

1. Dades de l'assignatura

ESPECIALITAT	CURS	SEMESTRE	TIPUS	ECTS
Producte	Quart	Primer	Específica	2

Departament: Ciències socials i jurídiques

Idioma d'impartició: Català/castellà

Web de l'assignatura: [Fes clic per escriure](#)

1.1. Requisits per cursar l'assignatura: (Requisits previs, mínims o necessaris per cursar l'assignatura i/o recomanacions)

Haver superat l'assignatura formació bàsica "Cultura del disseny".

1.2. Professor/a

Idoia Rivas Marino

Correu electrònic: iribas@escoladisseny.com

1.3. Cap de departament

Jaume Enric Rado Roca

Correu electrònic: jaumenric@gmail.com

1.4. Normativa de referència

Decret 43/2013, de 6 de setembre, pel qual s'estableix a les Illes Balears el pla d'estudis dels ensenyaments artístics superiors conduents al títol superior de disseny de les especialitats de disseny gràfic, disseny d'interiors, disseny de moda i disseny de producte i se'n regula l'avaluació (BOIB Núm. 125, de 10 de setembre de 2013).

2. Contextualització de l'assignatura dins el pla d'estudis

2.1. Matèria a la qual pertany l'assignatura (Matèria a la qual pertany l'assignatura i conjunt d'assignatures vinculades entre si, i paper de l'assignatura dins el pla d'estudis)

Cultura del disseny.

2.2. Perfil professional (interès de la matèria per la professió, amb exemples)

"Els mercats són conversacions. Parlar és barat. El silenci és fatal" (Tesis 1, *The Cluetrain Manifesto: The End of Business as usual*, <http://www.cluetrain.com>, 1999/2001).

El consum és una pràctica social complexa que transcendeix al simple acte d'intercanvi (producte per preu) i reflecteix el sistema de valors dominat al llarg de la història; per tot això, des de l'anomenat primer món fins als països en vies de desenvolupament, el consum reflecteix l'estructura de les classes socials i configura l'espai simbòlic del desig, a partir de les necessitats del consumidor (reals o creades per la pròpia societat), propi del sistema capitalista..

En este context, la sociologia del consum és una branca emergent de la sociologia. Es tracta d'un terme utilitzat en economia i sociologia per designar un tipus de societat definida cada vegada més pel consum, que a rel de la Revolució Industrial (basada en la producció massiva de productes) i que propicia una societat de consum que es caracteritza pel consum massiu de productes (béns i serveis).

La sociologia del consum es pot centrar en diferents objectes d'estudi:

- Producte.
- Consumidor/usuari.
- Marca.
- Distribució.

El producte, sense màgia, no sedueix. La màgia, sense un bon producte al darrere, no convenç. Els consumidors volen ser seduïts i convençuts, perquè són persones i, com a les persones que són, necessiten conèixer i necessiten sentir.

"El dial del consum es mou entre el 100% racional i el 100 % emocional. Trobar el punt és començar a sintonitzar amb el consumidor" (Principi 35, Joaquín Lorente, publicista espanyol, *Piensa, es gratis: 84 ideas pràcticas para potenciar el talento*, 2009).

3. Competències de l'assignatura

3.1. Competències transversals (CT) (Tria i marca les corresponents a l'assignatura)

- CT07 Utilitzar les habilitats comunicatives i la crítica constructiva en el treball en equip.
- CT09 Integrar-se adequadament en equips multidisciplinaris i en contextos culturals diversos.
- CT17 Contribuir amb la seva activitat professional a la sensibilització social de la importància del patrimoni cultural, la seva incidència en els diferents àmbits i la seva capacitat de generar valors significatius.

3.2. Competències generals del títol (CG) *(Tria i marca les corresponents a l'assignatura)*

- CG05 Actuar com a mediadors entre la tecnologia i l'art, les idees i els fins, la cultura i el comerç.
- CG09 Investigar en els aspectes intangibles i simbòlics que incideixen en la qualitat.
- CG19 Demostrar capacitat crítica i saber plantejar estratègies de recerca.
- CG21 Dominar la metodologia d'investigació.

3.3. Competències específiques de l'especialitat (CE)

Reflexionar sobre la influència social positiva del disseny, la seva incidència en la millora de la qualitat de vida i del medi ambient, i la seva capacitat per generar identitat, innovació i qualitat en la producció.

4. Objectius d'aprenentatge de l'assignatura

Descripció del que un estudiant ha d'haver après en finalitzar l'assignatura. Aquests objectius d'aprenentatge generals de l'assignatura han de ser coherents amb les competències que el pla d'estudis ha definit i que l'estudiant ha de desenvolupar i assolir.

Coneixement

- Conèixer la realitat social i cultural.

Comprensió

- Confrontar els valors actuals i els valors universals comuns amb altres cultures.

