

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

_____ А.В. Григорьев

«18» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
И.о. заведующего кафедрой философии,
культурологии и социологии

_____ А.В. Григорьев

«18» апреля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

Составитель(-и)

**Бочарникова Ирина Станиславовна, доцент, кандидат
социологических наук, доцент кафедры философии,
культурологии и социологии**

Направление подготовки

09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА

Направленность (профиль) ОПОП

**ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ
НАУКАХ**

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

Очная

Год приема (курс)

2022

Курс

3

Семестр

6

Астрахань – 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Социология потребления» является анализ основ социологического подхода к исследованию потребительского поведения, формирование у студентов научного взгляда на процесс и структуру потребления и практических навыков работы в данной области.

1.2. Задачами данного курса являются:

- проанализировать основные социологические теории потребления;
- сравнить экономический, социологический и маркетинговый подходы к потреблению;
- изучить основы применения основных достижений и подходов социологического анализа потребления в экономических дисциплинах;
- рассмотреть методы эмпирических исследований потребления и основные результаты в этой области;
- изучить тенденции истории потребления в России и в мире.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Социология потребления» относится к дисциплинам, части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП по направлению подготовки **09.03.03. Прикладная информатика. Профиль «Прикладная информатика в социальных науках»** и осваивается в 6 семестре.

Дисциплина встраивается в структуру ОПОП как с точки зрения преемственности содержания, так и с точки зрения непрерывности процесса формирования компетенций выпускника.

«Входными» знаниями, умениями и навыками для дисциплины «Социология потребления» является способность участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории.

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

- основы социальных наук,
- введение в информационные технологии,
- социология коммуникаций,
- анализ данных в социальных науках.

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. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- метод фокус-групп и технология его применения,
- визуализация данных социальных исследований,
- использование данных социологических исследований в политической деятельности,
- социологический практикум.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующей профессиональной компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности): *ПК2.Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социальных наук и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.*

Таблица 1 – Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК2 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социальных наук и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.	ИПК-2.1.1. Знать основы в формулировании цели, задач научных исследований в различных областях социальных наук и способы решения их с помощью современных исследовательских методов.	ИПК 2.2.1. Уметь ставить конкретные задачи научных исследований и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.	ИПК 2.3.1. Владеть способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов.
	ИПК 2.1.2 Знать методы обработки данных с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.	ИПК 2.2.2 Уметь решать конкретные задачи научных исследований в различных областях социальных наук с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.	ИПК 2.3.2 Владеть способностью решать конкретные задачи с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы (108 часов), в том числе 34 часа, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, из них 17 часов – лекции, 17 часов – практические, семинарские занятия, 18 часов на курсовую работу и 56 часов – на самостоятельную работу обучающихся.

Таблица 2 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	

1	Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	6	2	2		8	Вопросы для собеседования по теме, кроссворд
2	Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	6	3	3		8	Вопросы для собеседования по теме, игровое проектирование
3	Тема 3. Культура потребления	6	2	2		8	Вопросы для собеседования по теме, аннотированный список научных статей
4	Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	6	2	2		8	Вопросы для собеседования по теме, презентация
5	Тема 5. Потребление и социальные группы	6	2	2		8	Круглый стол
6	Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	6	3	3		8	Групповая дискуссия
7	Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	6	3	3		8	Вопросы для собеседования по теме, веб-квиз
8	Курсовая работа	6				18	
	ИТОГО	108	17	17		18	56
							Экзамен

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

Таблица 3 – Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции	
		ПК 2	Общее количество компетенций
Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	12	+	1
Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	14	+	1
Тема 3. Культура потребления	12	+	1
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	12	+	1
Тема 5. Потребление и социальные группы	12	+	1
Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	14	+	1
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	14	+	1
Курсовая работа	18	+	1
Итого	108		

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

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 маржиналистов. 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 культура. 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 и 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 (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия по дисциплине проводятся с применением интерактивных методов обучения, визуализации, проверки качества путем экспресс-тестирования.

