

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП



Ю.Г. Миронова
«29» августа 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой социологии



Ю.Г. Миронова
«30» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

Составитель	Яковлева Татьяна Николаевна, доцент, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии
Направление подготовки	39.03.01 СОЦИОЛОГИЯ
Направленность (профиль) ОПОП	ПРИКЛАДНЫЕ МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	заочная
Год приема	2021
Курс	2
Семестр	4

Астрахань – 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование у студентов концептуального представления о потребительской деятельности, не просто как индивидуальной деятельности, регулируемой личными предпочтениями, вкусами и рациональным расчетом, но как деятельности социальной, то есть наделенной определенными смыслами, позволяющей социальную коммуникацию и общение, вписанную в институциональную и социальную структуру общества, анализ которой позволяет раскрыть многие сложные социальные механизмы и игры, ведущиеся в современных обществах.

1.2 Задачи освоения дисциплины (модуля) «Социология потребления»:

- познакомить с основными с современным пониманием, подходами и трактовками потребления. Материал курса сформирован вокруг основных направлений исследований потребления с точки зрения теоретических подходов, а также с точки зрения объектов потребления, характерных для современных обществ западного типа.
- выявить отличительные черты теоретических моделей, лежащих в основе социологического анализа потребления;
- рассмотреть применение основных достижений и подходов социологического анализа потребления как социокультурного феномена и возможности их прикладного использования;
- раскрыть социальные причины и последствия современного консюмеризма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1 Учебная дисциплина (модуль) «Социология потребления» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и осваивается в 4 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- основы социологии,
- экономическая теория,
- методы прикладной статистики для социологов,
- маркетинговые исследования в социологии,
- социальная психология, методология,
- методы социологического исследования.

Знания: основы социологии, экономики, методологию и методы маркетинговых, социологических исследований, методов прикладной статистики.

Умения: осуществлять системный анализ и обобщение информации применительно к современным проблемам общества, обосновывать и формулировать программу конкретных социологических исследований.

Навыки: поиск и обработки информации в сфере социально-экономического знания, моделирования процессов, связанных с потреблением населения страны, проводить процедуры составления программы маркетингового исследования.

2.3. В связи с тем, что учебная дисциплина «Социология потребления» реализуется в 8 семестре, то знания, умения и навыки будут необходимы в реализации выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) и в последующих видах профессиональной деятельности выпускников:

- в научно-исследовательской деятельности (осуществление последовательности действий, направленных на получение нового знания об объектах профессиональной деятельности);
- в производственно-прикладной деятельности (оценка результативности и последствий социокультурной и конфессиональной политики, социальная экспертиза; просветительская, информационная и консультационная работа в учреждениях образования, культуры,

здравоохранения, а также в области социальных коммуникаций и других областях профессиональной деятельности);

– в проектной деятельности (диагностика, планирование и оценка текущих показателей, характеризующих объекты профессиональной деятельности; анализ соотношения текущих и целевых показателей и разработка мер по его оптимизации с учетом доступных ресурсов, создание информационной базы для мониторинга проектной деятельности).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

общефессиональных компетенций:

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

Таблица 1.
Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-4	<i>Знать (ИОПК 4.1.1): Знать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук.</i>	<i>Уметь (ИОПК 4.2.1): Самостоятельно выделять значимость и эффективность социально значимых проблем для решения профессиональных задач.</i>	<i>Владеть (ИОПК 4.3.1): Навыками определения и описания социально значимые проблемы на основе результатов социологических исследований.</i>
	<i>Знать (ИОПК 4.1.2): Основные современные методы решения социально значимых проблем для применения их в работе социолога.</i>	<i>Уметь (ИОПК 4.2.2): Выявлять пути решения социально значимых проблем при использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов.</i>	<i>Владеть (ИОПК 4.3.2): Навыками формулировки задач исследований для определения путей решения социально значимых проблем на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований.</i>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы (108 часа), в том числе 6 часов выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, из них 2 часов – лекции, 4 часов – практические, семинарские занятия и 102 часов – на самостоятельную работу обучающихся.

