



Datos de identificación										
Programa	MAESTRIA EN DESARROLLO REGIONAL									
Nombre de la asignatura	Sociología económica y desarrollo regional					Ciclo	Segundo semestre			
Tipo de Asignatura	<input checked="" type="checkbox"/> Obligatoria <input type="checkbox"/> Optativa <input type="checkbox"/> Extracurricular					<input checked="" type="checkbox"/> Curso <input type="checkbox"/> Seminario <input type="checkbox"/> Taller				
Modalidad	<input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Videoconferencia		Instalaciones			<input checked="" type="checkbox"/> Aula <input type="checkbox"/> Laboratorio		Otro: <input type="text"/>		
	<input type="checkbox"/> Mixto									
Clave	N0207		Seriación			Clave seriación				
Horas teóricas	45	Horas laboratorio		Horas prácticas de campo		Total de horas	45	Total de créditos	6	
Definiciones generales de la asignatura										
Objetivo(s) general(es) de la asignatura	Analizar y explicar los fenómenos económicos desde un enfoque social, subrayando su impacto en el desarrollo regional.									
Aportación de esta materia al perfil de egreso de la/el estudiante	Esta materia forma parte del eje de formación teórica y recupera la importancia de los procesos sociales y de integración económica. Durante el curso, los estudiantes analizarán y discutirán las interrelaciones entre el contexto socioeconómico y la acción de los actores, como relación necesaria para entender el desarrollo regional. Este curso busca que las y los estudiantes, conozcan los alcances y vigencia de los teóricos clásicos de la sociología económica, y que desarrollen capacidades para el análisis de los fenómenos económicos desde la interacción de actores sociales en un contexto espacial y temporal determinado.									
Descripción de la orientación de la asignatura en coherencia con el perfil de egreso	Es un curso de carácter teórico pero que propone la utilidad de perspectivas metodológicas específicas. Este curso conceptualmente se conecta con las grandes tradiciones de la teoría social clásica y contemporánea. Su importancia radica en visualizar el uso de herramientas teóricas sobre un enfoque socioeconómico aplicable al análisis del estudio empírico de empresas, organizaciones e instituciones que los estudiantes abordaran en sus investigaciones.									
Cobertura de la asignatura	El curso proporcionará los recursos conceptuales para el estudio del comportamiento económico desde el punto de vista de las relaciones sociales que determinan la conformación y la dinámica de los mercados. Esta asignatura cubre los componentes básicos del análisis socioeconómico y ofrece las bases para la discusión teórica y empírica que los estudiantes deben manejar en el programa. Al final del curso se propone una revisión de algunos retos metodológicos para el análisis de este tipo y se utilizan algunos ejemplos de América Latina y México.									
Profundidad de la asignatura	El curso inicia con una recapitulación sobre los debates actuales de la sociología económica, partiendo de algunos autores clásicos que enfatizaron el carácter social de los fenómenos económicos, para abordar posteriormente el núcleo analítico de la llamada "nueva sociología económica", cubriendo algunos de sus temas centrales: instituciones, redes, poder y racionalidad. Los debates en clase se perfilan como el principal espacio para formular nuevas visiones sobre la organización económica y las estructuras sociales que la definen.									
Temario										
Unidad	Objetivo			Tema			Producto a evaluar			
1. Los debates de la sociología económica y la importancia de la acción social	Discutir los fundamentos de la perspectiva sociológica de la economía			1.1 La naturaleza de la acción económica 1.2 Lo social en lo económico. 1.3 Las relaciones dialécticas entre economía y sociología			<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase 			
2. La agencia social y las decisiones económicas	Entender las decisiones económicas como un producto de la interacción social en un tiempo y un espacio definido.			2.1 La acción social y las estructuras económicas 2.2 La agencia social en los procesos económicos			<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase 			



