

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Декан социально-
гуманитарного факультета

 Ю.Е. Якунина

" 09 " января 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.18 Социология потребления
(наименование дисциплины)

Направления подготовки (специальности)
39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки (специализация)

«Социология маркетинга и рекламы»

Форма обучения

очная

г. Магадан 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук, протокол от «20» декабря 2019 г. № 5.

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Социология потребления» является формирование у студентов целостного представления об актуальных подходах к изучению потребительского поведения. В рамках курса рассматривается место социологии потребления как специальной области исследования в социологии, дается представление о возможностях прикладного использования полученных знаний. Особое внимание уделяется актуальным направлениям изучения потребительского поведения в современных социально-экономических условиях России.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Социология потребления» относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, и является важной основой профессиональной подготовки социолога.

Для освоения дисциплины студентами необходимы базовые знания по дисциплинам «Основы социологии», «История социологии», «Методология и методы социологического исследования».

Изучение дисциплины «Социология потребления» необходимо для дальнейшего успешного освоения ОПОП по направлению 39.03.01 «Социология».

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)

Результаты освоения дисциплины (модуля) определяются сформированными у обучающегося компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины (модуля) в соответствии с ФГОС ВО обучающийся должен:

Знать:

как находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения конкретной поставленной задачи;
основные научные теории, концепции и подходы;
методику и технику осуществления социологических исследований;
основные социологические закономерности и тенденции социальных процессов;
основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.

Уметь:

формировать собственные мнения и суждения, аргументирует выводы с применением научного понятийного аппарата;
проводить социологический анализ социальной реальности;
наблюдать и фиксировать параметры различных процессов и явлений, с применением необходимых технических средств;
анализировать социально значимые проблемы;
находить и анализировать необходимую информацию.

Иметь практический опыт:

грамотной, логичной, аргументированной формулировки собственных суждений и оценок, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок в рассуждениях других участников деятельности;
презентации аналитической работы;
обработки и анализа социологических данных;
применения профессиональных знаний к выявлению социально значимых проблем;
наглядного представления и анализа информации.

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-2. Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов

ОПК-3. Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения

ОПК-4. Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований

ПК-1. Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

4. Требования к условиям реализации дисциплины (модуля)

4.1. Общесистемные требования

Университет располагает на праве собственности и ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы дисциплины.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории СВГУ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает доступ к учебному плану, рабочей программе данной дисциплины (модуля), электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе дисциплины (модуля).

4.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению

4.2.1. *Описание материально-технической базы, рекомендуемой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).*

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) имеются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедиа проекторы).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (научно-техническая библиотека СВГУ) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Состав необходимого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения: MS Office или его аналоги.

4.2.2. *Описание материально-технической базы (в т.ч. программного обеспечения), рекомендуемой для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов*

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ должны быть обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Рекомендуемое материально-техническое и программное обеспечение образовательного процесса студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ

Категории студентов с ОВЗ и инвалидностью по нозологиям	Материально-техническое и обеспечение	Программное обеспечение
С нарушением зрения	- увеличительные устройства (лупа, электронная лупа); - устройства для чтения текста для слепых («читающая ма-	- программа не визуального доступа к информации на экране компьютера (например, JAWS for Windows);

	шина»); - средства для письма по системе Брайля: прибор Брайля, бумага, грифель; - принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля и рельефнографических изображений.	- программа для чтения вслух текстовых файлов (например, Balabolka); - программа увеличения изображения на экране (Magic)
С нарушением слуха	- комплекты электроакустического и звукоусиливающего оборудования с комбинированными элементами проводных и беспроводных систем на базе профессиональных усилителей; - мультимедийный проектор; - интерактивные и сенсорные доски.	программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующие речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера (iCommunicator и др.).
С нарушением опорно-двигательного аппарата	- специальные клавиатуры; - специальные мыши; - увеличенные в размерах ручки и специальные накладки к ним, позволяющие удерживать ручку и манипулировать ею с минимальными усилиями; - утяжеленные (с дополнительным грузом) ручки, снижающие проявления тремора при письме.	- программа «виртуальная клавиатура»; - специальное программное обеспечение, позволяющие использовать сокращения, дописывать слова и предсказывать слова и фразы, исходя из начальных букв и грамматической формы предыдущих слов.