Aplicació

- Utilitzar Internet com a font d'informació, espai d'autoaprenentatge i transferència de coneixements.
- Practicar les habilitats comunicatives i socials.
- Participar del propi procés de formació i crear una cultura d'autoaprenentatge permanent.

Síntesis

- Fer una lectura crítica de la societat contemporània.

Avaluació

- Valorar la xarxa d'internet com a eina d'aprenentatge permanent.

5. Continguts temàtics de l'assignatura *(distribuïts en unitats d'aprenentatge)*

Psicologia del consum. Sociologia del consum. Sociologia de les tendències. Mètodes d'investigació i experimentació propis de l'assignatura.

1. Consum y sociologia del consum.
2. Producte. Cicle productiu (béns, serveis).
3. Consumidors i usuaris. Necessitats. Perfils de consum. Segments de mercat. Comportament del consumidor.
4. Marques. Principal focus d'atenció de la comunicació. Públic objectiu. Consumisme.
5. Distribució. Evolució històrica dels espais comercials. *Visual merchandising*.

6. Bibliografia i altres recursos

Bibliografia bàsica:

J.A. Arribas & A. de Lucas & B. Mañas (2013). *Sociología del consumo e investigación del mercado*. Madrid: UNED.

Bibliografia complementària:

D.T. Cook, "The Sociology of Consumption", *Footnotes. Newsletter of The American Sociological Association* 34/6, 07/08-2006, <http://www.asanet.org/footnotes/julyaugust06/fn5.html>.
Frontline's Report, *The merchants of cool (a report on the creators & marketers of popular culture for teenagers)*, 53.00 min., 2001, <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/cool/>.
N. Klein (2010). *No Logo* (10th anniversary edition). New York (US): St. Martin's Press.
Ch. Locke & R. Levine & D. Seals & D. Weinberger, *The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual*, 1999/2011, <http://www.cluetrain.com>.
D. Searls & D. Weinberger, *New Clues*, 2015, <http://newclues.cluetrain.com/>.
M.P. Rovira, "Distribución, punto de venta y consumo", *FOROALFA*, Buenos Aires (Argentina), Foroalfa.org, 09-08-2013, <http://foroalfa.org/articulos/distribucion-punto-de-venta-y-consumo>.

Altres recursos:

Publicaciones de Cáritas Española Editores, <http://www.caritas.es/publicaciones.aspx>.
Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, <http://www.ontsi.red.es> (ES, EN).
Portal "Moda España" (ICEX), <http://www.fashionfromspain.com> (ES, EN).
Portal "Interiors from Spain" (ICEX), <http://www.interiorsfromspain.com> (ES, EN).
DEXIGNER, <http://www.dexigner.com> (EN).
Industrial Design Today, <http://www.designboom.com> (EN).
TED (Technology, Entertainment, Design): Ideas worth spreading, <http://www.ted.com> (EN).

7. Metodologia docent

7.1. Estratègies generals metodològiques

Proposem una metodologia de treball pràctica, activa i interactiva, amb una dinàmica participativa i oberta, flexible, individualitzada i adaptada al perfil de l'alumnat, a les seves experiències, al seu estil i ritme d'aprenentatge, a les seves capacitats, al seu desenvolupament i a les activitats proposades.

Escollirem diferents tipus d'agrupament de l'alumnat (intergrup, gran grup, grup mitjà, petit grup, individual) per treballar les diferents tasques programades, que es desenvoluparan d'acord amb el pla de treball i programa d'activitats que s'entregarà als estudiants a l'inici del semestre.

L'alumnat haurà fer, entregar en els terminis establerts, i superar **TOTS** els exercicis proposats, fets a l'aula o a casa, revisats a l'aula. S'aplicarà estrictament el criteri "**Tolerància 0**" amb les còpies i els plagis.

Per altra banda, l'aplicació del procés d'avaluació contínua de l'alumnat requereix l'assistència regular a les classes i activitats complementàries. Atès que la falta d'assistència a classe de forma reiterada pot fer impossible que la correcta aplicació dels criteris d'avaluació i la mateixa avaluació contínua, en reunió de 16 de setembre de 2016, el Departament de Ciències Socials i Jurídiques ha acordat que el percentatge de faltes d'assistència, justificades i no justificades, que originen la impossibilitat d'aplicació de l'avaluació contínua es del 20% del total de les hores lectives de l'assignatura.

Com a conseqüència, la pèrdua d'avaluació contínua implica que l'alumne no serà qualificat ni avaluat periòdicament al llarg del curs. L'alumne tindrà dret a ser avaluat mitjançant unes proves finals, acompanyades del lliurament de treballs, en les condicions que determinen en aquesta guia docent.

En darrer lloc, si l'alumnat no supera l'assignatura en el període ordinari (avaluació contínua, avaluació complementària i/o avaluació final), automàticament se li aplicaran els procediments i tècniques d'avaluació per a l'avaluació extraordinària (o les correccions pactades amb el professorat).

7.2. Organització i tipus d'activitats d'aprenentatge

Grup gran i grup petit.