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа		Формы текущего контроля успеваемости и Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
1	Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	4	1	1			14	Творческое задание (составить кроссворд)
2	Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	4	-	1			14	Вопросы для собеседования по теме
3	Тема 3. Культура потребления	4	1	-			16	Творческое задание (аннотирование статей журнала Социс)
4	Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	4	-	1			14	Презентация
5	Тема 5. Потребление и социальные группы	4	-	1			14	Круглый стол
6	Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	4	-	-			16	Групповая дискуссия
7	Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	4	-	-			14	Творческое задание (веб-квиз)
ИТОГО		108	2	4			102	ЭКЗАМЕН

Условные обозначения:

Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

Таблица 3.

**Матрица соотнесения тем/разделов
учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций**

Темы дисциплин	Кол-во часов	Перечень компетенций	
			Общее количество компетенций
Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	16	ОПК-4	1
Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	15	ОПК-4	1
Тема 3. Культура потребления.	17	ОПК-4	1
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	15	ОПК-4	1
Тема 5. Потребление и социальные группы	15	ОПК-4	1

Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	16	ОПК-4	1
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	14	ОПК-4	1
Итого	108	7	7

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Основные подходы к анализу потребления

Предмет курса. Понятие потребления. Потребительское поведение как особый вид деятельности в современных обществах. Характеристики процесса потребления. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в антропологии, социологии, экономике и психологии. Основные подходы, используемые в курсе для анализа процессов потребления: критическая теория, семиотика, теория практик, стратификационные теории, постмодернистские подходы. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора. Обзор моделей функции потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора и др. (Дж. Кейнс, Дж. Дьюзенберри, М. Фридмен, Ф. Модильяни, А. Дитон). Ограниченность модели потребления в экономической теории.

Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст

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. Знаковая и символическая стоимость.

Потребление знаков. Подарок, товар, сакральный предмет. Культурная биография вещей (И. Копытоф). Типы отношения людей к вещам. (В. Голофаст). Потребление и знаки, потребление как текст. Трудовая теория стоимости К. Маркса. Полезность и стоимость у маргиналистов. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля. Знаковая стоимость и символический обмен Ж. Бодрийяра.

Функциональные, нефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Жестуальность. Модели и серии. Реклама и кредит как механизмы акселерации потребления.

Тема 3. Культура потребления

Понятие культуры потребления/потребительская культуры. Понятие культурного стиля, стилизация. Идентичность и потребление. Система потребительской социализации. Этапы формирования современной потребительской культуры, основные черты современной потребительской культуры. Общество потребления. 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. Массовая культура, культурные индустрии и потребление.

Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация

Понятие стиля жизни. Стиль жизни и потребление в стратификационных теориях. Демонстративное потребление (Т. Веблен). Подходы к определению понятия «стиль 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.

Потребление как инструмент воспроизводства социальных позиций. Престижное, статусное потребление. Понятие вкуса. Вкус и социальная позиция. Вкус, стиль жизни и социальная борьба, культурное доминирование. Потребление и покупка. Модель покупательского поведения. Модель процесса принятия решения: осознание потребности, поиск информации, оценка вариантов, акт покупки, потребление, оценка альтернатив после покупки, освобождение. Типы процессов принятия решений. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни.

Тема 5. Потребление и социальные группы

Понятие социальной группы. Роль референтных групп в формировании потребительского поведения. Сообщества потребителей. Роль потребления в социальном конструировании пола. Потребительская социализация и гендерные границы. Гендерные особенности показного потребления индивидуальное в культуре. Гендерные аспекты потребления. Рождение универмагов и новая роль женщин. Гендерные различия в шоппинге (Кемпбелл). Гендерные образы в рекламе. Женские журналы.

Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога

Торговый центр, супермаркет, магазин, ресторан как современные формы потребления: основные принципы их организации. Практики их освоения потребителями. Шоппинг. Интернет и потребление. Глобализация потребления. Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер). Современные тенденции в потреблении на Западе. Развитие кредита. Принцип «работай-и-трать», «новый консьюмеризм» и движение «самоограничения» (Шор Ж.). Электронный маркетинг и продажа через сеть интернет. Новый консьюмеризм: изменение культуры финансового поведения, увеличение роли рекламы и телевидения в изменении стиля жизни, «потребительская гонка».

Эстетизация потребления (Физерстоун). Потребление в виртуальном пространстве. Особенности организации торговли в Интернете: отсутствие географических и временных ограничений, изменение денег и характера потребления. Электронная коммерция и традиционный шоппинг: преимущества и недостатки (М. Гили, М. Волфинбангер)

Основные подходы в исследованиях моды. Мода и конструирование социальных границ. Мода и социальная иерархия. Динамика моды. Модные стандарты. Модная индустрия. Высокая мода. Мода, политика и идеология. Понятие идентичности и самопрезентации. Функции одежды. Одежда как язык (Ф. Дэвис). Одежда и социальный статус. Показное потребление, одежда как проявление денежной культуры (Т. Веблен). Одежда и социальная дифференциация: социальное различие. Мода. Этапы распространения моды. Теория просачивания (Г. Зиммель). Антимода.

Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением

Знания и отношение потребителей к товару, и их изучение. Понятие маркетинга и продвижения товаров. Классификация потребительских практик. Сегментирование рынка. Виды сегментирования рынка. Позиционирование товара. Бренды как инструмент управления потребительским поведением. Психология покупателя. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама. Организация торговли. Формы торговли. Консьюмеризм и права потребителей.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания по организации и проведению лекционных, практических (семинарских) и лабораторных занятий с перечнем учебно-методического обеспечения

Лекционные и семинарские занятия проводятся в мультимедийной аудитории (оборудованной компьютером, видеопроектором, Интернет, программное обеспечение) Moodle – Образовательный портал ФГБОУ ВО «АГУ».

Как на лекционных занятиях, так и на семинарских используются презентации, видеоматериал, демонстрируются документальные фильмы, видеоролики с последующим их обсуждением.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Таблица 4.

Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономический человек: основные методологические допущения 2. Потребительское поведение в экономике 3. Понятия полезности и потребности 4. Понятие ограниченной рациональности 5. Возможно ли насыщение потребностей с точки зрения социологии и экономики 6. Эффект Веблена, эффект сноба, эффект присоединения к большинству 7. Потребление и неоинституциональная экономическая теория 8. Потребление в обществах дефицита (Корая) 9. Основные различия подхода к потреблению в экономике и социологии 	14	Творческое задание (составить кроссворд)
Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	<ol style="list-style-type: none"> 1. Праздный класс: формирование, отличительные критерии выделения по Веблену. 2. Механизмы демонстрации статуса и классовой принадлежности. Веблен. 3. «Денежная культура» Приведите примеры проявления денежной культуре. Разберите случай одежды как элемента денежной культуры. 4. Основания для выделения классов по Бурдые 5. Определение видов капитала и какие формы капитала выделяет Бурдые. 6. Вкус по Бурдые – типы вкуса, пространство вкусов. Приведите примеры вкуса к роскоши и вкуса к необходимому (еда, напитки, одежда, отношение к телу, косметика). 7. Что такое «быть» и «казаться» для Бурдые, и как эта оппозиция 	14	Вопросы для собеседования по теме

	<p>структурирует пространство вкусов и классовое пространство.</p> <p>8. Различия и сходства в подходе П.Бурдые и Т.Веблена к потреблению</p> <p>9. Три режима отношений человека к вещам (по Голофасту)</p> <p>10. Понятие культурной биографии вещи.</p>		
Тема 3. Культура потребления	<p>1. Черты современной потребительской культуры</p> <p>2. Общество потребления – влияние общества потребления на современную потребительскую культуру.</p> <p>3. Формирование современной потребительской культуры.</p> <p>4. Функции потребительской культуры.</p> <p>5. Специфика российской потребительской культуры.</p>	16	Творческое задание (аннотирование статей журнала Социс)
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	<p>1. «Патина» Грант МакКракен (Г. McCracken) «Культура и потребление»</p> <p>2. Эволюция демонстративного потребления</p> <p>3. Потребление в эпоху постмодерна ЭлвинТоффлер</p> <p>4. Эстетизация повседневного потребления Майкл Физерстоун (M.Featherstone)</p> <p>5. Новое индустриальное общество Джон Кеннет Гэлбрейт</p>	14	Презентация
Тема 5. Потребление и социальные группы	<p>1. Понятие социальной группы.</p> <p>2. Роль референтных групп в формировании потребительского поведения.</p> <p>3. Сообщества потребителей.</p> <p>4. Роль потребления в социальном конструировании пола. Потребительская социализация и гендерные границы.</p> <p>5. Гендерные особенности показного потребления и индивидуальное в культуре.</p> <p>6. Гендерные аспекты потребления.</p> <p>7. Рождение универмагов и новая роль женщин.</p> <p>8. Гендерные различия в шоппинге (Кемпбелл).</p> <p>9. Гендерные образы в рекламе. Женские журналы.</p>	14	Круглый стол
Тема 6.	1. Человек и вещи: основные подходы	16	Групповая