4.3. Требования к кадровым условиям реализации дисциплины (модуля) (п. 4.4.3 ФГОС)

Реализация дисциплины (модуля) обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в профессиональных стандартах. Педагогические работники ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля)

4.4. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по дисциплине (модулю)

Внутренняя оценка

Внутренняя оценка проводится в форме текущего контроля успеваемости, целью которого является оценка уровня поэтапного освоения обучающимися учебной дисциплины (модуля), а так же промежуточной аттестации обучающихся, которая проводится в соответствии с календарным учебным графиком и позволяет установить динамику успеваемости обучающихся по учебной дисциплине.

Для оценки знаний возможно использование результатов олимпиад по программам высшего образования.

5. Структура и содержание дисциплины (модуля), включая объем контактной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине (модулю) включает в себя занятия лекционного типа, семинарского типа (практические занятия).

Объем (в часах) контактной работы занятий лекционного типа, семинарского типа (практические занятия) определяется расчетом аудиторной учебной нагрузки по данной дисциплине(модулю) и составляет 72 часа.

Контактная работа при проведении промежуточной аттестации включает в себя индивидуальную сдачу экзамена. Объем (в часах) для индивидуальной сдачи экзамена определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 0,25 часа на одного обучающегося.

Структура и содержание учебной дисциплины

	Наименование разделов, тем (для двух и много-семестровых дисциплин - распределение по семестрам)	Количество часов						Самостоятельная работа	Пр. интер.	Форма контроля	Код формируемой компетенции
		Лекции	Лек. интер.	Лабораторные занятия	Лаб. интер.	Практические занятия					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1.	Социология потребления как научная дисциплина										
1.1	Социологический подход к анализу потребительского поведения	2				2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2
1.2	Современные направления исследований в рамках социологии потребления	2				2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2
1.3	Социологические теории потребления и их классификация	2				2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2
2.	Потребление как социальный феномен										
2.1	Человек и вещь. Основные концепции формирования ценности вещей	2				2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
2.2	Потребление и его институты. Сферы потребления	2				2		2		Итоговая контрольная работа	УК-1, ОПК-2,

ния										та, практиче- ское задание, дискуссия	ОПК-4
2.3	Семья как субъект потребительских практик	2						2	2	Итоговая кон- трольная рабо- та, практиче- ское задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
2.4	Потребительская культура	2						2	2	Итоговая кон- трольная рабо- та, практиче- ское задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
2.5	Потребление и социальная стратификация	2						2	2	Итоговая кон- трольная рабо- та, практиче- ское задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
2.6	Стилей жизни и стили потребления в современ- ном обществе. Глобальные стили жизни	2						2	2	Итоговая кон- трольная рабо- та, практиче- ское задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
3.	<i>Потребительское поведение</i>										
3.1	Особенности влияния референтных групп и межличностных коммуникаций на поведение потребителей. Вирусный маркетинг как эффек- тивный инструмент использования влияния ли- деров мнений	2						2	2	Итоговая кон- трольная рабо- та, практиче- ское задание, дискуссия	УК-1, ОПК-3, ПК-1
3.2	Методика проведения исследований потреби- телей	2						2	2	Итоговая кон- трольная рабо- та, практиче-	УК-1, ОПК-2, ПК-1

											ское задание, дискуссия	
3.3	Процесс принятия индивидуальными потребителями решения о покупке	2					2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-3, ПК-1
3.4	Изучение влияния ситуационных факторов на принятие потребительских решений	2					2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-3, ПК-1
3.5	Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей	2					2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-3, ПК-1
3.6	Организационное покупательское поведение	2					2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-3, ПК-1
4.	Макросоциальные процессы в сфере потребления											
4.1	Исследование изменений институтов потребления в условиях традиционного и современного общества	2					2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
4.2	Особенности потребления в различных странах мира	2					2		2		Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4

Ф СВГУ «РПД ФГОС 3++»											
4.3	Тенденции в потреблении в СССР и в России эпохи реформ.	2					2		2	Итоговая контрольная работа, практическое задание, дискуссия	УК-1, ОПК-2, ОПК-4
	Всего часов	36	0	0	0	0	36	0	36		
	Общая трудоемкость с учетом экзамена(-ов) в часах (Итого)	144									
	Общая трудоемкость с учетом экзамена(-ов) в з.е.	4									

Формы текущего и промежуточного контроля по семестрам: в III семестре экзамен.

6. Аннотация содержания дисциплины (модуля)

Первый модуль. Социология потребления как научная дисциплина

Социологический подход к анализу потребительского поведения

Понятие потребления. Потребительское поведение как деятельность. Характеристики процесса потребления. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии. Недостаточность экономического подхода к моделированию потребления. Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона). Разочарование в потреблении (А. Хиршман). Потребление как социологическая категория.

