Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad de La Laguna

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Grado en Sociología

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Sociología del Consumo e Investigación de Mercado (2019 - 2020)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Sociología del Consumo e Investigación de Mercado	Código: 119354101

- Centro: **Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación**
- Lugar de impartición: **Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación**
- Titulación: **Grado en Sociología**
- Plan de Estudios: **2011 (Publicado en 2010-06-24)**
- Rama de conocimiento: **Ciencias Sociales y Jurídicas**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Sociología y Antropología
- Área/s de conocimiento:
  Sociología
- Curso: **4**
- Carácter: **Obligatoria**
- Duración: **Primer cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **6,0**
- Modalidad de impartición: **Presencial**
- Horario: **Enlace al horario**
- Dirección web de la asignatura: **http://www.campusvirtual.ull.es**
- Idioma: **Castellano**

2. Requisitos para cursar la asignatura

No tiene prerrequisitos

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSEFA ROSA MARRERO RODRIGUEZ

- Grupo: **1 (TEÓRICO) y PA 201 (PRÁCTICO)**

General
- Nombre: **JOSEFA ROSA**
- Apellido: **MARRERO RODRIGUEZ**
- Departamento: **Sociología y Antropología**
- Área de conocimiento: **Sociología**

Contacto
- Teléfono 1: **922317177**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **jrmarrod@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	17:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	11:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Jueves	17:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	17:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	11:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología
Todo el cuatrimestre		Jueves	17:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Nivel 2, Cubículo Sociología

Observaciones:

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Módulo III: Formación en Sociología**
Perfil profesional: **Investigación Social Aplicada**

5. Competencias

Competencias Específicas

CE3 - Capacidades en elaborar, utilizar e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición social.
CE5 - Conocimientos y habilidades en transmitir los conceptos, problemáticas y perspectivas sociológicas.
CE6 - Conocimientos y habilidades técnicas para la producción y el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos.
CE12 - Capacidad de analizar los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos
CE13 - Capacidad de analizar las transformaciones y evolución de las sociedades contemporáneas y sus movimientos sociales y políticos

Competencias Generales

CG1 - Capacidad de análisis, de síntesis, de crítica, de combinar visiones globales/locales y de aplicación de los conocimientos a la práctica.
CG2 - Capacidad comunicativa (capacidad de comprender y de expresarse oralmente y por escrito, en castellano y en un segundo idioma, dominando el lenguaje especializado así como la /capacidad de buscar, usar y integrar la información).
CG3 - Capacidad en el uso de técnicas documentales y de gestión de la información, estadísticas, informáticas y multimedia necesarias para el aprendizaje y la práctica profesional.
CG5 - Trabajo en equipo (habilidades en las relaciones interpersonales, capacidad de colaborar con los demás y de contribuir a un proyecto común/capacidad de colaborar en equipos interdisciplinares, multiculturales e internacionales).
CG6 - Compromiso ético (capacidad crítica y autocrítica/capacidad de mostrar actitudes coherentes con los códigos éticos).
CG7 - Capacidad creativa (para la resolución de problemas y la adaptación a nuevas situaciones) y emprendedora (capacidad de formular, diseñar y gestionar proyectos/capacidad de buscar e integrar nuevos conocimientos y actitudes), en el contexto de una motivación por la calidad.
CG9 - Capacidad para reconocer la complejidad de los fenómenos sociales y la interacción de procesos globales y locales en situaciones concretas, identificando nexos causales y actores clave en cada situación.
CG10 - Capacidad de captar la diversidad cultural de los contextos locales y de las diversas áreas regionales del mundo, definiendo sus particularidades, las identidades y las interrelaciones entre los distintos aspectos culturales

Competencias Básicas

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Profesora: Josefa Rosa Marrero Rodríguez

Tema 1. Desarrollo y consolidación de la sociedad de consumo. Centralidad creciente de la dimensión de consumo en las sociedades contemporáneas.
Tema 2. Las teorías sociológicas sobre el consumo.
Tema 3. Transformaciones en la sociedad de consumo: fragmentación, individualización, reflexividad, cuerpos y emociones.
Tema 4. La publicidad en la sociedad de consumo.
Tema 5. Técnicas de investigación en los estudios de mercado. La irrupción de internet y repercusiones sobre la investigación social.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se concretarán durante el cuatrimestre. Al menos habrá un texto en inglés, de lectura obligatoria.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

En las clases teóricas predominará la clase magistral. Y en las clases prácticas se combinarán varios tipos de actividades: discusión de textos, análisis de prácticas de consumo, realización de proyectos de investigación.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	37,50	0,00	37,5	[CB5], [CB1], [CE5], [CE6], [CE12], [CE13], [CG1], [CG2], [CG9], [CG10]

Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	15,00	0,00	15,0	[CB4], [CB3], [CB2], [CE3], [CE6], [CG3], [CG5], [CG6], [CG7]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	34,00	34,0	[CE5], [CE12]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	42,00	42,0	[CE6], [CG3], [CG5], [CG6]
Preparación de exámenes	0,00	9,00	9,0	
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CG1]
Asistencia a tutorías	4,50	5,00	9,5	[CG2]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- Alonso, L.E. (2005): La era del consumo. Editorial siglo XXI.
- Sassatelli, R. (2012): Consumo, cultura y sociedad. Amorrortu.

Bibliografía Complementaria

Alonso, L.E. (2007): “Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada” en Pensar la publicidad, I(2), 13-32.
Baert, P. (2001), La teoría social en el siglo XX, Madrid, Alianza.
Bailly, O. et al. (2007): IKEA, un modelo desmontable. Editorial Popular, Madrid.
Barthes, R. (1971): Elementos de semiología. Alberto Corazón.
Baudrillard, J. (2009): La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras. Siglo XXI.
Beck, U.; Beck-Gernsheim, E. (2003): La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas. Paidós. Especialmente páginas 27-80.
Bourdieu, P. (1985): Razones prácticas. Anagrama.
Bourdieu, P. (1990): Sociología y cultura. Editorial CNCA y Grijalbo.
Bourdieu, P. (1998 / [1979]): La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Madrid, Taurus.
Caldevilla Domínguez, D. (2010): “Nuevas lecturas del concepto de publicidad a partir de las TIC” en Questiones Publicitarias, Vol. I, Nº 15.
Castells, M. (1997): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Alianza Editorial.
Castillo, J. (1999): “A través del espejo: el mundo fantástico de T. Veblen” en REIS, 86.
Clarke, D. y otros (eds.)(2003): The consumption reader. Routledge.
Consejo Económico y Social (2008): Los nuevos modelos de consumo en España. Colección informes CES.
Corcuff, P. (1998): Las nuevas sociologías. Alianza. Páginas 30-40.

Featherstone, M. (1991): Cultura de consumo y posmodernismo. Amorrortu.
Fernández Rodríguez, C.J. (2011): “El debate sobre el omnivorismo cultural. Una aproximación a nuevas tendencias en sociología del consumo” en Revista Internacional de Sociología, 69 (3).
Gaggi, M.; Narduzzi, E. (2006): El fin de la clase media y el nacimiento de la sociedad de bajo coste. Lengua de Trapo.
García Ruiz, P. (2005): “Comunidades de marca. El consumo como relación social” en Política y Sociedad, volumen 42, número 1.
García Ruiz, P. (2009a): “El concepto de ‘reflexividad’ en la sociología del consumo: algunas propuestas” en Revista Española de Sociología, 12, p. 85-102.
García Ruiz, P. (2009b): Repensar el consumo. Ediciones Internacionales Univesitarias, Madrid.
Giddens, A. (1997): Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea. Editorial Península.
Gil, V.; Romero, F. (2008): Crossumer. Claves para entender al consumidor español de nueva generación. Gestión 2000.
Historia Social (2001): Monográfico dedicado a la mercantilización del ocio. Número 41.
Jay, M. (1984), La imaginación dialéctica: historia de la Escuela de Frankfurt y el Instituto de Investigación Social (1923-1950), Madrid, Taurus.
Judt, T. (2006): Postguerra: una historia de Europa desde 1945. Santillana.
Korstanje, M. (2008): “La clase ociosa en Thorstein Veblen” en Contribuciones a la Economía, mayo.
Lahire, B. (2012): \"De la teoría del habitus a una sociología psicológica\" en CPU-e, Revista de Investigación Educativa, 14, enero-junio.
Lanfant, M. F. (1978 / [1972]): Sociología del ocio. Barcelona, Península.
Marcuse, H. (1985 / [1964]): El hombre unidimensional. Barcelona, Planeta-Agostini.
Martel, F. (2012): Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas. Santillana Ediciones.
Martínez Barreiro, A.M.A. (2007): “Un modelo de empresa innovadora y flexible: el caso de Zara” en Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, vol.6, número 1, pp. 69-80.
Martínez, P. (2008): Cualitativa-mente. Los secretos de la investigación cualitativa. ESIC.
Martínez García, J.S. (2003): \"El capital en Pierre Bourdieu\" en J. Noya (ed.),
Cultura, reflexividad y desigualdad. La sociología de Pierre Bourdieu
. Ediciones La Catarata.
McCraken, G. (1986): \"Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods\" en Journal of Consumer Research, 13(1), pp. 71-84.
Medina, A. (2001): La publicidad. Acento Editorial.
Muñoz, B. (2009): “Escuela de Frankfurt” en R. Reyes (dir.), Diccionario crítico de Ciencias Sociales. Terminología científico-social. Editorial Plaza y Valdés.
Política y sociedad (1994): Monográfico dedicado a sociología del consumo. Número 16.
Política y sociedad (2002): Monográfico dedicado a sociología del consumo. Número 39(1).
Riesman, D. (1965): Abundancia ¿para qué?. México, Fondo de Cultura Económica.
Riesman, D. (1981): La muchedumbre solitaria. Barcelona, Paidós.
Ritzer, G. (1996): La McDonaldización de la sociedad. Editorial Ariel.
Ritzer, G. (2001): Teoría sociológica moderna. Madrid, McGraw-Hill.
Sánchez Gúzman, J.R. (2004): “Sobre la naturaleza y efectos de la producción, la distribución y el consumo de la publicidad en la industria cultural” en REIS, 105.
Santamarina, C. (2002): “La publicidad como voluntad de representación, o cómo pasar de la opinión pública al «hombre medio»” en Política y Sociedad, Vol 39 Núm. 1, pp. 83-96.
Veblen, T. (1995 / [1899]): Teoría de la clase ociosa. México, Fondo de Cultura Económica.
Warde, A. (2005): \"Consumption and Theories of Practice\" en Journal of Consumer Culture, vol. 5, no. 2, pp. 131-153.
Warde, A. (2015): \"The sociology of consumption: its recent development\" en Annual Review of Sociology, 0.
Warde, A. (2017): Consumption. A sociological analysis. Palgrave Macmillan.
Zukin, S.M.; Maguire, J.S. (2004): “Consumers and consumption” en Annual Review of Sociology, nº 30, pp. 173-97.

Arroyo Menéndez, M. y Sábada Rodríguez, I. (coords.) (2012): Técnicas de la investigación social. Técnicas innovadoras y sus aplicaciones. Editorial Síntesis.

Castro, N. (2017): La dictadura de los supermercados. Cómo los grandes distribuidores deciden lo que consumimos. Editorial Akal. Primera parte.
Martínez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. Papers: Revista de Sociología, (73), 127-152.

Campbell, C. (2007). El deseo de lo nuevo: su naturaleza y ubicación social según las teorías de la moda y el consumismo moderno. In Distinción social y moda (pp. 349-369). Ediciones Universidad de Navarra. EUNSA.
Gómez, J. J. (2011). La fascinación por la moda como expresión de libertad. Revista Española de Sociología, (16).
Iglesias, J. (2015). El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal. Tesis doctoral.
Martínez Barreiro, A. (2006). La difusión de la moda en la era de la globalización. Papers: revista de sociologia, (81), 187-204.

Halford, S; Savage, M. (2017): “Speaking sociologically with Big Data: Symphonic Social Science and the Future for Big Data Research” en Sociology, ■1–17.

Mayer-Schönberger, V. y Cukier, Kenneth (2013): Big Data: La revolución de los datos masivos. Turner.
Underhill, P. (2002): Por qué compramos. La ciencia del shopping. Gestión 2000.

Illouz, E. (comp.)(2019). Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía. Katz Editores.

Otros Recursos

Base de datos Dialnet: http://dialnet.unirioja.es/
Centro de Investigaciones Sociológicas: www.cis.es
Instituto Nacional de Consumo: http://www.consumo-inc.gob.es/
Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
ISTAC.

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La evaluación continua se organiza en torno a las siguientes actividades.
1. Realización durante el cuatrimestre de un trabajo de investigación de mercados, que supone un 30% del total de la calificación.
2. Presentación pública de ejercicios y tareas (10%).
3. Participación activa en las clases dedicadas a la discusión de textos u otros materiales (10%). De forma genérica, se entiende por participación activa la presentación de resultados de ejercicios, y/o la demostración en clase o a posteriori de que el estudiantado ha leído o realizado las tareas encomendadas.
Sobre todas las pruebas anteriores se informará en el Aula de Docencia Virtual.
4. Un examen escrito en las convocatorias oficiales (50% del total), que deberá defenderse en una entrevista con la

profesora.
Este sistema de evaluación continua obliga a realizar y aprobar todas las actividades, y a un porcentaje de asistencia mínimo del 50%.
Para aquellos estudiantes que no opten por la evaluación continua, deberán realizar un examen oral o escrito, que incluirá todos los contenidos y competencias desarrollados durante el cuatrimestre.
El alumnado podrá obtener una puntuación que va de 0 a 10 puntos. Y en ambos sistemas de evaluación se supera la asignatura con un 5 de nota final.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas de desarrollo	[CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [CB1], [CE3], [CE5], [CE6], [CE12], [CE13], [CG1], [CG2], [CG3], [CG5], [CG6], [CG7], [CG9], [CG10]	Respuesta correcta. Capacidad para comprender textos de carácter sociológico, y para saber aplicar los conocimientos al estudio de situaciones empíricas. Capacidad para relacionar las diferentes problemáticas relativas al consumo.	50,00 %
Trabajos y proyectos	[CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [CB1], [CE3], [CE5], [CE6], [CE12], [CE13], [CG1], [CG2], [CG3], [CG5], [CG6], [CG7], [CG9], [CG10]	Realización de proyecto de investigación sociológico sobre el consumo. Saber trabajar en equipo, buscar información, saber analizar datos relevantes desde una perspectiva sociológica. Comprender textos de carácter sociológico.	30,00 %
Informes memorias de prácticas	[CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [CB1], [CG1], [CG2]	Participación activa en las clases dedicadas a la discusión de textos u otros materiales. Y capacidad para sintetiza y reflexionar sobre dichos materiales.	10,00 %
Presentación trabajos	[CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [CB1]	Exposición pública del proyecto de investigación	10,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

- Lee, sintetiza y comprende críticamente materiales bibliográficos de referencia, así como materiales que presentan resultados de investigaciones, memorias y otros de carácter aplicado.
- Conoce y distingue conceptos, marcos teóricos y modelos propios de la materia de estudio.
- Contrasta contenidos teóricos y prácticos de la materia de estudio con aspectos de la realidad combinando las visiones globales y locales.
- Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real en los que aplicar conceptos e hipótesis contenidas en las teorías y modelos
de la materia.
- Se expresa por escrito con precisión y corrección gramatical y ortográfica.
- Es capaz de expresarse verbalmente con soltura, fluidez, claridad y de forma comprensible.
- Busca y utiliza documentación para sus actividades de aprendizaje en otras lenguas, especialmente inglés.
- Realiza presentaciones orales y escritas, claras, bien estructuradas, comprensibles, y adecuadas en su terminología y contenidos a diferentes audiencias.

- Domina programas informáticos y medios audiovisuales para el apoyo de presentaciones orales.
- Demuestra tener capacidad para responder a las preguntas de sus compañeros/as y del profesorado apoyándose en los argumentos elaborados.
- Conoce y utiliza adecuadamente una diversidad de recursos bibliográficos y documentales, manejándose con soltura en la biblioteca tradicional y
electrónica.
- Conoce y maneja Internet y otros recursos informáticos como fuente para la búsqueda de información.
- Discrimina el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información.
- Utiliza en los trabajos individuales o grupales una variedad de documentación, evaluando la pertinencia de datos de diferente índole ¿cuantitativos y
cualitativos- como evidencia empírica de sus argumentaciones.
- Actualiza permanentemente la búsqueda, selección y utilización en su estudio y en los trabajos que realiza de materiales bibliográficos y empíricos
novedosos y de origen multidisciplinar.
- Identifica y aplica metodologías de análisis, interpretando los resultados de forma clara y comprensible.
- Elabora correctamente trabajos e informes de investigación en formato electrónico.
- Conoce y utiliza programas informáticos específicos para la práctica profesional.
- Se comporta de forma respetuosa con los argumentos aportados por los demás.
- Aprecia, valora y toma en consideración las aportaciones de otras personas en los trabajos en equipo.
- Dispone de capacidades personales para coordinar, motivar y animar el trabajo en equipo: fijar tareas, asignar tareas y realizar un seguimiento de las mismas.
- Se pone a disposición y se muestra colaborador con las personas que integran los equipos de trabajo en los que participa.
- Elabora trabajos en grupo, cooperando en la búsqueda y selección de la información, análisis de la evidencia presentada y redacción de las conclusiones, realizando las tareas acordadas en los tiempos previstos.
- Participa en debates grupales sobre las diferentes soluciones alcanzadas en ejercicios prácticos, contrastando documentación y evidencia empírica,
y expresando de forma clara y asertiva sus argumentos.
- Se interesa por asistir y participar en cuantas reuniones de equipos de diferente tipo sean accesibles durante la realización de sus prácticas.
- Conoce, clasifica y contrasta teorías, modelos y metodologías de análisis propias de diferentes enfoques de una disciplina, o de varias disciplinas.
- Asume sus responsabilidades en el proceso de aprendizaje, tanto en las materias teóricas como en la realización de sus prácticas.
- Se preocupa por estar al día en el avance de los conocimientos y técnicas propias de la profesión
- Se preocupa por asumir una actitud crítica y autocrítica en el proceso de aprendizaje.
- Se preocupa e interesa por la dimensión y el compromiso ético en el desarrollo de las actividades propias de la profesión.
- Conoce los principales momentos del desarrollo y consolidación de la Sociología.
- Analiza y distingue las principales corrientes teóricas constitutivas, aportaciones de autores, autoras y tendencias actuales de la Sociología como profesión y disciplina.
- Comprende críticamente la naturaleza del trabajo sociológico como profesión y como disciplina, y sus relaciones con las diversas ciencias sociales.
- Reconoce los puntos de contacto y las diferencias con otras profesiones que intervienen en el campo social.
- Es capaz en el desarrollo de sus actividades de aprendizaje de tener iniciativa propia y de aportar un enfoque personal.
- Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico, contrastándolas con el profesorado, tutores/as y los compañeros y compañeras.
- Elabora trabajos adoptando enfoques originales, tanto en la selección de temas, preguntas que formula, enfoques teóricos que referencia y metodologías de análisis que emplea.
- Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica

profesional.
- Se preocupa por desarrollar correcta y responsablemente su trabajo.
- Contrasta contenidos teóricos y prácticos de la materia de estudio con aspectos de la realidad combinando las visiones globales y locales.
- Capacidad de identificar las interacciones entre las dimensiones macro y micro en los análisis de la realidad social.
- Desarrolla análisis de los fenómenos sociales identificando la intervención de factores diversos, sus nexos causales y su carácter histórico, dinámico e interactivo.
- Desarrolla en sus trabajos análisis de las interrelaciones entre distintas dimensiones y su interacción en el devenir de los fenómenos sociales (económica, política, psicológica, cultural).
- Identifica en el análisis de situaciones concretas la intervención y orientaciones de los actores clave en cada situación.
- Utiliza e introduce en sus trabajos enfoques teóricos, datos, ejemplos, casos de estudio que reflejan su conocimiento de la diversidad de contextos
culturales.
- Desarrolla análisis de los fenómenos sociales identificando la diversidad cultural de los contextos locales y de las diversas áreas regionales del mundo.
- Incorpora en sus trabajos definiciones de las dimensiones particulares de las diversas culturas e identidades.
- Desarrolla en sus trabajos análisis de las interrelaciones entre distintos aspectos culturales y de su interacción con otras dimensiones de los fenómenos sociales (económica, política, psicológica).
- Vincula sus trabajos a la identificación de las problemáticas asociadas a la diversidad cultural procurando hacer aportaciones a la resolución de conflictos asociados a ésta.
- Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real en los que aplicar conceptos e hipótesis contenidas en las teorías y modelos
de la materia.
- Discrimina el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información
- Utiliza en los trabajos individuales o grupales una variedad de documentación, evaluando la pertinencia de datos de diferente índole ¿cuantitativos y
cualitativos- como evidencia empírica de sus argumentaciones.
Desarrolla análisis de los fenómenos sociales identificando la intervención de factores diversos, sus nexos causales y su carácter histórico, dinámico e interactivo.
- Se expresa por escrito con precisión y corrección gramatical y ortográfica.
- Es capaz de expresarse verbalmente con soltura, fluidez, claridad y de forma comprensible.
- Realiza presentaciones orales y escritas, claras, bien estructuradas, comprensibles, y adecuadas en su terminología y contenidos a diferentes audiencias.
- Domina programas informáticos y medios audiovisuales para el apoyo de presentaciones orales.
- Demuestra tener capacidad para responder a las preguntas de sus compañeros/as y del profesorado apoyándose en los argumentos elaborados.
- Conoce y utiliza adecuadamente una diversidad de recursos bibliográficos y documentales, manejándose con soltura en la biblioteca tradicional y
electrónica.
- Conoce y maneja Internet y otros recursos informáticos como fuente para la búsqueda de información.
- Discrimina el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información.
- Utiliza en los trabajos individuales o grupales una variedad de documentación, evaluando la pertinencia de datos de diferente índole ¿cuantitativos y
cualitativos- como evidencia empírica de sus argumentaciones.
- Actualiza permanentemente la búsqueda, selección y utilización en su estudio y en los trabajos que realiza de materiales bibliográficos y empíricos
novedosos y de origen multidisciplinar.
- Identifica y aplica metodologías de análisis, interpretando los resultados de forma clara y comprensible.

- Desarrolla en sus trabajos análisis de las interrelaciones entre distintos aspectos sociales y culturales, y de su interacción con otras dimensiones de
los fenómenos sociales (económica, política, psicológica,¿).
Contrasta contenidos teóricos y prácticos de la materia de estudio con aspectos de la realidad combinando las visiones globales y locales.
- Capacidad de identificar las interacciones entre las dimensiones macro y micro en los análisis de la realidad social.
- Desarrolla análisis de los fenómenos sociales identificando la intervención de factores diversos, sus nexos causales y su carácter histórico, dinámico e interactivo.
- Analiza y distingue las principales corrientes teóricas constitutivas, aportaciones de autores, autoras y tendencias actuales de la Sociología como profesión y disciplina.
- Desarrolla en sus trabajos análisis de las interrelaciones entre distintas dimensiones y su interacción en el devenir de los fenómenos sociales (económica, política, psicológica, cultural¿).
- Identifica en el análisis de situaciones concretas la intervención y orientaciones de los actores clave en cada situación.
- Desarrolla análisis de los fenómenos sociales identificando la diversidad de los contextos locales y de las diversas áreas regionales del mundo.
- Desarrolla en sus trabajos análisis de las interrelaciones entre distintos aspectos culturales y de su interacción con otras dimensiones de los fenómenos sociales (económica, política, psicológica).

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

Primer cuatrimestre. Cronograma orientativo.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Presentar asignatura y tema 1	Introduccion a la asignatura, al aula de docencia virtual, al tema 1 y a la organizacion del curso	3.00	4.00	7.00
Semana 2:	Tema 1	Desarrollo de los temas y comienzo de preparacion del proyecto de investigacion	3.50	5.00	8.50
Semana 3:	Tema 1	Desarrollo de los temas y discusion de textos	3.50	5.00	8.50
Semana 4:	Tema 2	Desarrollo de los temas y del proyecto de investigacion	3.50	5.00	8.50
Semana 5:	Tema 2	Desarrollo de los temas y discusion de textos	3.50	5.00	8.50
Semana 6:	Tema 2	Desarrollo de los temas y del proyecto de investigacion.	5.50	5.00	10.50
Semana 7:	Tema 3	Desarrollo de los temas y discusion de textos	3.50	7.00	10.50

Semana 8:	Tema 3	Desarrollo de los temas y del proyecto de investigacion	3.50	6.00	9.50
Semana 9:	Tema 3	Desarrollo de los temas y discusion de textos.	5.50	6.00	11.50
Semana 10:	Tema 3	Desarrollo de los temas y del proyecto de investigacion	3.50	6.00	9.50
Semana 11:	Tema 4	Desarrollo de los temas y discusion de textos	3.50	6.00	9.50
Semana 12:	Tema 4	Desarrollo de los temas y del proyecto de investigacion	3.50	6.00	9.50
Semana 13:	Tema 4	Desarrollo de los temas y discusion de textos	3.50	6.00	9.50
Semana 14:	Tema 5	Desarrollo de los temas y del proyecto de investigacion	3.50	6.00	9.50
Semana 15:	Tema 5	Desarrollo de los temas, repaso antes de la finalizacion de cuatrimestre. Y presentacion de los trabajos	3.50	6.00	9.50
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluacion y trabajo autonomo del alumno para la preparacion de la evaluacion.	4.00	6.00	10.00
		Total	60.00	90.00	150.00