Современные формы потребления. Мода глазами социолога	<ol style="list-style-type: none"> 2. Значение вещи как товара и дара: как и почему дар становится товаром и наоборот. 3. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер). 4. Места потребления: влияние места потребления на процесс покупки и потребления 5. Шоппинг как особый вид поведения и досуга современного человека 6. Механизмы моды (по Зиммелю). 7. Одежда - один из видов языка 8. Различия в одежде в западном обществе: статус, характер, функции (деловая, домашняя, спортивная и т.д. одежда). 9. Социальные «типажи» в современном российском обществе. 10. Современный российский потребитель. 		дискуссия
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие маркетинга и продвижения товаров. 2. Классификация потребительских практик. 3. Сегментирование рынка. Виды сегментирования рынка. 4. Позиционирование товара. 5. Бренды как инструмент управления потребительским поведением. 6. Психология покупателя. 7. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама. 8. Организация торговли. Формы торговли. 9. Консьюмеризм и права потребителей. 	14	Творческое задание (веб-квиз)
<i>Итого</i>		102	

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

В рамках данной дисциплины не предусмотрены письменные работы

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1 Образовательные технологии

№	Наименование образовательной технологии	Темы дисциплины	Краткое описание применяемой технологии
1	<i>Круглый стол</i>	<i>Тема 5</i>	<i>Групповое собеседование по содержанию специализированной научной и методической литературы</i>
2	<i>Групповая дискуссия</i>	<i>Темы 6</i>	<i>Обсуждение проблем, определенных</i>

			<i>теоретическим и практическим содержанием учебной темы</i>
3	<i>Презентация</i>	<i>Тема 4</i>	<i>Демонстрация основных положений учебной темы</i>
4	<i>Творческое задание (крессворд)</i>	<i>Тема 1</i>	<i>Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося</i>
5	<i>Творческое задание</i>	<i>Тема 3, 7</i>	<i>Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.</i>

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине могут использоваться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

6.2. Информационные технологии

При реализации различных видов учебной и внеучебной работы используются:

- использование электронных учебников электронных библиотечных систем, доступ к которым предоставляется университетом;
- использование как источников информации сайтов, находящихся в Интернете в открытом доступе (электронные библиотеки, журналы, книги, психологические тесты);
- использование возможностей корпоративной электронной почты (рассылка заданий, материалов, ответы на вопросы);
- использование платформы дистанционного обучения Moodle университета для размещения электронных образовательных ресурсов;
- использование средств представления учебной информации для проведения лекций и семинаров с использованием презентаций.

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень лицензионного программного обеспечения 2022-2023 уч.гг.

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер

Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Microsoft Security Assessment Tool. Режим доступа: http://www.microsoft.com/ru-ru/download/details.aspx?id=12273 (Free) Windows Security Risk Management Guide Tools and Templates. Режим доступа: http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=6232 (Free)	Программы для информационной безопасности
VLC Player	Медиапроигрыватель
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

Перечень электронно-библиотечных систем (ЭБС)

Учебный год	Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
2022/2023	Электронная библиотечная система IPRbooks www.iprbookshop.ru
	Электронно-библиотечная система BOOK.ru https://book.ru
	Электронная библиотечная система издательства ЮРАЙТ, раздел «Легендарные книги». www.biblio-online.ru , https://urait.ru/
	Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех» https://biblio.asu.edu.ru <i>Учётная запись образовательного портала АГУ</i>
	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретённым на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог содержит более 15 000 наименований изданий. www.studentlibrary.ru <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i>
	Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» Для кафедры восточных языков факультета иностранных языков. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретённым на основании прямых договоров с правообладателями по направлению «Восточные языки»

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Социология потребления» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 5.

Соответствие разделов, тем дисциплины (модуля), результатов обучения по дисциплине (модулю) и оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы, темы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	ОПК-4	Творческое задание (составить кроссворд)
2	Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	ОПК-4	Вопросы для собеседования по теме
3	Тема 3. Культура потребления	ОПК-4	Творческое задание (аннотирование статей журнала Социс)
4	Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	ОПК-4	Вопросы для собеседования по теме, презентация
5	Тема 5. Потребление и социальные группы	ОПК-4	Круглы стол
6	Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	ОПК-4	Творческое задание
7	Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	ОПК-4	Творческое задание – веб-квиз

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 6.

Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить

	примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 7

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

Критерии оценивания презентации

Оценка \ Критерии	10-8 баллов (работа соответствует всем требованиям)	7-5 баллов (в работе требуется корректировка)	4-3 балла (следует пересмотреть некоторые вопросы)
Подбор текстового материала	Текст соответствует теме. Он полностью раскрывает поставленный вопрос. Изложение текста доступно и понятно для других. Объем информации оптимален для восприятия	Текст соответствует теме. Он полностью раскрывает поставленный вопрос. Большой объем текста. Встречаются непонятные термины и понятия	Текст соответствует теме, но он не полностью раскрывает поставленный вопрос. Слишком большой объем текста. Изложение текста не совсем понятно
Применение в презентации	В презентации часто использованы	В презентации редко использованы	В презентации не использованы

тематических иллюстраций	тематические иллюстрации	тематические иллюстрации	тематические иллюстрации
Наличие выводов в работе	В презентации сделаны чёткие обоснованные выводы, которые соответствуют цели работы	Выводы соответствуют цели, но представлены бессистемно	Отсутствие выводов или они не связаны с целью работы
Оформление работы	Подобран макет презентации, соответствующий её теме. На слайдах выделены заголовки. Текст изложен ясно. Он чётко прочитывается, не сливается с фоном. иллюстрации соответствуют тексту. Излишества в иллюстрациях нет. При создании презентации применена анимация	Подобран макет презентации, не соответствующий её теме. На слайдах выделены заголовки. Текст изложен ясно. Он чётко прочитывается, не сливается с фоном. иллюстрации соответствуют тексту. Излишества в иллюстрациях нет. При создании презентации не применена анимация	Макет презентации не соответствует теме. На слайдах не выделены заголовки. Текст изложен неясно. Он нечётко прочитывается, сливается с фоном. иллюстрации не соответствуют тексту. Есть излишества в иллюстрациях. При создании презентации не применена анимация

Критерии оценки творческого задания

- оценка «отлично» (10 – 9 баллов) выставляется студенту, если он проявляет умения работать в команде, проявляет лидерские качества, принимает ответственные решения с целью выполнения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации, презентует знания, критически и конструктивно анализирует информацию;
- оценка «хорошо» (8 – 6 баллов) выставляется студенту, если он проявляет умения работать в команде, четко и правильно выполняет свою роль, координирую её с общей задачей команды, презентует знания, критически и конструктивно анализирует информацию;
- оценка «удовлетворительно» (5 – 3 балла) выставляется студенту, если он проявляет умения работать в команде, выполняет свою роль, но при этом выбивается из общей задачей команды, презентует знания;
- оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется студенту, если он не умеет работать в команде, не справляется со своей ролью.
- оценка «зачтено» ставиться всей команде, если команда работает как единый слаженный организм, принятые ответственные решения позволяют выполнить учебные и профессионально-ориентированные задачи путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации и слаженной межгрупповой коммуникации;
- оценка «не зачтено» ставиться всей команде, если внутри командная работа не налажена, учебные и профессионально-ориентированные задачи не выполнены межгрупповые коммуникации не появлялись.

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тема 3. Культура потребления

1. Составить **аннотированный список статей**, посвященных проблемам потребления в современном обществе по журналу «Социологические исследования», начиная с 2010 г и проанализировать одну из них. Подготовить в виде презентации.

Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация (презентация)

1. Проанализировать стили жизни в исторической ретроспективе.
2. Выбрать определенный исторический период, проследить историю потребления конкретного продукта и его трансформацию в современном обществе, подготовить презентацию.

Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением

Творческое задание: **Веб-квиз по сайтам** основных российских социологических центров изучения общественного мнения

Цель – частично регламентированное задание, направленное на ознакомление студентов с существующими в России центрами изучения общественного мнения, информацией, которая расположена на сайтах данных центров и возможностях ее использования в практической деятельности.

Сайт	Название центра	Основные разделы сайта	Области исследований	Пояснительные данные к исследованиям	Найти исследование, по теме, которая Вас заинтересует, описать его с указанием дальнейшего использования полученной информации
http://wciom.ru					
http://fom.ru					
http://levada.ru					
http://romir.ru					

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он заполнил все графы таблицы и аргументировано ответил на вопрос, каким образом можно использовать полученную в ходе выполнения задания информацию на практике.
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он заполнил все графы таблицы, но затрудняется ответить на вопрос, каким образом можно использовать полученную в ходе выполнения задания информацию на практике.
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен заполнить все графы таблицы;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не выполнил задание

Практические задания для групповой работы

Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст (вопросы для собеседования)

1. Праздный класс: формирование, отличительные критерии выделения по Вебелену.
2. Механизмы демонстрации статуса и классовой принадлежности. Веблен.

