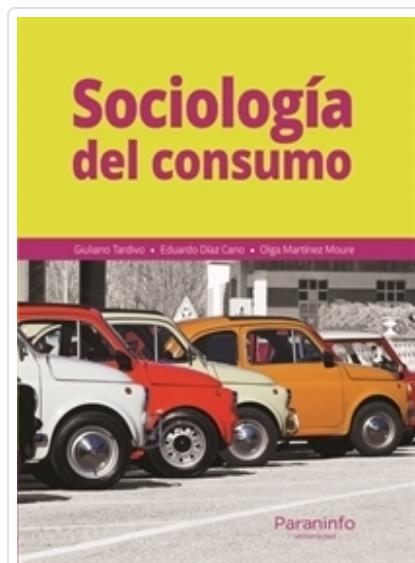


SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO



| | |
|-------------------------|---------------------------|
| Editorial | PARANINFO |
| Subject | SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA |
| EAN | 9788428342551 |
| Status | Disponible |
| Pages | 332 |
| Size | 215x155x0 mm. |
| Weight | 430 |
| Price (Tax inc.) | 32,00€ |

TARDIVO TARDIVO, GIULIANO;DÍAZ CANO, EDUARDO;MARTÍNEZ MOURE, OLGA

SYNOPSIS

Este libro recoge la evolución social del mundo de la empresa desde el enfoque del consumo. Es un texto especializado y guía de consulta para el ámbito de la Sociología del Consumo, la Sociología de la Empresa o Historia del consumo. Cubre un amplio espectro de temas sociológicos de la actualidad: desde la importancia del consumo en la socialización de los niños, hasta el debate entre micro y macro y entre individualistas y colectivistas; desde la presentación de las figuras clásicas de la sociología del consumo (Veblen, Simmel, Marx, Bourdieu, Baudrillard) hasta las nuevas figuras de consumidores, como los Dink?s o los Kidults; desde el debate en torno a la Globalización hasta los principios básicos de la Calidad Total y de la Responsabilidad Social; pasando por los efectos de la crisis sobre el consumo y llegando hasta las principales técnicas de investigación que se utilizan para conocer más en profundidad el mundo de los consumidores contemporáneos. Aunque los autores procedan del campo sociológico han adoptado una perspectiva multidisciplinar; al final de cada capítulo se incluye un debate con un autor de reconocido prestigio, a modo de entrevista, sobre los temas objeto de estudio, que incrementa el estilo ágil y dinámico del texto. Giuliano Tardivo es profesor de Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid desde el año 2009. Licenciado cum laude en Ciencias Políticas por la Universidad de Padua (Italia). Doctor cum laude en Sociología. Ha publicado artículos en revistas de impacto como la Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Espacio Abierto, Pasado y Memoria, etc. Eduardo Díaz Cano es doctor en Sociología y profesor en la Universidad Rey Juan Carlos desde 2006 en las áreas de Turismo, Empresa, Relaciones Públicas, Sociología o Marketing. Sus líneas de investigación se centran en la teoría sociológica, la comunicación en la empresa y los problemas sociales actuales, desde la política a los movimientos migratorios. Olga Martínez Moure, licenciada en Sociología y en Empresariales, es profesora...

Related Titles