Современные направления исследований в рамках социологии потребления

Основные теоретические подходы к изучению личности: психоаналитическая теория, социальная теория, теория черт. Типы личности. Свойства личности. Современные направления изучения личности в социологии потребления. Ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителя. Концепция стиля жизни: основные теоретические подходы. Типология стилей жизни. Методики выявления типажей потребителей в современном обществе (VALS –1, 2, TGI, R-TGI, геостили) и особенности использования данных методик в России. Глобальные стили жизни (clobalscan).

Социологические теории потребления и их классификация

Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях. Аксиомы и основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения. Теория вкусов Г.Беккера. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенштайн). Технологии потребления (К.Ланкастер). Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов (Дж. Акерлоф). Потребление в условиях риска и страхование. Потребление общественных и бесплатных благ. Потребление в неоинституциональной теории (Д. Норт). Внешние эффекты в потреблении. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнай).

Второй модуль. Потребление как социальный феномен

Человек и вещь. Основные концепции формирования ценности вещей

Человек в мире вещей. Система вещей (Ж. Бодрийяр). Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Потребление знаков. Культурная биография вещей (И. Копытофф). Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки (С. Лэш, С. Урри). Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж.Бодрийяра. Симулякр.

Потребление и его институты. Сферы потребления

Особенности потребления в сфере питания и одежды. «Цивилизация аппетита» (С.Меннел). Причины ограничения количества потребления пищи. Причины отказа от различных видов пищи. Структуралистские исследования в области потребления. Функции одежды. Одежда как язык (ф.Дэвис). Этапы распространения моды. Одежда и социальный статус. Теория просачивания (Г.Зиммель). Трансэстетика потребления искусства (Ж. Бодрийяр). Высокое искусство и коммерция (Вайтли). Поп-арт и китч. Коммодизация современного театра (Кершоу). Высокое искусство как социальный капитал. История, предпосылки и этапы развития туризма (Лэш, Урри). Планы туристического восприятия (МакКаннелл). Туристическое созерцание. Рождение и основные особенности универмагов. Новая организация торговли. Супер-маркет и универмаг – сходство и различия. Принципы организации торговли в супермаркете. Функции шоппинга. Новые формы торговли. Интернет-шоппинг.

Семья как субъект потребительских практик

Факторы, влияющие на потребление семьи. Форма, жизненный цикл семьи (Россер, Харрис) и особенности потребления. Методология изучения процесса принятия потребительского решения в семье. Конкретные социологические исследования решений, принимающий мужем и женой (Янг, Комаровски, Дэвис, Ригго). Современные тенденции в изменении потребления семьи: изменение роли женщины, изменение роли мужчины (метросексуализм и его влияние на потребление мужчин), изменение роли детей, кидалты как новый потребительский сегмент и др. Потребительская социализация: понятие, виды, этапы, методы, инструменты воздействия, актуальные направления исследования. Понятие социализации и интериоризации. Агенты социализации. Ресоциализация.

Потребительская культура

Культурологический подход к потреблению (М.Дуглас, Б.Ишервуд). Функции потребления. Потребление как ритуал. Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм. История потребительской культуры (Д.Слетер). Различные взгляды на культуру потребления: производство потребления, способы потребления, знаки и образы (М.Физерстоун). Иерархия культуры: «высокое искусство» и «народная культура». Потребление эстетических благ и массовая культура. Модель и механизм формирования потребительской культуры. Синдром потребительства. Новая религия потребления. Субкультуры и потребительские предпочтения. Молодежные субкультуры и солидарности. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии. Национальные особенности потребительской культуры в России.

Потребление и социальная стратификация

Потребление и социальная включенность. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен). «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г. Мак-Кракен). Специфика потребительского поведения высшего и низшего класса в России. Стандарты потребления среднего класса в России.

Стилей жизни и стили потребления в современном обществе. Глобальные стили жизни

Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни. Различные подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал. Типологии стилей жизни. Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер). Основные характеристики макдональдизации. Недостатки и будущее макдональдизации.

Третий модуль. Потребительское поведение

Особенности влияния референтных групп и межличностных коммуникаций на поведение потребителей. Вирусный маркетинг как эффективный инструмент использования влияния лидеров мнений

Референтные группы: определения, типы и формы влияния. Референтные лица и методы их исследования: социометрический, экспертный, самооценки. Технологии создания референтных лиц. Критика теории референтных лиц: эксперименты Д. Уоттса. Анализ российского опыта использования референтных групп (лиц). Вирусный маркетинг: понятие, технологии создания и продвижения «идей-вирусов». Тенденции в развитии вирусного маркетинга в России и за рубежом.

Методика проведения исследований потребителей

4 группы исследовательских задач, решаемых в потребительских исследованиях. Методы сбора информации. Фокус группы, глубинные интервью, проективные методы как методы сбора качественной информации: особенности использования. Этапы исследования. Методики проведения потребительских исследований в конкретных сферах (консультационные, финансовые услуги, потребительские товары и т.д.) в России. Процесс принятия индивидуальными потребителями решения о покупке

Процесс принятия потребительских решений: сущность, этапы, факторы влияния. Осознание потребностей. Виды потребностей. Выявление потребностей. Информационный поиск. Ограничения, связанные с процессом поиска информации. Виды рисков при принятии решений о потреблении. Стратегии принятия решений. Виды действий при принятии решений. Цена как фактор принятия решений. Покупка. Покупочные намерения и типы покупок. Послепокупочное поведение потребителя. Послепокупочный диссонанс и маркетинговые способы его преодоления. Манипуляция потребительским поведением. Направления формирования универсальной модели принятия потребительского решения.

Изучение влияния ситуационных факторов на принятие потребительских решений

Р. Белк о влиянии ситуационных переменных на поведение потребителей. Нейромаркетинг: основные теоретические положения и их практическое применение (А. Трайндл). Влияние эмоционального состояния на выбор и потребления товаров и услуг. Исследование эмоций и их типологизация. Типы ситуаций, методы их анализа. Управление ситуацией. Перспективы и проблемы развития ситуационных теорий.

Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей

Понятие потребительской лояльности: функциональный, эмоциональный и синтезированный подходы. Основные подходы к классификации лояльности: их достоинства и недостатки. Виды лояльности: транзакционная, перцепционная, комплексная. Методы измерения потребительской лояльности: «разделения потребностей», намерения о покупке, конверсионная модель определения приверженности, методика Д.Аакера. Факторы формирования и управления 9 потребительской лояльностью.

Потребительский опыт: факторы формирования и способы использования в современной маркетинговой практике. Кастомизация как эффективная маркетинговая технология. Программы лояльности: типы, факторы формирования, критерии оценки эффективности. Особенности формирования программ лояльности в России.

Организационное покупательское поведение

Особенности рынка организаций. Рынок товаров промышленного назначения, его особенности. Специфика покупательского поведения корпоративного потребителя (предприятий и организаций). Ф. Вебстер, Й. Винд о проблемах формирования общей модели организационного покупательского поведения. Виды закупок товаров промышленного назначения. Участники принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Факторы, влияющие на покупателей товаров промышленного назначения. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Специфика buy grid model. Рынок промежуточных продавцов. Решения о закупках промежуточных продавцов. Участники решений о закупках товаров для перепродажи. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения.

Рынок государственных учреждений. Решения о закупках покупателей от имени государственных учреждений. Участники решений о закупках от имени государственных учреждений. Факторы, влияющие на закупщиков государственных учреждений. Процедуры правительственных закупок. Электронные площадки: типы, особенности развития в России. Основные проблемы при организации госзакупок в современной России.

Четвертый модуль. Макросоциальные процессы в сфере потребления

Исследование изменений институтов потребления в условиях традиционного и современного общества

Потребление в историческом контексте. Основные черты потребления в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф). Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель). «Потребительские революции» XVI- XIX в. (Г. Мак-Кракен). Цивилизационный процесс (Н. Элиас). Неомарксизм и Франкфуртская школа о

массовом потреблении. Общество массового потребления (А.Турен). Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж.Бодрийяр). Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж.Гэлбрейт, Э.Тоффлер). Концепция общества потребления.

Особенности потребления в различных странах мира

Понятие культуры постмодернизма (З.Бауман). Понятия постмодерна и постмодернизма. Новые концепции потребления, эстетизация повседневного потребления. (М.Физерстоун). Фрагментация тождественности в потреблении эпохи постмодерна. «Мозаичность» стилей жизни. Трансформации желаний и потребностей.

Тенденции в потреблении в СССР и в России эпохи реформ

Основные этапы развития потребления в СССР. Дефицит и карточки, голод в 1930х годах. Послевоенное восстановление. Новые черты потребления в 1950-60х гг. Жизненный стандарт в 70-е – 80-е годы. Изменения в потреблении в 90-е годы.

