

Módulo 4: Cambio Social y Económico

Asignatura: Papel del Consumidor en la Economía Circular

Profesor Coordinador: José Pita

(Universidade de Vigo)

Número de créditos ECTS	2
Tipología	Obligatoria
Organización temporal	Cuatrimestre 2
Modalidad	Presencial
Presencialidad	16 h
Resultados del aprendizaje	<p>CON3, CON5, CON14, HAB2, HAB3, HAB6, COM2, COM3, COM5</p> <p>Introducir al alumnado en los aspectos prácticos de la economía circular desde la perspectiva del consumidor: nuevos roles de consumo (co-creación y co-producción), educación del consumidor para el consumo responsable y compartido, comercialización de nuevos productos (bienes y servicios) circulares.</p> <p>Valorar críticamente las ventajas y desventajas prácticas de los nuevos modelos de consumo post-crecimiento para la transición a una economía circular</p> <p>Explorar su potencial en áreas de consumo clave (alimentación, movilidad, vivienda, textil, ocio), desarrollando sus implicaciones para los planes de marketing.</p>
Idioma	Castellano / gallego
Breve descripción de los contenidos	<ul style="list-style-type: none">• Fundamentos psicológicos, económicos, sociales y culturales del comportamiento del consumidor y su implicación en los modelos circulares de producción y consumo.• Nuevas prácticas de consumo y modelos de comportamiento en la economía circular: barreras y facilitadores para la participación ciudadana en una transición justa.• Valor, durabilidad y participación del consumidor en el ciclo de vida del producto: de la adquisición a la reparación, reutilización y devolución.• Diseño de planes de marketing para organizaciones y productos (bienes y servicios) en el marco de la economía circular.
Actividades metodológicas	y Lección Magistral, Presentación, Debate.
Sistema de evaluación*	Sistemas de evaluación: Ponderación mínima –Ponderación máxima Examen de preguntas objetivas: 50% Examen de preguntas de desarrollo: 10% Observación sistemática: 40%