Лекция является одной из ключевых форм обучения: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует учащихся в учебном процессе по освоению дисциплины.

Семинарские занятия по дисциплине проводятся с применением принципов творчества и командной работы, обучения равных равными, геймификации, визуализации, анализа текстов-источников, подготовки командных проектных заданий и др.

Опрос проводится в устной форме индивидуально или в командах. Опрос предполагает развернутый ответ в пределах отведенного времени – не более 10 минут, и включает в себя также последующие вопросы со стороны других участвующих в семинаре студентов,

наводящие вопросы руководителя семинара, а также вопросы студентов к преподавателю в случае затруднения в понимании сути проблемы. 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)

Студент заранее готовится к лекции. Подготовка к лекции включает в себя:

- внимательное чтение материала предыдущей лекции;
- знакомство с темой предстоящей лекции (согласно плану занятий или информации лектора);
- знакомство с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- определите возможные вопросы, которые у вас предварительно возникли и которые вы планируете задать лектору на лекции.

Конспект необходимо структурировать согласно плану лекции, делать отметки, выделять термины, и трудные для понимания положения.

Подготовка к опросу на семинаре включает в себя:

- внимательное изучение материала лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, внимательное чтение учебного материала и дополнительной литературы;
- знакомство с терминологией;
- подготовка развернутых ответов на контрольные вопросы по семинарским занятиям;
- определить трудные для понимания положения и подготовить по ним вопросы.

Готовиться к семинарскому занятию можно индивидуально, или в составе команды.

Подготовка к опросу (практическим занятиям) предполагает внимательное изучение материала лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, учебного материала по учебнику и учебным пособиям. Необходимо выписать основные термины, подготовить развернутый ответ на контрольные вопросы по семинарским занятиям, определите спорные и сложные для понимания проблемы.

Тесты. Тесты – это система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний, обучающегося. Вопросы теста ориентированы на проверку компетенции «знание»:

Подготовка к выполнению тестовых заданий. Тестовые задания подготовлены на основе материала лекций, и материалов. Выполнение тестовых заданий помимо проверки знания преподавателем, также предоставляет студентам возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Тестовые задания охватывают ключевые, основные вопросы теоретических и практических основ качественной социологии. В тестовых заданиях есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов.

Доклад. Данная работа представляет собой составление студентами доклада для обсуждения между командами в форме дискуссии или индивидуально. Для этого самостоятельно выбирается конкретная тема (проблема) дискуссии, письменно разрабатывается план-конспект обсуждения с указанием разработанных вопросов, проблемных ситуаций.

Диспут. Это способ включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Подготовка к диспуту представляет собой проектирование командой студентов (или индивидуально) обсуждения в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- определиться с темой дискуссии;
- выделить ключевую проблему (проблемы), соответствующие теме дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения,

вопросов, вариантов ответов.

Выбранная командой студентов проблема должна быть актуальна для современного российского общества. У каждого студента должен быть составлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Командный проект. Проект – конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Подготовка к командному проекту. Команда студентов выбирает проблему для проекта и определяет, какое визуальное средство может передать эту проблему в наиболее адекватной форме (фото, рисунки). При реализации проекта обязательно составляется презентация и комментарий. Презентация и комментарий к визуальному средству представляется перед другими командами. Возможна дискуссия в виде вопросов и ответов, а также оценивающего комментария со стороны других команд.

Подготовка к экзамену. К зачету необходимо готовится целенаправленно и систематически, с первых дней обучения дисциплины «Социология потребления». Необходимо в самом начале учебного курса ознакомиться с программой дисциплины, перечнем знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть, тематическими планами лекций, семинарских занятий, контрольными заданиями, учебником, учебно-методическими пособиями, электронными ресурсами и списком вопросов к экзамену. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволяет успешное освоение дисциплины и создание достаточной базы для сдачи экзамена.

Таблица 4 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<i>Тема 1. Основные подходы к анализу потребления</i> 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 (Кораи) 9. Основные различия подхода к потреблению в экономике и социологии	8	Вопросы для собеседования по теме, кроссворд
<i>Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст</i> 1. Праздный класс: формирование, отличительные критерии выделения по Веблену. 2. Механизмы демонстрации статуса и классовой принадлежности. Веблен.	8	Вопросы для собеседования по теме, игровое проектирование

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 капиталы 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 структурирует пространство вкусов и классовое пространство. 8. Различия и сходства в подходе П.Бурдые и Т.Веблена к потреблению 9. Три режима отношений человека к вещам (по Голофасту) 10. Понятие культурной биографии вещи.		
<i>Тема 3. Культура потребления</i> 1. Черты современной потребительской культуры 2. Общество потребления – влияние общества потребления на современную потребительскую культуру. 3. Формирование современной потребительской культуры. 4. Функции потребительской культуры. 5. Специфика российской потребительской культуры.	8	Вопросы для собеседования по теме, аннотированный список научных статей
<i>Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация</i> 1. «Патина» Грант МакКракен (Г. McCracken) «Культура и потребление» 2. Эволюция демонстративного потребления 3. Потребление в эпоху постмодерна Элвин Тоффлер 4. Эстетизация повседневного потребления Майкл Физерстоун (M. Featherstone) 5. Новое индустриальное общество Джон Кеннет Гэлбрейт	8	Вопросы для собеседования по теме, презентация
<i>Тема 5. Потребление и социальные группы</i> 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.	8	Круглый стол
<i>Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога</i> 1. Человек и вещи: основные подходы 2. Значение вещи как товара и дара: как и почему дар становится товаром и наоборот. 3. «Макдональдизация общества» (Г. Ритцер).	8	Групповая дискуссия

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.		
<i>Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением</i> 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. Консьюмеризм и права потребителей.	8	Вопросы для собеседования по теме, веб-квиз
Курсовая работа	18	
	56	

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

В рамках данной дисциплины учебным планом предусмотрено написание курсовой работы, защита, которой состоится на последнем занятии по дисциплины «Социология потребления». Требования к курсовой работе прописаны в «Положении о курсовых работах (проектах) обучающихся Астраханского государственного университета» (см. сайт АГУ/ Об АГУ/Нормативные локальные акты/ Документы регламентирующие образовательную деятельность/ <http://asu.edu.ru/universitet/5375-dokumenty-reglamentiruushie-obrazovatelnuu-deiatelnost.html>), а также на Moodle, тема 8.

Темы курсовых работ

1. Специфика "зелёного" или эко- потребления.
2. Общество потребления как культурный феномен.
3. Массовая культура и потребление.
4. Потребление и социальная дифференциация.
5. Цифровое неравенство в сфере медиапотребления.
6. Контркультура и потребление.
7. Потребление социально-экономических групп
8. Референтные группы, группы членства и процесс потребления.
9. Информационные группы и группы самоидентификации.
10. Гендерные модели потребления.
11. Семья и потребление.
12. Трансформация современного образования в обществе потребления
13. Конкурентоспособность российских образовательных услуг.
14. Потребление как стиль жизни, как символическая система и как инновационный процесс.

15. Здоровье как объект потребления.
16. Конструирование нормы и патологии в рекламе.
17. Городские публичные места как ресурс культурного производства и потребления: авторы, подходы, тенденции.
18. Цифровое неравенство россиян в сфере медиапотребления.
19. История потребления в Европе и в мире
20. Тенденции в потреблении в СССР и в России 1990х-2000х.
21. Система вещей и потребление знаков
22. Потребление в контексте культуры и этики
23. Гендер, мода и реклама в потреблении
24. Экономические модели потребления
25. Стратегии потребительского поведения населения на рынке продовольственных товаров.
26. Мода и потребление.
27. Молодежная субкультура и потребление.
28. Феномен демонстративного потребления.
29. Брэнд как коллективное представление.
30. Влияние известности торговой марки на потребление.
31. Защита прав потребителей – миф и реальность.
32. Потребление в СССР: тенденции и направления
33. Потребление в сферах питания и одежды
34. Потребление в сферах туризма и культуры.
35. Шоппинг как способ потребительского поведения.
36. Потребление в современную эпоху: макдональдизация и постмодерн.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Обучение по дисциплине «Социология потребления» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Интерактивная лекция. Предполагает метод визуализации, показ презентаций, использование обратной связи, реакции аудитории на проблемно поставленные вопросы, наводящие вопросы, экспресс-тестирование, мини опрос.

Интерактивный семинар. Предполагает использование классических форм опроса, которые сочетаются с вопросом к преподавателю по проблеме, которая вызывает затруднение в понимании.

Образовательные технологии семинара: групповые дискуссии, метод «равный обучает равного», работу в командах, разработка командных проектов, диспут, решение кейсов, игровые методики, мозговой штурм.

Диспут. Обсуждения командами в форме дискуссии подготовленного к семинарскому занятию доклада-проекта по выбранной проблемной ситуации или вопросу.

Тестирование. Предполагает письменные ответы на поставленные в тестах вопросы. Тестирование проходит по каждой пройденной теме (или группе тем), включает в себя внимательное чтение учебного материала, который указывается в предварительном задании.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	<i>Обзорная лекция</i>	<i>Тематическая дискуссия, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>

Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	<i>Лекция-диалог</i>	<i>Анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 3. Культура потребления.	<i>Обзорная лекция</i>	<i>Опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	<i>Лекция-диалог</i>	<i>Тематическая дискуссия, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 5. Потребление и социальные группы	<i>Интерактивная лекция</i>	<i>Тематическая дискуссия, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	<i>Лекция -диалог</i>	<i>Опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	<i>Интерактивная лекция</i>	<i>Выполнение практических заданий</i>	<i>Не предусмотрено</i>

Учебные занятия по дисциплине (модулю) могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах online и (или) offline в формах видеолекций, лекций-презентаций, видеоконференции, собеседования в режиме форума, чата, выполнения виртуальных практических и (или) лабораторных работ и др.].

6.2. Информационные технологии:

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т. д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Перечень лицензионного программного обеспечения на 2024–2025 учебный год

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
IBM SPSS Statistics 21	Программа для статистической обработки данных

Перечень лицензионного программного обеспечения

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем на 2024–2025 учебный год

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	

Перечень общедоступных официальных интернет-ресурсов на 2024–2025 учебный год

Наименование интернет-ресурса	Сведения о ресурсе
Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru	Федеральный портал (предоставляется свободный доступ)
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации https://minobrnauki.gov.ru	

Наименование интернет-ресурса	Сведения о ресурсе
Министерство просвещения Российской Федерации https://edu.gov.ru	
Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь) https://fadm.gov.ru	
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) http://obrnadzor.gov.ru	
Информационно-аналитический портал государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» http://zhit-vmeste.ru	
Российское движение школьников https://рдш.рф	

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

Контролируемый раздел, тема дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	ПК-2	Вопросы для собеседования по теме, кроссворд
Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	ПК-2	Вопросы для собеседования по теме, игровое проектирование
Тема 3. Культура потребления.	ПК-2	Вопросы для собеседования по теме, аннотированный список научных статей
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	ПК-2	Вопросы для собеседования по теме, презентация
Тема 5. Потребление и социальные группы	ПК-2	Круглый стол
Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	ПК-2	Групповая дискуссия
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	ПК-2	Вопросы для собеседования по теме, веб-квиз

Рекомендуемые типы контроля для оценивания результатов обучения.

Для оценивания результатов обучения в виде **знаний** используются следующие типы контроля:

- тестирование;
- индивидуальное собеседование,
- письменные ответы на вопросы.

Для оценивания результатов обучения в виде **умений и владений** используются комплексные контрольные задания (далее – ПКЗ), включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить, применяются для оценки умений.

Типы практических контрольных заданий:

- Подготовка презентации и кроссворда по темам дисциплины – творческое задание на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;
- «Веб-квиз по сайтам основных российских социологических центров изучения общественного мнения») творческое задание на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;
- Подготовка презентаций по темам дисциплины – на установление последовательности и эффективности выполнения действия.
- Круглый стол «Потребление и социальные группы» – задания на принятие решения в нестандартной ситуации (ситуации выбора, многоальтернативности решений, проблемной ситуации).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные социологические и маркетинговые теории потребления;
- основные направления исследований в рамках современной социологии потребления;
- основные подходы к социологическому определению потребления;
- особенности группового измерения потребления.

Уметь:

- анализировать теоретические источники, сопоставлять различные подходы к анализу потребления в рамках социологии;
- самостоятельно формулировать темы эмпирического исследования в рамках социологии потребления;
- квалифицированно анализировать современные социальные проблемы общества в рамках социологии потребления.

Владеть:

- методологией, методикой и техникой проведения социологического исследования в сфере потребления;
- навыками получения профессиональной информации из различных типов источников, включая Интернет и зарубежную литературу (Интернет-ресурсы, содержащие научную литературу по социологии потребления).

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – 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 8 – 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, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Тема 1. Основные подходы к анализу потребления (кроссворд)

1. Вопросы для обсуждения

1. Экономический человек: основные методологические допущения
2. Потребительское поведение в экономике
3. Возможно ли насыщение потребностей с точки зрения социологии и экономики
4. Эффект Веблена, эффект сноба, эффект присоединения к большинству
5. Потребление и неинституциональная экономическая теория
6. Потребление в обществах дефицита (Кораи)
7. Основные различия подхода к потреблению в экономике и социологии

2. Творческое задание

- Составить кроссворд по теме, основываясь на классических и постклассических социологических теориях. Объем (то 8 до 15 слов);
- Подготовить **кроссворд** в рамках заданной темы (работать можно в Конструкторах упражнений, тестов и тренажеров – Фабрика кроссвордов <https://puzzlecup.com/crossword-ru/>, Online Test Pad <https://onlinetestpad.com/>)

- *Критерии оценки:* 1 слово – 1 балл, студент получает при выполнении следующих требований:
 - 1) соответствие материала заявленной теме;
 - 2) краткая и понятная формулировка заданий;
 - 3) наличие ключа к кроссворду

Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст

1. Вопросы для обсуждения

1. Праздник класс: формирование, отличительные критерии выделения по Вебелену.
2. Механизмы демонстрации статуса и классовой принадлежности. Веблен.
3. «Денежная культура» Приведите примеры проявления денежной культуры. Разберите случай одежды как элемента денежной культуры.
4. Основания для выделения классов по Бурдьё
5. Вкус по Бурдьё – типы вкуса, пространство вкусов. Приведите примеры вкуса к роскоши и вкуса к необходимому (еда, напитки, одежда, отношение к телу, косметика).
6. Различия и сходства в подходе П.Бурдьё и Т.Веблена к потреблению
7. Три режима отношений человека к вещам (по Голофасту)
8. Понятие культурной биографии вещи.

2. Практическое задание для групповой работы «Потребление в информационном обществе». Игровое проектирование

- Группа делится на мини-группы по 3-4 человека (5 минут).
- Каждая группа обсуждает актуальные проблемы потребления в информационном обществе и выделяют самые актуальные (1-2 проблемы), (25 минут).
- Обсуждает и вырабатывает пути решения одной проблемы, наиболее актуальной, минимизации последствий, альтернативные решения и т.п. (30 минут)
- Защита проекта (по 5 минут).

Тема 3. Культура потребления

1. Вопросы для обсуждения

1. Черты современной потребительской культуры
2. Общество потребления – влияние общества потребления на современную потребительскую культуру.
3. Формирование современной потребительской культуры.
4. Функции потребительской культуры.
5. Специфика российской потребительской культуры.

2. Творческое задание «Аннотирование» (для индивидуальной работы)

1. Составить аннотированный список статей, посвященных проблемам, связанным с гендерными проблемами, по журналу «Социологические исследования», начиная с 2015 г. и проанализировать одну из них.
2. Разработать и описать схему развития научных представлений о гендерных процессах.

Критерии оценки:

- оценка «5» (10-8 баллов) выставляется студенту, если он умеет самостоятельно анализировать, систематизировать научную литературу;
- оценка «4» (7-5 баллов) выставляется студенту, если он демонстрирует умение самостоятельно анализировать, систематизировать научную литературу, однако оценка не всегда адекватна, допускает единичные ошибки;
- оценка «3» (4-3 балла) выставляется студенту, если он демонстрирует отдельные навыки в систематизации научной литературы, допускает ошибки;
- оценка «2» (2-0 баллов) выставляется студенту, если он не способен к анализу, систематизации научной литературы.

Составить аннотированный список статей, посвященных проблемам потребления в современном обществе по журналу «Социологические исследования», начиная с 2015 г и проанализировать одну из них. Подготовить в виде презентации.

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

1. Вопросы для обсуждения

1. «Патина» Грант МакКракен (Г. McCracken) «Культура и потребление»
2. Эволюция демонстративного потребления
3. Потребление в эпоху постмодерна Элвин Тоффлер
4. Эстетизация повседневного потребления Майкл Физерстоун (М. Featherstone)
5. Новое индустриальное общество Джон Кеннет Гэлбрейт

2. Практическое задание для индивидуальной работы «Потребление: отражение социальной стратификации общества» (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.

Критерии оценивания презентации

Максимальный балл – 5, минимальный балл – 3.

Оценка Критерии	5 баллов (работа соответствует всем требованиям)	4 балла (в работе требуется корректировка)	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 тематических иллюстраций	В презентации часто использованы тематические иллюстрации	В презентации редко использованы тематические иллюстрации	В презентации не использованы тематические иллюстрации
Наличие выводов в работе	В презентации сделаны четкие 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 четко прочитывается, не сливается с фоном. Иллюстрации соответствуют тексту. Излишества в иллюстрациях нет.	Подобран макет презентации, не соответствующий её теме. На слайдах выделены заголовки. Текст изложен ясно. Он четко прочитывается, не сливается с фоном. Иллюстрации соответствуют тексту. Излишества в иллюстрациях нет.	Макет презентации не соответствует теме. На слайдах не выделены заголовки. Текст изложен неясно. Он нечетко прочитывается, сливается с фоном. Иллюстрации не соответствуют тексту. Есть излишества в иллюстрациях.

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 (человек информационный): гедонизм & аскетизм.

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

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

Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением

1. Вопросы для обсуждения

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. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама.
7. Организация торговли. Формы торговли.
8. Консьюмеризм и права потребителей.

2. Практическое задание для индивидуальной работы: 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.

Задание: найти исследование, по теме, которая Вас интересует, описать его с указанием дальнейшего использования полученной информации

Сайт	Название центра	Основные разделы сайта	Области исследований	Пояснительные данные к исследованиям	Описание исследования
http://wciom.ru					
http://fom.ru					
http://levada.ru					
https://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

Перечень вопросов и заданий, выносимых на экзамен

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 Фридмана

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции <i>ПК2. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социальных наук и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.</i>				
1.	Задание закрытого типа	Какое (ие) из перечисленных ниже положений отражают социально-экономический подход к анализу потребительского поведения?	Д	1

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<i>А) человек автономен в принятии потребительских решений;</i> <i>Б) потребительское поведение индивидов всегда рационально;</i> <i>В) человек обретает свою идентичность через потребление;</i> <i>Г) все ответы верны;</i> <i>Д) правильного ответа нет</i>		
2.		<i>Какая группа факторов является вторичной при формировании стиля потребления:</i> <i>А) личностные характеристики (вкус, индивидуальность, интерес и т.д.)</i> <i>Б) социальные характеристики (уровень дохода и т.д.)</i> <i>В) правильного ответа нет</i>	<i>В</i>	1
3.		<i>Для каких семей характерно наибольшее количество совместных потребительских решений:</i> <i>А) семей, представителей высшего класса;</i> <i>Б) семей, представителей среднего класса;</i> <i>В) семей, представителей низших классов;</i> <i>Г) нуклеарных семей;</i> <i>Д) все ответы верны</i>	<i>Г</i>	1
4.		<i>Потребительская лояльность – это:</i> <i>А) степень вероятности переключения на другой товар (бренд);</i>	<i>Б</i>	2

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<i>Б) приверженность определенной компании, ее марке, бренду;</i> <i>В) положительная эмоциональная, оценочная и Поведенческая реакция на товар (бренд);</i>		
5.		<i>Потребление – это:</i> <i>А) физическое расходование материальных благ;</i> <i>Б) использование полезных свойств предметов или процессов;</i> <i>В) удовлетворение личных потребностей человека;</i> <i>Г) расходование стоимости конкретного блага;</i> <i>Д) правильного ответа нет;</i> <i>Ж) все ответы верны.</i>	Ж	1
6.	Задание открытого типа	Что такое культура потребления?	Это господствующая программа использования членами общества всех потребительских благ, относительно устойчивый способ повседневной жизни и правила интерпретации потребительских практик (язык потребления).	3-5
7.		Что представляет собой стиль потребления?	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	5

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<i>стили одежды, проявлять разные вкусы в области музыки, досуга и т.д.</i>	
8.		<i>Что такое потребительская социализация?</i>	<i>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».</i>	3
9.		<i>Что такое макдоналдизация общества?</i>	<i>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. Рационализация производства навязывает потребителю и рационализацию потребления. Однако и у потребителя формируется потребность в ней. Одним из важнейших проявлений рациональности является предсказуемость.</i>	3-5
10		<i>Что представляет собой продвижение товаров?</i>	<i>Продвижение – это 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</i>	3-5

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			узнаваемости; привлечение новых клиентов, повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнеров и потребителей.	

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 результатов обучения по дисциплине (модулю)

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Ответ на занятии	9/5	45	
2.	Выполнение практического задания (эссе, работа с текстом, первоисточником, визуализация, и др.)	2/5	10	
3.	Тестирование	2/0,5 балла за каждый правильный ответ	20	
4.	Контрольная работа	до 5 баллов за контрольную работу	5	
5.	Командный проект	1/15	10	
Всего			90	-
Блок бонусов				
6.	Отсутствие пропусков занятий	2,5	2,5	
7.	Своевременное выполнение всех заданий	3	3	
8.	Активное участие в семинарском занятии, обсуждении семинарских вопросов	9/0,5	4,5	
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
<i>Опоздание на занятие</i>	-1
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	-1
<i>Неготовность к занятию</i>	-3
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	-2

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	Зачтено
85–89	
75–84	
70–74	
65–69	
60–64	
Ниже 60	Не зачтено

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

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

8.1. 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. Рощина Я.М. Социология потребления: учебное пособие / Я.М. Рощина. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007. – 445 с.
3. 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»).

8.2. 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 19 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. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

Цифровой образовательный ресурс IPR smart: - ЭОР №1 – программа для ЭВМ «Автоматизированная система управления цифровой библиотекой IPR smart»; - ЭОР № 2 – электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов «РУССКИЙ КАК ИНОСТРАННЫЙ» www.iprbookshop.ru
Электронно-библиотечная система BOOK.ru https://book.ru
Образовательная платформа ЮРАЙТ, 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 15000 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» www.studentlibrary.ru <i>Регистрация с компьютеров АГУ</i>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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).