7. Образовательные технологии

В процессе чтения лекций используются технологии анализа конкретных ситуаций, элементы проблемного обучения. Активизация познавательной деятельности осуществляется также включением в лекцию элементов диалога, групповой дискуссии, проблемных вопросов.

В ходе семинарских занятий используются проблемные, проективные технологии обучения, кейс-технологии. Семинарские занятия по ряду тем можно проводиться в форме групповой дискуссии.

8. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

8.1 Методические указания (рекомендации) преподавателям по организации самостоятельной работы студентов (см. Приложение 2 Ф СВГУ «РПД ФГОС 3++)

Самостоятельная работа – планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимо планирование и контроль со стороны преподавателей. Преподаватель высшей школы лишь организует познавательную деятельность студентов. Студент сам осуществляет познание.

Для организации и активизации самостоятельной работы студентов рекомендуется:

- на первом занятии знакомить учащихся с рейтинг-планом дисциплины, указывая на долю самостоятельной работы,
- ознакомить студентов со списками основной и дополнительной литературы, Интернет - источниками по дисциплине;
- знакомить учащихся с графиком сдачи самостоятельных работ (конспектов) на проверку;
- поощрять использование студентами при подготовке к семинарским занятиям дополнительной литературы, которой не содержится в рекомендуемом списке (в том числе и рейтинговыми баллами);
- предусмотреть график консультаций преподавателя по самостоятельной работе студентов;
- регулярно контролировать и оценивать самостоятельную работу студентов (контрольные работы, тесты, семинары, коллоквиумы, проверка конспектов и др.).

8.2 Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. Объект, предмет и метод социологии потребления.
2. Объективные предпосылки формирования социологии потребления.
1. Основные теоретико-методологические подходы к анализу потребления: политэкономический, конкретно-экономический, социологический, социально-психологический, маркетинговый.
2. Современные направления социологии потребления.
3. Потребности как неперенные и осознанные условия функционирования людей, на достижение которых направлена их деятельность в сфере потребления. Основные подходы к классификации потребностей.
4. Эволюция взглядов на потребление в экономической теории: кардиналистский и ординалистский подходы.
5. Познавательные ограничения и поведение потребителя (теория ограниченной рациональности Г.Саймона).
6. Субъективные и объективные факторы потребления (Дж.Кейнс).
7. Теория формирования праздного класса и демонстративного потребления Т. Веблена.
8. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса Х. Лейбенштайна.
9. Рынки с асимметричной информацией и проблемы поведения потребителей и продавцов в теории Дж. Акерлофа.
10. Ситуационные переменные потребительского поведения. Типологии ситуаций. Проблемы развития ситуационных теорий.
11. Эмпирические аспекты потребления: эмоции, фантазии, чувства, удовольствия и методы их изучения.
12. Концепция стиля жизни в социологии потребления.
13. П. Бурдьё о стиле жизни. Габитус, вкусы, практики, экономический, культурный и социальный капитал.
14. Основные подходы к исследованию личности в социологии потребления.
15. Понятие образа жизни. Факторы формирования образа жизни.
16. Методы измерения стилей жизни: качественные и количественные.
17. Глобальные стили жизни.
18. Использование психографики в России.
19. Потребительская культура: понятие, элементы, факторы формирования.
20. Механизм формирования потребительской культуры.
21. Субкультуры и потребительское поведение. Виды субкультур и особенности их изучения в социологии потребления.
22. Влияние семьи и домохозяйства на потребительское поведение.
23. Жизненный цикл семьи и домохозяйства и потребительское поведение.
24. Потребительская социализация.
25. Концепции исследования ролей по принятию потребительского решения в семье.
26. Изменение в структуре семьи и изменение потребительского поведения.
27. Референтные группы: понятие, характеристики, виды.
28. Формы влияния референтных групп.
29. Понятие влиятельного лица. Методы исследования влиятельных лиц: социометрический, экспертный, самооценки.
30. Механизмы персонального влияния.
31. Социальный класс и социальный статус. Объективное и субъективное измерение социального класса.
32. Теории социальной стратификации в социологии потребления.
33. Проблемы социальной стратификации в России и потребительское поведение социальных групп.
34. Потребительское поведение среднего класса.
35. Национальные особенности потребительской культуры в России.

