

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS <b>MESTRADO EM MARKETING DE SERVIÇOS</b> Curso Nº: 6900 Nº de Registo:	Unidade Curricular: <b>GLOBALIZAÇÃO E SOCIOLOGIA DO CONSUMO</b> Código:
--	---

Ano: 1º	Créditos ECTS: <b>6</b>	Tipo: T Teórica	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 1º			Total: <b>160</b>	Contacto: <b>40</b>
Área Científica: <b>Ciências Sociais e Humanas</b> Código: <b>SH</b>			Regente: <b>Mestre António Mendes, Prof. Auxiliar Conv.</b>	
<b>Competências a Adquirir:</b> No final das sessões desta unidade curricular, o aluno deverá ter um melhor entendimento das mudanças sociais decorrentes do processo de globalização que tem o consumo como uma das suas forças motoras.				
<b>Descrição do Programa:</b> A unidade curricular gira em torno da forma como o processo de globalização evolui através do consumo. Nela são abordados temas como o consumo como um processo social, cultural e económico de escolha de bens e serviços e de como este reflete as oportunidades e os constrangimentos da modernidade; a "McDonaldização" da sociedade; o cartão de crédito e a alma do consumo; o fitness como um campo cultural; as novas classes transnacionais; o mito da "economia orientada para o consumo" (o mito da "era do marketing"); as novas formas de trabalho.				
<b>Metodologia:</b> A unidade curricular obedece a uma orientação expositiva teórica, embora perfeitamente aberta ao debate.				
<b>Avaliação:</b> No final da unidade curricular, o aluno será avaliado pela realização de um trabalho individual, com uma ponderação de 80%, a apresentar e debater em aula. Os restantes 20% que completam a avaliação de cada aluno corresponderão ao seu desempenho em termos de presença e participação nas aulas.				
<b>Bibliografia:</b> 1/ Corrigan, Peter (1997): <i>The Sociology of Consumption</i> , London: Sage Publications 2/ Ritzer, George (2001), <i>Explorations in the Sociology of Consumption - Fast Food, Credit Cards and Casinos</i> , Sage: London 3/ Sassen, Saskia (2007) <i>A sociology of globalization. Contemporary societies series</i> . Norton, New York 4/ Zukin, Sharon e Jennifer Smith Maguire (2004), <i>Consumers and Consumption</i> , Annual Review of Sociology, 30, 173-197 5/ Maguire, JS. (2002), <i>Body lessons: fitness publishing and the cultural production of the fitness consumer</i> , International Review for the Sociology of Sport, 37, 449-64				