25-26

DOBLE GRADO EN CIENCIA POLÍTICA Y SOCIOLOGÍA
CUARTO CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CÓDIGO 69024095

UNED

25-26

SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CÓDIGO 69024095

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CÓDIGO	69024095
CURSO ACADÉMICO	2025/2026
DEPARTAMENTO	SOCIOLOGÍA I, TEORÍA, METODOLOGÍA Y CAMBIO SOCIAL
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN SOCIOLOGÍA
CURSO - PERIODO - TIPO	GRADUADO EN SOCIOLOGÍA (PLAN 2022) - CUARTO CURSO - SEMESTRE 2 - OPTATIVAS
CURSO - PERIODO - TIPO	GRADUADO EN SOCIOLOGÍA (PLAN 2009) - CUARTO CURSO - SEMESTRE 2 - OPTATIVAS
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	DOBLE GRADO EN CIENCIA POLÍTICA Y SOCIOLOGÍA
CURSO - PERIODO - TIPO	- CUARTO - SEMESTRE 2 - OPTATIVAS
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	PRUEBA DE APTITUD PARA HOMOLOGACIÓN DE GGRADO DE FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA (COMPLEMENTO)
Nº ETCS	6
HORAS	150.0
IDIOMAS EN QUE SE IMPARTE	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura tiene como objetivo básico proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para el estudio del consumo como práctica social. En las sociedades capitalistas avanzadas, la práctica socialdel consumo refleja la estructura de las clases sociales y configura el espacio simbólico del deseo. El consumo como práctica social compleja, trasciende así la mera apropiación de la utilidad de los productos, reflejando el sistema de valores dominante en cada momento histórico concreto.

El curso está enfocado al estudio del proceso de formación de la sociedad de consumo y pretende que los alumnos se familiaricen con los paradigmas teóricos y las técnicas que sirven de soporte a la investigación social de mercados. Se prestará especial atención al análisis del discurso ideológico y publicitario.

La asignatura presenta los conceptos y las herramientas básicas tal y como se usan en el ámbito profesional de la investigación de mercados. Tiene un carácter de asignatura optativa de 6 créditos ECTS y una duración semestral correspondiente al segundo semestre del primer curso.

Se trata de una asignatura básica en la profesionalización de los sociólogos que trabajan en la investigación de mercados. Cubre desde el análisis del consumo como fenómeno social y sus tendencias, hasta los diagnósticos que permiten hacer intervenciones en el campo del

marketing u la publicidad. Resulta una asignatura fundamental para el análisis de las sociedades contemporáneas, en la detección de tendencias de cambio social, en el estudio de las estructuras sociales y en el comportamiento de los diferentes actores sociales. Resulta igualmente una asignatuira central en el diseño y elaboración de explicaciones de todos aquellos fenómenos relacionados con el consumo.
Desde esta perspectiva se analizan los paradigmas teóricos que fundamentan el análisis cuantitativo y cualitativo de la investigación social del consumo, así como de las principales técnicas de investigación de mercados.
La asignatura está asociada con los contenidos de asignaturas como "Metodología y Técnicas de Investigación Social", "Estadística Aplicada a las ciencias Sociales, I y II y Cambio social.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para enfrentarse a esta Asignatura es recomendable haber superado las asignaturas de "Introducción a la economía", "Historia política y social contemporánea de España", Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales I, y "Técnicas de Investigación Social I y II".

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	JOSE MARIA ARRIBAS MACHO
Correo Electrónico	jarribas@poli.uned.es
Teléfono	7068/8488
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	SOCIOLOGÍA I

Nombre y Apellidos	MARIA GOMEZ ESCARDA (Coordinador de asignatura)
Correo Electrónico	mgomez@poli.uned.es
Teléfono	91398-7066
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	SOCIOLOGÍA I

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

María Gómez Escarda
Los alumnos pueden dirigir consultas generales a través del curso virtual o a través del correo mgomez@poli.uned.es
Teléfono: 91 398 7066
Horario de guardia:

- Martes de 10 a 14 horas
- Miércoles de 10 a 14 horas

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

Competencias específicas:

CE03 - Dar cuenta de la complejidad y diversidad de la vida social, el funcionamiento de sus principales mecanismos y la interrelación de los fenómenos sociales

CE04 - Explicar la naturaleza y evolución de las principales instituciones sociales, políticas, económicas y culturales

CE06 - Elaborar explicaciones sociológicas de distintos fenómenos sociales y evaluar críticamente explicaciones contrapuestas

CE08 - Recopilar, ordenar, analizar, valorar y comunicar información sociológica de carácter empírico

CE13 - Comprender y dar cuenta de las implicaciones éticas de la investigación sociológica y la intervención social

CE14 - Analizar y proponer actividades e intervenciones de los sociólogos en diferentes ámbitos de la sociedad y ante distintos problemas sociales

CE15 - Relacionar la Sociología con otras disciplinas de las Ciencias Sociales y valorar las aportaciones de éstas al conocimiento científico de la sociedad

Competencias genéricas:

CG 1.1.2 - Planificación y organización

CG 1.1.3 - Manejo adecuado del tiempo

CG 1.2.1 - Análisis y síntesis

CG 1.2.2 - Aplicación de los conocimientos a la práctica

CG 1.2.5 - Razonamiento crítico

CG 1.3.1 - Seguimiento, monitorización y evaluación del trabajo propio o de otros

CG 1.3.2 - Aplicación de medidas de mejora

CG 1.3.3 - Innovación

CG 2.1.1 - Comunicación y expresión escrita

CG 2.2.1 - Competencia en el uso de las TIC

CG 2.2.2 - Competencia en la búsqueda de la información relevante

CG 2.2.3 - Competencia en la gestión y organización de la información

CG 4.1 - Conocimiento y práctica de las reglas del trabajo académico

CG 4.2 - Compromiso ético y ética profesional

CG 4.3 - Conocimiento, respeto y fomento de los valores fundamentales de las sociedades democráticas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Con ésta asignatura los estudiantes desarrollarán las competencias genéricas siguientes:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Pensamiento creativo.
- Razonamiento crítico.
- Competencia en la búsqueda de información relevante.
- Competencia en gestión y tratamiento de información.
- Resolución de problemas en nuevos entornos.

De igual modo se pretende desarrollar las siguientes competencias específicas de la titulación:

-Utilizar los principales métodos y técnicas de investigación social aplicados.
-Recopilar, clasificar y analizar información de carácter empírico.
-Producir y analizar datos cuantitativos e información cualitativa sobre consumo.
-Establecer relaciones entre los resultados empíricos y la argumentación sociológica.

Los resultados concretos de esta asignatura son los siguientes:

-Conocer los principales recursos disponibles para trabajar en el campo de la investigación de mercados.
-Conocer las técnicas básicas de análisis del consumo como fenómeno social.
-Manejar las principales técnicas de análisis e interpretación, tanto cuantitativas como cualitativas.
-Saber comunicar los resultados de investigaciones sobre consumo.

CONTENIDOS

1.- CRÍTICA DE LAS TEORÍAS ECONÓMICAS SOBRE EL CONSUMO

2.- LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO DE MASAS

3.- LA FORMACIÓN DEL MERCADO NEOCAPITALISTA

4.-PARADIGMAS TEÓRICOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

5.- LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL DE MERCADOS

METODOLOGÍA

Esta asignatura se basa en tres pilares:
(a) El trabajo autónomo de los/las estudiantes.
(b) La interacción entre el/la estudiante y el equipo docente.
(c) La interacción entre los/las estudiantes.
Por ello, la metodología docente en esta asignatura utiliza los procedimientos clásicos de la enseñanza a distancia: estudio autónomo del/la estudiante e interacción con el equipo docente en entornos no presenciales.
Entre las tareas que los estudiantes podrán llevar a cabo durante su proceso formativo en esta asignatura se encuentran las siguientes:
•Lectura de la guía de estudio.
•Planificación del trabajo a realizar (cronograma personal).
•Estudio de la bibliografía básica.
•Consultas al equipo docente.
•Realización de un examen final presencial sobre la bibliografía básica del curso.
•Realización (voluntaria) de una Prueba de Evaluación Continua o PEC.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen de desarrollo
Preguntas desarrollo	2
Duración del examen	120 (minutos)
Material permitido en el examen	

Ninguno

Criterios de evaluación

El sistema de evaluación es el mismo en todas las convocatorias, incluyendo las extraordinarias y los exámenes de reserva.

Para aprobar el examen habrá que obtener, al menos, un 4 sobre 8.

% del examen sobre la nota final	80
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	8
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	4

Comentarios y observaciones

La bibliografía será proporcionada por el equipo docente, a través de la plataforma al inicio del cuatrimestre. Podrán acceder a los mismos en formato pdf en la carpeta Documentos.

La bibliografía se compone principalmente de artículos, informes o textos académicos sobre las temáticas que se trabajan en la asignatura.

NO ES NECESARIO ADQUIRIR NINGÚN MANUAL.