36. Процесс принятия потребительских решений: сущность, этапы факторы влияния.
37. Послепокупочный диссонанс и маркетинговые способы его преодоления.
38. Особенности покупательского поведения корпоративного клиента.
39. Нейромаркетинг: основные теоретические положения и их практическое применение.
40. Брендинг как технология создания долгосрочного предпочтения потребителей.
41. Основные подходы к классификации лояльности: их достоинства и недостатки.
42. Виды и методы измерения лояльности потребителя к бренду.
43. Основные черты потребления в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф).
44. Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф. Бродель) – основные идеи работы.
45. «Потребительские революции» XVI- XIX в. (Г. Мак-Кракен).
46. Цивилизационный процесс (Н. Элиас). Механизмы возрастания контроля над повседневным поведением и манерами в XVI-XVII вв.
47. Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Сходство и различия.
48. Различия современного и традиционного интерьера (Ж. Бодрийяр).
49. Понятие жестуальности. (Ж. Бодрийяр).
50. Потребление знаков. Потребление как процесс манипулирования знаками.
51. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Понятие симулякра.
52. Трудовая теория стоимости К. Маркса.
53. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.
54. Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра.
55. Основные понятия теоретического аппарата семиотики.
56. Основные соглашения относительно понятия «стиль жизни».
57. Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё – основные идеи и понятия.
58. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях.
59. Этика потребления: рациональность и романтизм (К. Кэмпбел).
60. Традиционное и современное потребление и гедонизм. (К. Кэмпбел).
61. Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
62. Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж. Гэлбрейт, Э. Тоффлер).
63. Понятие общества потребления и его основные черты.
64. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер) и ее основные черты. Преимущества и недостатки макдональдизации.
65. Иррациональность рациональных макдональдизированных систем.
66. Электронный маркетинг и продажа через сеть интернет. (Г. Ритцер).
67. Дематериализация потребления в концепции Дж. Ритцера.
68. Понятия постмодерна и постмодернизма.
69. Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления. (М. Физерстоун).
70. «Мозаичность» стилей жизни в эпоху постмодерна.
71. Мода как институт потребления. Ее свойства и функции.
72. Особенности моды по Г. Зиммелю.
73. Рождение и основные особенности универмагов.
74. Новая и традиционная организация торговли.
75. Супермаркет и универмаг – сходство и различия.
76. Принципы организации торговли в супермаркете.
77. «Цивилизация аппетита» (С. Меннел). Причины ограничения количества потребления пищи. Причины отказа от различных видов пищи.
78. Функции одежды.

79. Одежда как язык (Ф. Дэвис) и его особенности.
80. Теория просачивания моды (Г. Зиммель).
81. Высокое искусство и коммерция (Вайтли) – сходство и различие.
82. Коммодизация современного театра (Кершоу).
83. История, предпосылки и этапы развития туризма (Лэш, Урри).
84. Планы туристического восприятия (МакКаннелл).
85. Туристическое созерцание.
86. Что такое "смерть туризма"?
87. Рождение универмагов и новая роль женщин.
88. Основные этапы развития потребления в СССР.
89. Основы роста экономики и благосостояния во времена НЭПа в СССР.
90. Потребление в Сталинскую эпоху: дефицит и распределение (Осокина). Карточная система и торговля.
91. Повседневная жизнь людей в эпоху Хрущевской оттепели.
92. Основные черты советской очереди.
93. Жизненный стандарт в СССР в 1970-е – 80-е годы.
94. Изменения в потреблении в России 1990-е годы.
95. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности).

9. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет»

9.1. Основная литература

1. Николаева, Е.М. Феноменология потребительства = Личностное и институциональное измерения. – Казань: Издательство Казанского университета, 2014. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276358> (дата обращения: 26.11.2020) (ЭБС)
- Шавель, С.А. Потребление и стабильность общества. – Минск : Белорусская наука, 2010. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86829> (дата обращения: 26.11.2020) (ЭБС)

9.2. Дополнительная литература

1. Ловчев, В.М. Знаки и символы в сфере потребления алкоголя: конструирование, развертывание, противодействие (наркоконфликтологический аспект). – Казань: Издательство КНИТУ, 2014. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428035> (дата обращения: 26.11.2020) (ЭБС)
2. Покровский, Н.Е. Туризм: от социальной теории к практике управления. – М.: Логос, 2009. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84920> (дата обращения: 26.11.2020) (ЭБС)

10. Рейтинг-план дисциплины (модуля)

РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

Ф СВГУ «Рейтинг-план»

Б1.В.18 Социология потребленияСоциально-гуманитарный факультетКурс II, группа СМиР- 1, семестр 3 201_/201_ учебного годаПреподаватель: Барбарук Анна Владимировна, канд. социол. наукКафедра социальных и гуманитарных наук

Аттестационный период	№ модуля	Название модуля	Виды работ, подлежащие оценке	Макс. кол-во баллов
1	1	<i>Социология потребления как научная дисциплина</i>	Активность (участие в дискуссии) (за 1 занятие)	15
			Текущий контроль (практическое задание) (за 1 практическое задание)	30
2	2	<i>Потребление как социальный феномен</i>	Активность (участие в дискуссии) (за 1 занятие)	15
			Текущий контроль (практическое задание) (за 1 практическое задание)	30
3	3	<i>Потребительское поведение</i>	Активность (участие в дискуссии) (за 1 занятие)	15
			Текущий контроль (практическое задание) (за 1 практическое задание)	30
	4	<i>Макросоциальные процессы в сфере потребления</i>	Активность (участие в дискуссии) (за 1 занятие)	15
			Текущий контроль (практическое задание) (за 1 практическое задание)	30
			Итоговая контрольная работа	50

Рейтинг план выдан

(дата, подпись преподавателя)

Рейтинг план получен

(дата, подпись старосты группы)

11. Приложения

Приложение 1 Ф СВГУ «Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)» (Ф СВГУ «ФОС РПД ФГОС 3++»)

Приложение 2 Методические рекомендации

Приложение 3 Протокол согласования рабочей программы дисциплины (модуля) с другими дисциплинами (модулями)

Приложение 4 Лист изменений и дополнений

Приложение 5 Лист визирования рабочей программы дисциплины (модуля)

Примечание:

При наличии обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ при необходимости разрабатывается адаптированная рабочая программа дисциплины (модуля), учитывающая конкретную ситуацию и индивидуальные образовательные потребности обучающегося. Фонды оценочных средств при необходимости также адаптируются с целью оценки достижения запланированных результатов обучения и уровня сформированности компетенций, заявленных в образовательной программе. Материально-техническое обеспечение дисциплины может быть дополнено с учетом индивидуальных возможностей инвалидов и лиц с ОВЗ.

Автор:

Барбарук Анна Владимировна,
кандидат социологических наук,

доцент кафедры социальных и гуманитарных наук СВГУ


подпись

09.01.2020
дата

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:

Юлия Евгеньевна Якунина,

кандидат психологических наук, доцент


подпись

09.01.2020
дата

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Методические указания (рекомендации) преподавателям по проведению основных видов учебных занятий

В целях активизации мыслительной деятельности студентов, развития способности анализировать научные и практические проблемы необходимо включение в лекцию следующих методов и приемов: элементов диалога, эвристической беседы, групповой дискуссии. Так же возможно использование следующих средств:

1. Включение в лекцию проблемных вопросов, ситуаций, заданий. Такие вопросы можно использовать в конце лекции как задание на следующее занятие. Активность студентов может быть поощрена в рейтинге.
2. Обращение к уже пройденному материалу с целью показать системность тем и понятий как внутри модуля, так и между модулями дисциплины, а так же с целью закрепления пройденного.
3. Использование эвристической беседы как тщательно продуманной системы вопросов способствует лучшему усвоению нового материала.
4. Актуализация прежних знаний и опыта студентов в период чтения лекции посредством вопросов, анализа конкретных ситуаций. Рекомендуется задавать вопросы к студентам, требующие приведения жизненных примеров, которые могут проиллюстрировать те или иные социологические феномены и закономерности.
5. Анализ конкретных ситуаций.
6. Показ значения социологических знаний для будущей специальности студентов.
7. Использование фактических данных (жизненных примеров, знакомых студентам; отрывков из художественной литературы, известных кинофильмов).
8. Использование наглядного материала на лекции (использование рисунков, иллюстраций, фотографий, кинофильмов, слайдов и др.).
9. Использование опорных сигналов, опорных тезисов лекций.
10. Введение в содержание лекции научного, профессионального и личного опыта преподавателя: что он считает важным в даваемой информации, почему так утверждает или отрицает что-то, как поступает в таких случаях и многое другое.
11. В работе с основными понятиями тем преподаватель может сам раскрывать содержание основных терминов, выделяя их главные и существенные признаки, показывая иерархическую зависимость между ними. Однако можно применять ряд приемов активного обучения: объяснение понятия с использованием рисунков и метафор, введение более простого, чем в учебнике, понятия, использование типичных жизненных ситуаций, сравнение нескольких точек зрения на тот или иное понятие, ведение словариков социологических понятий.
12. Одним из средств активизации мыслительной деятельности студента являются задания привести пример на основании изложенного лектором материала, соотнести понятия, найти взаимосвязь между понятиями или темами, произвести сравнение.

Проведение семинаров возможно как репродуктивного, так и творческого типов. На таких семинарах обсуждаются и определенные вопросы темы, и различные варианты решения практических ситуационных задач, заданий, проблем, вопросов.

Возможные способы организации работы: фронтальный, групповой, парный, индивидуальный. Методы и приемы: дискуссия, метод «мозговой атаки», анализ и решение практических ситуаций и задач, предложенных как преподавателем, так и разработанных самими студентами, творческие задания, прием аналогий, сравнений, ассоциаций и др.

Многие приемы, используемые для активизации мыслительной деятельности сту-

дентов на лекции, могут найти применение и при проведении семинарских занятий.

Главной задачей должно быть не просто воспроизведение материала студентами, но и обсуждение его группой, контроль преподавателем усвоения данного материала студентами, активизация перехода студентов от научной информации к житейскому опыту и повседневной практике с целью объяснения наблюдаемых явлений с позиции социологической науки.

Самостоятельная работа – планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимо планирование и контроль со стороны преподавателей. Преподаватель высшей школы лишь организует познавательную деятельность студентов. Студент сам осуществляет познание.

Для организации и активизации самостоятельной работы студентов рекомендуется:

- на первом занятии знакомить учащихся с рейтинг-планом дисциплины, указывая на долю самостоятельной работы,
- ознакомить студентов со списками основной и дополнительной литературы, Интернет - источниками по дисциплине;
- знакомить учащихся с графиком сдачи самостоятельных работ (конспектов) на проверку;
- поощрять использование студентами при подготовке к семинарским занятиям дополнительной литературы, которой не содержится в рекомендуемом списке (в том числе и рейтинговыми баллами);
- предусмотреть график консультаций преподавателя по самостоятельной работе студентов;
- регулярно контролировать и оценивать самостоятельную работу студентов (контрольные работы, тесты, семинары, коллоквиумы, проверка конспектов и др.);

Методические указания (рекомендации) студентам по изучению дисциплины

На лекциях рекомендуется составлять опорный конспект, фиксировать основные понятия. Помимо этого в преддверии новой лекции рекомендуется обратиться к конспекту предыдущей, зафиксировать непонятые разделы с тем, чтобы обратиться к лектору за пояснениями или к рекомендованной литературе для самостоятельного прояснения трудностей.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны демонстрировать умение самостоятельно искать необходимую информацию и пользоваться источниками, подобранными самостоятельно. Использование дополнительной литературы учитывается при оценке доклада студента на семинаре и влияет, таким образом, на его рейтинг. При подготовке к семинару следует повторять материал, излагаемый на лекции и пройденный на предыдущих семинарах для формирования целостного представления об изучаемом предмете. При самостоятельной работе рекомендуется так же составлять схемы, подбирать примеры под изучаемый теоретический материал, т.к. это позволит освоить его прочнее.

В течение семестра студентам так же рекомендуется самостоятельно составлять словарь основных понятий курса, по мере изучения дисциплины.

Приложение 3

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ (МОДУЛЯМИ)**

Наименование базовых дисциплин и разделов (тем), усвоение которых необходимо для данной дисциплины (модуля)	Предложения базовым дисциплинам (модулям) об изменениях в пропорциях материала, порядок изложения, введение новых тем курса и т.д.
не требуется	не требуется

Приложение 4

Лист изменений и дополнений на 20___/20___ учебный год

в рабочую программу дисциплины (модуля)

Б1.В.18 Социология потребления

Направления подготовки (специальности)

39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки (специализация)

«Социология маркетинга и рекламы»

1. В рабочую программу дисциплины (модуля) вносятся следующие изменения:

2. В рабочую программу дисциплины (модуля) вносятся следующие дополнения:

Автор:

Барбарук Анна Владимировна,
кандидат социологических наук,
доцент кафедры социальных и гуманитарных наук СВГУ

Рабочая программа учебной дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук, протокол №__ от _____ 2020 г.

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:

Юлия Евгеньевна Якунина,
кандидат психологических наук, доцент

**Лист визирования
рабочей программы дисциплины (модуля)**

Рабочая программа дисциплины (модуля) по дисциплине Б1.В. 18 Социология потребности проанализирована и признана актуальной для использования на 20__-20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры социальных и гуманитарных наук от «__» _____ 20__ г.

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:

Юлия Евгеньевна Якунина,
кандидат психологических наук, доцент

подпись

дата