

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad o Escuela: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Programa de la Asignatura: Antropología del Consumo

Semestre: Sexto

CLAVE:

Eje de conocimiento: Teórica		Área por orientación de contenidos: Publicidad		
Carácter: Obligatoria	Horas/Semanas/Semestre		Total de Horas al Semestre	Créditos 08
	Teóricas 4	Prácticas 0	64	
Modalidad: curso	Tipo: Teórica			

Nombre de la asignatura con seriación indicativa antecedente: Ninguna
Nombre de la asignatura con seriación indicativa subsecuente: Ninguna
Objetivo: Conocer los aspectos culturales, sociales y comunicacionales sobre los que se da el consumo en las sociedades contemporáneas. Ubicar el fenómeno del consumo en la sociedad y su vínculo con los planteamientos de la modernidad. Analizar las características del consumo simbólico que se da en la comunicación y en la publicidad.

Unidades	
Número de Horas Unidad 1 horas	Unidad 1 1. La sociedad industrial 1.1..La sociedad de masas 1.2.La modernidad y el consumo
Numero de horas Unidad 2 horas	Unidad 2 2. La organización del consumo 2.1. La vida cotidiana 2.2. Las necesidades 2.3. La formación de gustos, estilos y hábitos de consumo
Número de horas Unidad 3 horas	Unidad 3 3. La moda y el individualismo
Número de horas Unidad 4 horas	Unidad 4 4. El consumo simbólico
Total de horas: 64	
Bibliografía Básica Adorno, T., Bell, D., et al. <i>Industria cultural y sociedad de masas</i> . Monte Avila. Baudrillard. J. <i>El sistema de los objetos</i> . Dogana. E. <i>Psicopatología del consumo cotidiano</i> . Gedisa. Ewen, Stuart. <i>Todas las imágenes del consumismo</i> . CONACULTA.	

García Canclini, Néstor. *El consumo cultural en México*. CONACULTA

García Calderón, Carola. *El poder de la publicidad en México*. México. Tesis doctoral FCPyS. UNAM. 1996.

Pérez Tornero, et al. *La seducción de la opulencia*. Paidós. 1993.

Piñuel, J:L: *Producción, publicidad y consumo*. Fundamentos.

Bibliografía Complementaria

Bernal S. Víctor. *El alcoholismo en México*. Nuestro Tiempo

García Canclini, Néstor. *Culturas Híbridas*. CONACULTA. 1988.

Guinsberg, E. *Publicidad. Manipulación para la reproducción*. México, Plaza y Valdés-UAM.

Lefebvre, H. *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Alianza

Sugerencia de Enseñanza y de Aprendizaje

- Exposición oral
- Ejercicios dentro del aula
- Ejercicios fuera del aula
- Lecturas obligatorias

Sugerencia para la evaluación de la asignatura:

- Exámenes parciales
- Exámenes finales
- Trabajos y tareas fuera del aula
- Participación en clase

Perfil profesiográfico de quienes pueden impartir la asignatura:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación