



Psicología económica y del comportamiento del consumidor [

Feliu i Samuel-Lajeunesse, Joel

Gil Juárez, Adriana

Borràs i Català, Vicent

Juanola i Hospital, Eduard

Editorial UOC,
2014.

Monografía

Este libro presenta un campo de estudio, el consumo, desde un punto de vista psicosocial y sociológico. Su objetivo es estimular la reflexión sobre la nueva sociedad de consumo que se está consolidando actualmente. Se entiende el consumo como un hecho que va mucho más allá del comportamiento económico. El consumo es, ante todo, un hecho social, simbólico y psicológico, pues forma parte de nuestra cotidianeidad hasta el punto de que se inscribe en nuestras emociones y funda nuestros deseos más íntimos. El consumo conforma nuestra nueva manera de relacionarnos con los objetos, por supuesto; pero asimismo, de forma sorprendente, conforma nuestras relaciones con las otras personas y con nosotros mismos. En el deseo, en el acto y en los efectos del consumo construimos una nueva sociedad y unos nuevos sujetos, cuyo proyecto de vida ya no está vinculado al trabajo, sino al consumo.

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTk2MDc0Njc>

Título: Psicología económica y del comportamiento del consumidor Recurso electrónico. Libro-e] Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse, Adriana Gil Juárez (coord.) ; [autores] Vicent Borràs i Català, Eduard Juanola i Hospital.

Edición: 1ª ed. digital

Editorial: Barcelona Editorial UOC 2014.

Descripción física: 218 p. (435 KB, epub)

Mención de serie: Sociología

Bibliografía: Incluye referencias bibliográficas.

Restricciones de acceso: Acceso restringido a los usuarios con carné de la biblioteca del Instituto Cervantes.

Detalles del sistema: Requisitos del sistema: tener instalado Adobe Digital Editions

ISBN: 978-84-9064-329-7 epub)

Materia: Consumidores Consumo- Aspectos psicológicos

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es