FEATHERSTONE, M. (1992) *Consumer, Culture and Postmodernism*, London, Sage.

LEE, L. (1993) *Consumer Culture Reborn*, London, Routledge.

LIPOVETSKY, G. (1986) *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama.

LIPOVETSKY, G. (1990) *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama.

PRETECEILLE, E.; TERRAIL, J.P. (1986) *Capitalism, Consumption and Needs*, Oxford, Basil Blackwell.

ROCHEFORT, R. (1995) *La société de consommaterus*, Paris, Ed. Odile Jacob.

VEBLEN, T. (1944) *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica.