

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Marketing		
Plan BOE:	BOE número 108 de 6 de mayo de 2015,		
Asignatura:	Sociología General		
Módulo:	Habilidades profesionales y Sociedad		
Curso:	1º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Formación básica	Tipo de formación:	Teórico-práctica

Presentación

Esta asignatura se orienta a formar al alumnado del grado en Marketing en la comprensión y análisis crítico de la realidad social, a partir de las aportaciones de la Sociología. El ejercicio profesional cualificado en esta área, exige un adecuado conocimiento de las estructuras y procesos de cambio presentes en los contextos sociales en donde acontece la vida cotidiana de personas, grupos, organizaciones y comunidades. Su intervención especializada en estos ámbitos debe contemplar la influencia, posibilidades y limitaciones que introducen en el devenir de las sociedades, las dimensiones sociopolíticas, económicas y culturales. El estudio de la asignatura exige, por esta razón, un seguimiento continuado y plural de la actualidad a través de los principales medios de comunicación, y un ejercicio de reflexión crítica sobre la realidad social a partir de los conceptos y marcos teóricos sociológicos.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

Capacidad para entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que ésta desempeña en los procesos psicológicos de la publicidad y de las relaciones públicas.

Capacidad para conocer y dominar los principales conceptos, teorías y metodologías de la Sociología para el análisis crítico de la realidad social propia de los procesos de comunicación persuasiva.

Contenidos Didácticos

1 La perspectiva sociológica

- 1.1 La Sociología como ciencia
 - 1.1.1 Sociología y método científico
 - 1.1.2 Sociología y valores
 - 1.1.3 Sociología y teoría
- 1.2 Los orígenes de la Sociología: los primeros sociólogos
 - 1.2.1 Auguste Comte
 - 1.2.2 Émile Durkheim
 - 1.2.3 Karl Marx
 - 1.2.4 Max Weber

2 Acción, estructura y cambio social

- 2.1 La acción social
 - 2.1.1 El carácter subjetivo de la acción social según Weber

- 2.1.2 La definición objetiva de la acción social según Durkheim
- 2.1.3 La teoría de la estructuración de Giddens
- 2.2 La estructura social
 - 2.2.1 Características de lo estructural
 - 2.2.2 Dimensiones de la estructura social
 - 2.2.3 El estudio de la estructura social
- 2.3 El cambio social
 - 2.3.1 Definición de cambio social
 - 2.3.2 Teorías y conceptos para el estudio del cambio social
- 3 Persona, cultura y sociedad**
 - 3.1 Bases normativas de la acción social
 - 3.1.1 Las normas
 - 3.1.2 Rol y estatus social
 - 3.1.3 Sanciones y control social
 - 3.2 Bases ideales y simbólicas de la acción social
 - 3.2.1 Los valores
 - 3.2.2 Los símbolos
 - 3.3 La cultura: componente esencial de la sociedad
 - 3.3.1 La noción de cultura: características principales
 - 3.3.2 Función social de la cultura
 - 3.4 La diversidad cultural
 - 3.4.1 Alta cultura, cultura popular y capital cultural
 - 3.4.2 Cultura dominante, subculturas y contraculturas
 - 3.5. Etnocentrismo y relatividad cultural
- 4 El proceso de socialización**
 - 4.1 La socialización
 - 4.2 El proceso de socialización
 - 4.3 Mecanismos de socialización
 - 4.3.1 George Herbert Mead
 - 4.3.2 Jean Piaget
 - 4.3.3 Sigmund Freud
 - 4.4 Fases del proceso de socialización
 - 4.4.1 Socialización primaria
 - 4.4.2 Socialización secundaria
 - 4.4.3 Socialización terciaria
 - 4.5 Agentes tradicionales de socialización
 - 4.5.1 La familia
 - 4.5.2 Grupos primarios y grupos secundarios
 - 4.5.3 La escuela
 - 4.5.4 Los medios de comunicación
 - 4.6 Nuevos agentes de socialización en la sociedad global
- 5 Adaptación y desviación social**
 - 5.1 Adaptación y conformidad social
 - 5.2 La desviación social
 - 5.2.1 El concepto de desviación
 - 5.3 Principales teorías de la desviación
 - 5.3.1 La Escuela Clásica de Criminología
 - 5.3.2 La criminología positivista
 - 5.3.3 Teorías sociológicas de la desviación

6 Desigualdad, estratificación y exclusión social

- 6.1 La desigualdad social
- 6.2 Desigualdad y estratificación social
- 6.3 Teorías sobre la desigualdad y estratificación social
 - 6.3.1 La concepción funcionalista de la estratificación
 - 6.3.2 La explicación marxista de la estratificación
 - 6.3.3 La estratificación según Max Weber: desigualdades de clase, estatus y poder
 - 6.3.4 Diferencias entre las posiciones de clase media según Erik Olin Wright
- 6.4 La exclusión social
 - 6.4.1 El estudio de las causas de la exclusión social
 - 6.4.2 Factores de exclusión/integración social

7 Familia y relaciones de pareja

- 7.1 Conceptos básicos para el análisis de la familia
- 7.2 La evolución histórica de la institución familiar
- 7.3 Perspectivas teóricas sobre la familia
 - 7.3.1 El análisis funcionalista sobre la familia
 - 7.3.2 Familia y desigualdad en la teoría del conflicto
 - 7.3.3 La perspectiva feminista de la familia
 - 7.3.4 Contribuciones sociológicas al estudio de las relaciones de pareja
- 7.4 La violencia en la familia
 - 7.4.1 La violencia contra los niños
 - 7.4.2 La violencia contra las mujeres
- 7.5 El cambio familiar en España
 - 7.5.1 Indicadores estructurales del cambio familiar español
 - 7.5.2 El surgimiento de la familia negociadora en España

8 Sociedad y Política

- 8.1 Sociedad y política: una relación multidimensional
- 8.2 Política, Estado, poder y autoridad
 - 8.2.1 La legitimación del poder según Weber
 - 8.2.2 El análisis teórico del poder
- 8.3 Regímenes políticos
 - 8.3.1 Los totalitarismos
 - 8.3.2 El autoritarismo
 - 8.3.3 La democracia
- 8.4 Los actores políticos
 - 8.4.1 Partidos políticos
 - 8.4.2 Otros actores políticos

9 Medios de Comunicación Social

- 9.1 La importancia social de los medios de comunicación
- 9.2 Etapas culturales en la evolución de los medios de comunicación
 - 9.2.1 La Cultura oral
 - 9.2.2 Cultura escrita y cultura impresa
 - 9.2.3 Cultura electrónica
- 9.3 Teorías sobre los medios de comunicación
 - 9.3.1 La teoría hipodérmica
 - 9.3.2 Teorías funcionalistas y medios de comunicación
 - 9.3.3 Teorías del conflicto y medios de comunicación de masas
 - 9.3.4 La teoría del pánico moral

- 9.3.5 Teorías posmodernas de los medios de comunicación
- 9.4 Dimensiones principales del análisis mediático
 - 9.4.1 El análisis de las noticias de televisión
- 9.5 Contenido, audiencia y globalización de los medios
 - 9.5.1 El contenido de los medios
 - 9.5.2 Fragmentación y efectos de los medios en la audiencia
 - 9.5.3 La globalización de los medios

10 La globalización

- 10.1 ¿Qué es la globalización?
- 10.2 El debate alrededor de la globalización
 - 10.2.1 La posición escéptica
 - 10.2.2 La respuesta globalista
 - 10.2.3 La posición intermedia: los transformacionistas
- 10.3 La aceleración del proceso de globalización: principales causas
 - 10.3.1 El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación
 - 10.3.2 La dimensión económica: multinacionales y flujos financieros
 - 10.3.3 La dimensión política: la gobernanza global
 - 10.3.4 La expansión de los medios de comunicación
- 10.4 Algunas consecuencias de la globalización
 - 10.4.1 El impacto social y cultural
 - 10.4.2 Las consecuencias económicas y políticas

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Diversas propuestas de participación en foros de debate para el estudio y análisis de cuestiones relevantes y problemas que afectan a la realidad sociocultural y económica española .
- Elaboración de un informe basado en la búsqueda, presentación y explotación de indicadores sociales y culturales desde bases de datos *online*.
- Elaboración de un informe sobre, La violencia de género. Las microviolencias y sus efectos.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

Monferrer, J.M. (2012). *Sociología*. Madrid: Ed. CEF.