3. «Денежная культура» Приведите примеры проявления денежной культуре. Разберите случай одежды как элемента денежной культуры.
4. Основания для выделения классов по Бурдье
5. Определение видов капитала и какие формы капитала выделяет Бурдье.
6. Вкус по Бурдье – типы вкуса, пространство вкусов. Приведите примеры вкуса к роскоши и вкуса к необходимому (еда, напитки, одежда, отношение к телу, косметика).
7. Что такое «быть» и «казаться» для Бурдье, и как эта оппозиция структурирует пространство вкусов и классовое пространство.
8. Различия и сходства в подходе П.Бурдье и Т.Веблена к потреблению
9. Три режима отношений человека к вещам (по Голофасту)
10. Понятие культурной биографии вещи.

Тема 5. Потребление и социальные группы (круглый стол)

Вопросы для обсуждения

1. Понятие социальной группы.
2. Роль референтных групп в формировании потребительского поведения.
3. Сообщества потребителей.
4. Роль потребления в социальном конструировании пола. Потребительская социализация и гендерные границы.
5. Гендерные особенности показного потребления и индивидуальное в культуре.
6. Гендерные аспекты потребления.
7. Рождение универмагов и новая роль женщин.
8. Гендерные различия в шоппинге (Кемпбелл).
9. Гендерные образы в рекламе. Женские журналы.

Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога (групповая дискуссия)

Тема для обсуждения

Модель потребления Homoinformis (человека информационного): гедонизм & аскетизм.

Группа делится на две команды: 1 – гедонисты; 2 – аскеты.

Подготовить аргументы за и против (приветствуется интерактивная подача материала).

Критерии оценки групповой дискуссии

- оценка «отлично» (10 – 9 баллов) выставляется студенту, если он проявляет умения работать в команде, проявляет лидерские качества, принимает ответственные решения с целью выполнения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации, презентует знания, критически и конструктивно анализирует информацию;
- оценка «хорошо» (8 – 6 баллов) выставляется студенту, если он проявляет умения работать в команде, четко и правильно выполняет свою роль, координирует её с общей задачей команды, презентует знания, критически и конструктивно анализирует информацию;
- оценка «удовлетворительно» (5 – 3 балла) выставляется студенту, если он проявляет умения работать в команде, выполняет свою роль, но при этом выбивается из общей задачей команды, презентует знания;
- оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется студенту, если он не умеет работать в команде, не справляется со своей ролью.
- оценка «зачтено» ставится всей команде, если команда работает как единый слаженный организм, принятые ответственные решения позволяют выполнить учебные и профессионально-ориентированные задачи путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации и слаженной межгрупповой коммуникации;

- оценка «не зачтено» ставится всей команде, если внутри командная работа не налажена, учебные и профессионально-ориентированные задачи не выполнены межгрупповые коммуникации не появлялись.

Оценочные средства для итогового контроля успеваемости

Вопросы для экзамена

1. Характеристики процесса потребления. Различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии.
2. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж. Бодрийяра. Симулякр.
3. Потребление знаков. Потребление как процесс манипулирования знаками.
4. Основные подходы к понятию «стиль жизни»
5. Концепция «стиля жизни» П. Бурдьё – основные идеи и понятия
6. Стили жизни современного российского общества
7. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях
8. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен)
9. Понятие общества потребления и его основные черты
10. Человек и вещи: основные подходы
11. Значение вещи как товара и дара: как и почему дар может стать товаром и наоборот?
12. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер).
13. Места потребления: влияние места потребления на процесс покупки и потребления
14. Шоппинг как особый вид поведения и досуга современного человека
15. Основные черты современной потребительской культуры
16. Советский стиль жизни
17. Производственное потребление (меркантилисты)
18. Идиосинкратическое (обособленное) потребление (маржиналисты)
19. Функциональное потребление (Г. Беккер, Дж. Стиглер)
20. Институциональное потребление (от Т. Веблена до Д. Коммонса)
21. Потребление во времени (М. Фридмен, Д. Дьюзенберри, Ф. Модильяни)
22. Теория абсолютного дохода Джона Кейнса
23. Модель относительного дохода Джеймса Дьюзенберри
24. Гипотеза жизненного цикла Франко Модильяни
25. Гипотеза перманентного дохода Милтона Фридмена

Таблица 8

Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции ОПК-4 <i>Способность использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач</i>				
1.	Задания закрытого типа	Какое (ие) из перечисленных ниже положений отражают социально-экономический подход к анализу	Д	1 мин.