7.3. Instal·lacions del centre i material

Aula amb taules i cadires.
Pissarra digital (ordinador per al professor, connectat amb un projector).
Connexió a Internet.

7.4. Activitats interdisciplinàries

En principi, no es preveu desenvolupar cap activitat interdisciplinària.

7.5. Activitats complementàries

Les activitats complementàries es desenvoluparan d'acord amb el calendari de les institucions públiques i privades que les organitzen (si escau).

8. Criteris, procediments i instruments d'avaluació i qualificació

L'avaluació del procés d'aprenentatge de l'estudiant es basarà en el grau i nivell d'adquisició i consolidació de les competències establertes d'acord amb el perfil professional definit per a l'especialitat corresponent.

8.1. Criteris d'avaluació generals del departament (si és el cas):

El Departament no ha convingut cap criteri d'avaluació general, atesa la diversitat d'especialitats i assignatures.

8.2. Criteris d'avaluació de l'assignatura:

- Assisteix regularment a les activitats lectives, tutories, seminaris, i a la resta de les activitats programades
- Participa regularment a les activitats lectives, tutories, seminaris, i a la resta de les activitats programades
- Participa a l'aula de manera discursiva i argumenta el propi punt de vista raonadament
- Demostra interès per la matèria
- Coneix, assimila i comprèn els conceptes fonamentals de l'assignatura
- Demostra i aplica correctament els conceptes fonamentals de l'assignatura en les activitats programades
- Coneix i utilitza correctament la terminologia específica de l'assignatura
- Coneix i utilitza correctament els materials, les eines, les tecnologia i les tècniques específiques de l'assignatura
- Demostra capacitat de síntesi, actitud crítica i raonament argumentat en les activitats programades
- Planifica correctament el temps i les activitats programades
- Treballa amb pulcritud, ordre i neteja
- Demostra capacitat per expressar conceptes o reflexions, amb un fil conductor bàsic i ordenat
- Compleix amb la metodologia de treball proposada, les normes de presentació i els terminis d'entrega establerts
- Presenta correctament les activitats programades
- Resol correctament les activitats programades
- Demostra sensibilitat artística, creativitat, innovació i originalitat en les activitats programades
- Desenvolupa un estil propi en les activitats programades

Dins cada curs acadèmic es diferencien tres períodes d'avaluació:

- a) El període d'avaluació contínua, que es du a terme durant el període lectiu de cada semestre, i que ha de suposar, al menys, el 50 % de la qualificació final.*
- b) El període d'avaluació complementària i final, que es du a terme a la finalització de cada semestre i en el qual es poden programar tant les recuperacions de les activitats d'avaluació contínua no superades o no realitzades com els exàmens o proves de l'avaluació final.*
- c) El període d'avaluació extraordinària, que es du a terme a la finalització de cada any acadèmic i en el qual es fa la recuperació de l'avaluació final i, si escau, també es pot programar la recuperació de les activitats d'avaluació contínua.*

8.3. Procediments i instruments d'avaluació i qualificació

		AVALUACIÓ CURS						
		Núm.	contínua	complementària	Núm.	Avaluació final febrer/juny	Núm.	Avaluació extraordinària setembre
<input checked="" type="checkbox"/>	Tècniques d'observació: registres, llistes de control, aptitud, assistència (80% d'assistència, acordat en reunió de Departament de Ciències Socials i Jurídiques de 16 de setembre de 2016).		5 %					
<input checked="" type="checkbox"/>	Treballs orals en grup: debats.		10 %					
<input checked="" type="checkbox"/>	Treball escrit individual: proposta monogràfica de temàtica lliure (pactada amb el professorat)		10 %			10 %		10 %
<input checked="" type="checkbox"/>	Treball oral individual: presentació de la proposta monogràfica de temàtica lliure (pactada amb el professorat).		5 %			5 %		5 %
<input checked="" type="checkbox"/>	Treball escrit individual: resum dels articles, capítols llibres de l'apartat "Bibliografia bàsica" de la guia docent.					15 %		15 %
<input checked="" type="checkbox"/>	Treball escrit individual: informe de les webs indicades a l'apartat "Altres Recursos" de la guia docent.					10 %		10 %
<input checked="" type="checkbox"/>	Treball oral individual: comentari dels resums ("Bibliografia bàsica") i els informes ("Altres recursos") elaborats per l'alumnat.					10 %		10 %
<input checked="" type="checkbox"/>	Altres procediments: carpeta d'aprenentatge		50 %					
<input checked="" type="checkbox"/>	Treball oral individual: presentació de la carpeta d'aprenentatge.		5 %					
<input checked="" type="checkbox"/>	Sistemes d'autoavaluació		5 %					
<input checked="" type="checkbox"/>	Prova objectiva final			10 %		50 %	---	50 %
			90 %	10 %			100 %	100 %
			100 %					

9. Altres observacions

(si és el cas)

Fes clic per escriure