3. Instituciones y organizaciones	Comprender el papel de las relaciones sociales en la determinación de las instituciones y las organizaciones económicas	3.1 Acción colectiva y organizaciones económicas 3.2 La institucionalización en los acuerdos económicos 3.3 Los actores sociales en las organizaciones económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase
4, Redes y mercados	Comprender la naturaleza de las redes sociales, su papel en la estructuración del comportamiento y su influencia en la conformación de los mercados	4.1 El enfoque de redes en la teoría social 4.2 Los mercados como redes 4.3 Las estructuras sociales de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase
5. Espacio social y economía global	Analizar el espacio como forma de interacción social en un mundo globalizado	5.1 De la economía nacional a la economía globalizada 5.2 La geografía económico-social de la globalización a través de los acuerdos comerciales 5.3 El espacio y los actores locales dentro de la globalización	<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase
6. Los actores sociales en las cadenas globales	Discutir la acción social de los actores sociales institucionalizados en el contexto internacional.	6.1 Las cadenas globales: interacciones sociales institucionalizadas 6.2 Principales actores económicos en la globalización. 6.3 La inclusión y la equidad social en la globalización	<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase
7. La reconfiguración social y económica en la era de la información	Conocer el impacto de las nuevas tecnologías en las relaciones sociales y la reconfiguración económica	7.1 La reconfiguración de lo social con las nuevas tecnologías 7.2 Relaciones sociales globalizadas y reconfiguración económica	<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase
8. Experiencias económicas regionales desde una mirada social	Conocer algunas experiencias empíricas que buscan integrar la perspectiva social en el estudio económico.	8.1 Discutir los retos metodológicos para un enfoque socioeconómico de los estudios del trabajo. 8.2 Analizar experiencias regionales en América Latina y México desde una perspectiva socioeconómica	<ul style="list-style-type: none"> • Controles de lectura • Participación en clase • Ejercicios en clase

Estrategias de aprendizaje utilizadas

Método centrado en el aprendizaje interactivo.

Técnicas: Preguntas generadoras y problematizadoras: Docente y Alumnos; clase Magistral Activa: Docente y alumnos; Debate: Alumnos, Docente como guía; Cuadros sinópticos y/o comparativos: Alumnos, Docente como guía; Mapas conceptuales: Alumnos; Resumen: Alumnos; Síntesis: Alumnos; Analogía: Docente y Alumnos y; Diagrama de correlación: Docente y Alumnos
Las lecturas por parte de los estudiantes previo a cada sesión (por sesión de 3 horas de clase en promedio tendrán, en conjunto, una extensión máxima de 50 páginas).

Métodos y estrategias de evaluación

Modelo de Evaluación: Formativo (evaluación diagnóstica, procesual y sumativa), incluye auto y coevaluación.
Técnicas: Exposición interactiva; Participación en clase; Elaboración de cuadros sinópticos y/o comparativos; Elaborar análisis/resumen/síntesis y; Elaboración de ensayo.

Instrumentos:

- A) Rúbricas de: Debate, cuadro comparativo y diagrama de correlación, exposición en clase, resumen/Síntesis y ensayo.
- B) Formato de autoevaluación
- C) Formato de coevaluación
- D) Formato de criterios de desempeño y de conocimiento (participación en clase, calidad de los productos y el ensayo).



Bibliografía

- Baker, Wayne (1990). "Market networks and corporate behavior", *American journal of sociology*, vol. 96, n° 3. (pp. 589-625).
- Baker, Wayne, Faulkner, Robert & Fisher, Gene (1998). "Hazards of the market: the continuity and dissolution of interorganizational market relationships", *American sociological review*. vol. 63, n° 2. (pp. 147-177).
- Berghoff Hartmut "The End of Family Business? The Mittelstand and German Capitalism in Transition, 1949–2000" in *Business History Review* 80 (Summer 2006): 263–295, The President and Fellows of Harvard College.
- Bourdieu, Pierre (2002). *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.
- Callon, Michel, dir. (1998). *The laws of the markets*. Oxford: Blackwell.
- Carrillo, Jorge. Graciela Bensusán, Jordy Micheli (Coord) *¿Es posible innovar y mejorar laboralmente? Estudio de trayectorias de empresas multinacionales en México*, UAM, México, 2018.
- Callon, Michel, Muniesa Fabian (2005). *Economic markets as calculative collective device*. *Organization Studies*, n° 26. (pp. 1229-1250)
- Chandler, Jr. Alfred et al. (eds.) (1998). *The Dynamic Firm. The role of technology, strategy, organization, and regions*, University Press, Oxford, pp. 469 *Capitalism in Transition, 1949–2000 in Business History Review* 80 (Summer 2006): 263–295, The President and Fellows of Harvard College.
- Di Maggio, Paul, Louch, Hugh (1998). *Socially embedded consumer transactions: for what kinds of purchases do people use networks most?* *American Sociological Review*, vol. 63, n° 5. (pp. 619-37).
- Di Maggio, Paul, Walter Powell (1983). *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorfism and Colective Racionality in Organizational Fields*. *American Sociological Review*, Vol. 48, No. 2. (pp. 147-160).
- Dobbin, Frank (ed.) (2004). *The sociology of the economy*. New York: Russell Sage.
- Fligstein, Neil "Chandler and the Sociology of Organizations", in *Business History Review* 82 (Summer 2008). The President and Fellows of Harvard College. (pp. 241–250)
- Fligstein, Neil, Dauter Luke (2007). "Sociology of markets", *Annual review of sociology*, Vol. 33. (pp. 105-128).
- Granoveter, Mark (2003). "Acción económica y estructura social: el problema de la incrustación", en Félix Requena Santos (comp.), *Análisis de redes sociales: orígenes, teorías y aplicaciones*. Madrid: Alianza. (pp. 231-269)
- Granoveter, Mark, Swedbwrg, Richard (ed.) (1992). *The sociology of economic life*. Boulder y Oxford: Westview Press.
- Lie, John (2009). "Sociology of markets", *Annual review of sociology*, vol. 23. (pp. 341-360).
- McCraw, Thomas K. "Alfred Chandler: His Vision and Achievement" in *Business History Review* 82 (Summer 2008). The President and Fellows of Harvard College. (pp. 207–226).
- Mackenzie, Donald (2009). *Material markets. How economic agents are constructed*. Oxford: Oxford University Press.
- Mackenzie, Donald, Muniesa Fabián, Siu Lucia (2007). *Do economists make markets? On the performativity of economics*. Princeton University Press.
- Miranti, Paul J. "Chandler's Paths of Learning" in *Business History Review* 82 (Summer 2008). The President and Fellows of Harvard College. (pp. 293–300).
- Pingh, Trevor & Swedberg Richard (2008). *Living in a material world. Economic sociology meets science and technology studies*. Cambridge: MIT Press.
- Podolny, Joel (2005). *Status signals: a sociological study of market competition*. Princeton: Princeton University Press.
- Podolny, Joel, Stuart Toby & Hannan Michael, "Networks, knowledge, and niches: competition in the worldwide semiconductor industry, 1984-1991", *American journal of sociology*, vol. 102, n° 3, November 1996. (pp. 659-689).
- Preda, Alex (2009). *Information, knowledge, and economic life: an introduction to the sociology of markets*. Oxford: Oxford University Press.
- Smelser, Neil, Swedberg Richard (1994). "The sociological perspective on the economy", in Neil Smelser y Richard Swedberg, *The handbook of economic sociology*. Princeton: Princeton University Press. (pp. 3-26).
- Swedberg, Richard (1987). "The sociology of markets", *Current sociology*, vol. 35, n° 1. (pp. 105-119).
- Swedberg, Richard (ed.) (1993). *Explorations in economic sociology*. New York: Russel Sage Foundation.



- Uzzi, Brian (1999). "Embeddedness in the making of financial capital: how social relations and networks benefit firms seeking financing", *American sociological review*, vol. 64, n° 4. (pp. 481-505).
- Uzzi, Brian, Lancaster Ryon (2004). "Embeddedness and price formation in the corporate law market", *American sociological review*, vol. 69, n° 3. (pp. 319-344).
- Villavicencio, Daniel. "Sociología del trabajo y sociología económica", *Los retos teóricos de los estudios del trabajo hacia el siglo XXI*, CLACSO, Bs.As. 1999.
- White, Harrison (1988). "Varieties of markets", in Barry Wellman et S.D. Berkowitz, dir., *Social structures: a network approach*, Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 227-260).
- White, Harrison (2002). *Markets from networks: socioeconomic models of production*. Princeton: Princeton University Press.
- Whittington, Richard "Alfred Chandler, Founder of Strategy: Lost Tradition and Renewed Inspiration" in *Business History Review* 82 (Summer 2008): 267-277, The President and Fellows of Harvard College.
- Wilkins, Mira "Chandler and Global Business History" in *Business History Review* 82 (Summer 2008): 251-266, The President and Fellows of Harvard College.