		<p>потребительского поведения?</p> <p>А) человек автономен в принятии потребительских решений;</p> <p>Б) потребительское поведение индивидов всегда рационально;</p> <p>В) человек обретает свою идентичность через потребление;</p> <p>Г) все ответы верны;</p> <p>Д) правильного ответа нет</p>		
2.		<p>Какая группа факторов является вторичной при формировании стиля потребления:</p> <p>А) личностные характеристики (вкус, индивидуальность, интерес и т.д.)</p> <p>Б) социальные характеристики (уровень дохода и т.д.)</p> <p>В) правильного ответа нет</p>	В	1 мин
3.		<p>Для каких семей характерно наибольшее количество совместных потребительских решений:</p> <p>А) семей, представителей высшего класса;</p> <p>Б) семей, представителей среднего класса;</p> <p>В) семей, представителей низших классов;</p> <p>Г) нуклеарных семей;</p> <p>Д) все ответы верны</p> <p>Е) правильного ответа нет</p>	Г	1 мин.

4.		<p>Потребительская лояльность – это: А) степень вероятности переключения на другой товар (бренд); Б) приверженность определенной компании, ее марке, бренду; В) положительная эмоциональная, оценочная и поведенческая реакция на товар (бренд); Г) правильного ответа нет; Д) все ответы верны</p>	Б	1 мин
5.		<p>Потребление – это: А) физическое расходование материальных благ (поглощение пищи) Б) использование полезных свойств предметов или процессов В) удовлетворение личных потребностей человека Г) расходование стоимости конкретного блага Д) правильного ответа нет; Ж) все ответы верны</p>	Ж	2 мин.
6.		<p>Стратегия демонстративного поведения (выбери один ответ, не относящийся к данной стратегии) А) выражается в покупке наиболее дорогих предметов или приобретении благ, которые явно превышают личные потребности Б) выполняет роль</p>	Д	2 мин.

		<p>маркеров более высокого социального статуса индивида</p> <p>В) распространяется и на нижние слои общества</p> <p>Г) правильного ответа нет;</p> <p>Д) все ответы верны</p>		
7.	Вопросы открытого типа	Что такое культура потребления?	<p>Это господствующая программа использования членами общества всех потребительских благ, относительно устойчивый способ повседневной жизни и правила интерпретации потребительских практик (язык потребления). Она включает в себя компоненты культуры: представления о потребительских ценностях и нормах, регулирующих потребление, санкции общества за нарушение или соблюдение потребительских норм, язык как свод правил интерпретации потребительских актов, устойчивые автоматические потребительские практики (свободные привычки). Культура потребления включает в себя также объективный и субъективный компоненты, т.е. надиндивидуальную реальность (пространство культурных возможностей) и освоение этих возможностей на уровне индивидов и их групп.</p>	4 мин.
8.		Что представляет собой стиль потребления?	<p>Стиль потребления - это устойчивые формы использования тех или иных благ, свободно выбранные индивидом в пределах рамок, навязываемых образом жизни. Например, в пределах одних и тех же доходов и одной субкультуры часто можно выбирать разные варианты питания, разные стили одежды, проявлять разные вкусы в области</p>	3 мин.

			музыки, досуга и т.д.	
9.		Что такое потребительская социализация ?	<p>Этот процесс усвоения потребительской культуры и субкультуры и называют социализацией потребителей. Она начинается с раннего детства. Именно тогда ребенка учат, что и как есть, пить, как общаться, одеваться, что «съедобно» и «прилично». Начавшись практически с пеленок, потребительская социализация завершается лишь смертью. Ребенок учится жить с помощью товаров, предлагаемых обществом (игрушки, детское питание и т.п.), а на закате жизни он учится умирать (лекарства, врачи, «чудодейственные» приборы и услуги знахарей).</p>	3 мин.
10.		Как влияет глобализация на потребление?	<p>Глобализация — это процесс формирования социокультурного поля, имеющего тенденцию к охвату всего земного шара. Глобальное поле опирается на формирование глобальных ресурсов, общей культурной программы и коммуникативной системы. Это цельная система, включающая в себя процесс глобализации экономики, политики, культуры и потребления. Глобализация потребления вытекает, прежде всего, из глобализации производства. С одной стороны, транснациональные корпорации производят многие товары в количестве, делающем возможным их потребление в мировых масштабах. С другой стороны, идет процесс копирования эффективных или модных товаров, удачные образцы заимствуются по всему миру. В результате вместе с глобальными товарами</p>	5 мин.