Para sumar la calificación de la PEC hay que aprobar el examen. En caso contrario se guardará la calificación de la misma para la convocatoria extraordinaria de septiembre.

Aprobar el examen no significa aprobar la asignatura. Sólo se aprueba la asignatura si se obtiene un 5 o más en el examen o si la suma de calificaciones entre el examen apto (4 o más) y la PEC es, al menos, un 5.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si

Descripción

Ensayo: "Yo consumo".

El objetivo de la PEC es que los/las estudiantes sean capaces de relacionar sus experiencias vitales como consumidores relacionando sus vivencias con alguno/s de los conceptos recogidos en el temario de la asignatura.

En lo que respecta al formato deberán cumplir con los siguientes requisitos y estructura:

Letra: calibri, tamaño 11

Márgenes: Normal

Interlineado: Sencillo

Espaciado: 0 anterior y 0 posterior

Texto justificado

Mínimo 1.000 palabras, máximo 1.500 palabras.

La Prueba de Evaluación Continua o PEC es voluntaria.

Criterios de evaluación

La nota mínima en la PEC es un 0 y su nota máxima es un 2. La nota de la PEC se suma a la nota del examen si y sólo si el/la alumna ha aprobado con un mínimo de 4 puntos sobre 8 el examen final presencial.

El porcentaje de calificación será del 20% sobre la nota final, siendo calificada, por tanto, de 0 a 2 puntos. En la evaluación se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

Cumplir los requisitos establecidos en cuanto a formato y estructura.

Manejar fluidamente los conceptos de la asignatura.

Saber relacionar sus trayectorias personales, formativos y/o profesionales con los conceptos teóricos y empíricos.

Redactar de una manera clara.

Estructurar ordenadamente el contenido.

Cometer faltas de ortografía.

Si no se cumple alguno de los requisitos establecidos en cuanto a formato y estructura, incluido el número mínimo de páginas, no se corregirá el trabajo, será calificado con un 0, teniendo la posibilidad de presentarlo de nuevo en la convocatoria de septiembre. No hay posibilidad de presentarlo de nuevo para subir nota.

Se creará una carpeta en Tareas para que puedan subir la PEC a la plataforma, preferiblemente en pdf.

Si el alumno o alumna suspende en convocatoria ordinaria y ha optado por realizar la PEC voluntaria, se guarda la nota de la PEC por si en la convocatoria extraordinaria de septiembre obtuviera en el examen al menos 4 puntos sobre 8. Sólo en este caso se le sumaría la nota de la PEC a la nota obtenida en el examen.

En cualquier caso, se recuerda que la PEC sólo se puede realizar durante el plazo indicado. No se atenderá ninguna petición para ampliar el plazo de entrega.

Las notas de la PEC no se guarda de un curso a otro.

Cada falta de ortografía en la PEC restará 0,05 puntos de la nota.

Será candidata o candidato a matrícula de honor aquellas alumnas o alumnos que saquen la nota máxima posible tanto en el examen presencial como en la PEC.

Ponderación de la PEC en la nota final	20%
Fecha aproximada de entrega	Segunda semana de mayo
Comentarios y observaciones	

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s?	No
Descripción	
Criterios de evaluación	
Ponderación en la nota final	
Fecha aproximada de entrega	
Comentarios y observaciones	

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Nota final = nota del examen final (máximo de 8 puntos) + nota de la PEC (voluntaria, máximo de 2 puntos) **si el examen final alcanza un mínimo de 4 puntos sobre 8.**

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Los temas de la asignatura, cuyo contenido será objeto de examen, serán proporcionadon a los/las estudiantes al inicio del cuatrimestre por parte del equipo docente. Podrán acceder a los mismos en formato pdf en la carpeta Documentos.
La bibliografía se compone principalmente de artículos, informes o textos académicos sobre las temáticas que se trabajan en la asignatura.
NO ES NECESARIO ADQUIRIR NINGÚN MANUAL.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Los siguientes textos sirven para ampliar los contenidos de la asignatura. **No es necesario adquirirlos**:

GALBRAITH, John K.(2004): *La sociedad opulenta*. Ariel, Barcelona, 2004.
BOLTANSKI,, L. y CHIAPELLO, E. (2002): *El nuevo espíritu del capitalismo,* Madrid, Akal
FREUD, Sigmund (1999): *La interpretación de los sueños*.I y II, Alianza Editorial.
SAUSSURE, Ferdinand (2008): *Curso de lingüística general*. Losada.
GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J.; ALVIRA, F.(2003) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.* Alianza Editorial.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Los/as estudiantes dispondrán de recursos y documentos de apoyo en la página de la asignatura.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.