			распространяются и глобальные формы потребительского поведения	
11.		Что такое макдоналдизация общества?	Дж. Ритцер дал яркий анализ рационализации потребления в современном западном обществе. Его символом стала всемирная сеть ресторанов «Макдоналдс» (первый появился в США в 1955 г.). На аналогичных принципах развивается производство услуг и другими сетями, при этом не только в области быстрого питания. Ритцер назвал эту тенденцию «макдоналдизацией общества». Рационализация производства навязывает потребителю и рационализацию потребления. Однако и у потребителя формируется потребность в ней. Одним из важнейших проявлений рациональности является предсказуемость.	5 мин.
12.		Что представляет собой продвижение товаров?	Продвижение (также промоушн — от англ. promotion) — комплекс рыночной деятельности (маркетинговых мероприятий), целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов, повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнёров и потребителей.	3 мин.

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Результаты обучения оцениваются в соответствии с балльно-рейтинговой системой (БАРС): зачтено (100-60) своевременное выполнение домашних заданий в соответствии с требованиями (максимально 50 баллов, минимально - 30), активное участие на семинарских занятиях, в групповой дискуссии, коллоквиуме (40 - 25), защита группового проекта (10 - 5). Менее 60 баллов не зачтено.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) Основная литература:

1. Болтаевский А.А., Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Болтаевский, Л.В. Власенко, Т.Н. Голомазова, З.И. Иванова, И.П. Прядко, Е.А. Шныренков - М.: Издательство МИСИ - МГСУ, 2017. - 201 с. - ISBN 978-5-7264-1743-1 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785726417431.html> (ЭБС «Консультант студента»).
2. Шавель С.А., Потребление и стабильность общества [Электронный ресурс] / С.А. Шавель [и др.] - Минск : Белорус. наука, 2010. - 314 с. - ISBN 978-985-08-1138-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850811387.html> (ЭБС «Консультант студента»).

б) Дополнительная литература

1. Немировский В.Г., Социология [Электронный ресурс] : учебник / В.Г. Немировский. - М. : Проспект, 2013. - 544 с. - ISBN 978-5-392-10229-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392102297.html> (ЭБС «Консультант студента»).
2. Роуз Д. Будущее вещей [Электронный ресурс]: как сказка и фантастика становятся реальностью / Роуз Дэвид. – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, Альпина нон-фикшн, 2016. – 344 с. – 978-5-91671-394-7. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/42034.html>
3. Социология вещей [Электронный ресурс] : сборник статей / Зиммель Георг [и др.]. – Электрон, текстовые данные. – М.: ИД Территория будущего, 2006. – 392 с. – 5-91129-025-1. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7336.html>.
4. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей [Электронный ресурс] / - М. : ГЭОТАР-Медиа, . - ISBN -- - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/06-COS-2428.html> (ЭБС «Консультант студента»).
5. Юревич А.В., Методология и социология психологии [Электронный ресурс] / Юревич А.В. - М.: Институт психологии РАН, 2010. - 272 с. - ISBN 978-5-9270-0181-1 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927001811.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем

Учебный год	Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
2022/2023	Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU
	Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
	Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARKSQL НПО «Информ-систем»

https://library.asu.edu.ru/catalog/
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/
Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru
Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации https://minobrnauki.gov.ru
Министерство просвещения Российской Федерации https://edu.gov.ru
Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодёжь) https://fadm.gov.ru
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) http://obrnadzor.gov.ru
Сайт государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» http://zhit-vmeste.ru
Российское движение школьников https://рдш.рф

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения занятий по дисциплине имеются лекционные аудитории, оборудованные мультимедийной техникой с возможностью презентации обучающих материалов, фрагментов фильмов; аудитории для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью и средствами наглядного представления учебных материалов; библиотека с местами, оборудованными компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).