

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

«06» мая 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о. заведующего кафедрой философии,
культурологии и социологии

_____ А.В. Григорьев

«06» мая 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

Составитель(-и)

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

Согласовано с работодателями:

**Семина Ю.Е., заместитель руководителя
Управления Федеральной службы
государственной статистики по Астраханской
области и Республике Калмыкия;
А.В. Роднякова, начальник отдела по защите
информации администрации Губернатора
Астраханской области**

Направление подготовки /
специальность

09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) /
специализация ОПОП

Цифровой маркетинг и анализ данных

Квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год приема (курс)

2025

Курс

4

Семестры

7

Астрахань – 2025 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 элективным дисциплинам ОПОП по направлению подготовки **09.03.03 Прикладная информатика** (квалификация (степень) «бакалавр») профиля подготовки **Цифровой маркетинг и анализ данных** и осваивается 7 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:

- менеджмент и маркетинг,
- UX/UI исследования и аналитика.
- маркетинговые и социологические исследования.

Знания: методики и методологии конкретных социологических и маркетинговых исследований.

Умения: осуществлять системный анализ и обобщение информации применительно к современным проблемам общества.

Навыки: владение навыками практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации.

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

- социология рекламы,
- метод фокус-групп и технология его применения,
- технологии формирования потребительских ценностей,
- 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): *ПК-2.Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи маркетинговых и социологических исследований 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	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-2	ПК-2.Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи маркетинговых и социологических исследований 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 маркетинговых и социологических исследований в различных областях социальных наук	ИПК 2.2.1 Уметь ставить конкретные задачи маркетинговых и социологических исследований	ИПК 2.3.1 Владеть способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи маркетинговых и социологических исследований
		ИПК 2.1.2 Знать способы решения задач маркетинговых и социологических исследований с помощью современных исследовательских методов	ИПК 2.2.2 Уметь решать задачи маркетинговых и социологических исследований с помощью современных исследовательских методов с использованием современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.	ИПК 2.3.2 Владеть способностью решать задачи маркетинговых и социологических исследований с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. – Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	4
Объем дисциплины в академических часах	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	54
- занятия лекционного типа, в том числе:	18

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
- практическая подготовка (если предусмотрена)	
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	36
- практическая подготовка (если предусмотрена)	0
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	0
- консультация (предэкзаменационная)	0
- промежуточная аттестация по дисциплине	0
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	90
Форма промежуточной аттестации обучающегося	Дифференцированный зачет (зачет с оценкой) – 7 семестр

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и самостоятельной работы, для каждой формы обучения представлено в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости , форма промежуточн ой аттестации [по семестрам]
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП	КР / КП			
Семестр 7.										
Тема 1. Основные подходы к анализу потребления	2		4					14	20	Вопросы для собеседования по теме, кроссворд
Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	2		4					14	20	Вопросы для собеседования по теме, игровое проектирование
Тема 3. Культура потребления	2		4					14	20	Вопросы для собеседования по теме, аннотированный список научных статей
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	3		6					12	21	Вопросы для собеседования по теме, презентация
Тема 5. Потребление и социальные группы	3		6					12	21	Круглый стол

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости , форма промежуточн ой аттестации [по семестрам]
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП	КР / КП			
Тема 6. Современные формы потребления.	3		6					12	21	Групповая дискуссия
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	3		6					12	21	Вопросы для собеседования по теме, веб-квиз
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										Диф. зачет (Зачет с оценкой)
ИТОГО за семестр:	18		36					90	144	
Итого за весь период	18		36					90	144	

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	20	+	1
Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст	20	+	1
Тема 3. Культура потребления	20	+	1
Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация	21	+	1
Тема 5. Потребление и социальные группы	21	+	1
Тема 6. Современные формы потребления. Мода глазами социолога	21	+	1
Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением	21	+	1
Итого	144		

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, внефункциональные, 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 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)

Формы проявления групповой власти в сфере потребления: власть вознаграждения, власть принуждения, легитимная власть, власть самоидентификации.

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 диф.зачёту. К диф. 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 зачету. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволяет успешное освоение дисциплины и создание достаточной базы для сдачи зачета.

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	14	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. 3. «Денежная культура» Приведите примеры проявления денежной культуре. Разберите случай одежды как элемента денежной культуры. 4. Основания для выделения классов по Бурдьё 5. Определение видов капитала и какие формы капитала выделяет Бурдьё. 6. Вкус по Бурдьё – 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 Бурдьё, и как эта оппозиция структурирует пространство вкусов и классовое пространство.	14	Вопросы для собеседования по теме, игровое проектирование

8. Различия и сходства в подходе П.Бурдьё 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.	14	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	12	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.	12	Круглый стол
<i>Тема 6. Современные формы потребления</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). 4. Места потребления: влияние места потребления на процесс покупки и потребления 5. Шоппинг как особый вид поведения и досуга современного человека 6. Формы проявления групповой власти в сфере потребления: власть вознаграждения, власть принуждения, легитимная власть, власть самоидентификации.	12	Групповая дискуссия
<i>Тема 7. Потребление и маркетинг. Управление потребителем поведением</i> 1. Понятие маркетинга и продвижения товаров. 2. Классификация потребительских практик. 3. Сегментирование рынка. Виды сегментирования рынка. 4. Позиционирование товара.	12	Вопросы для собеседования по теме, веб-квиз

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.		
	90	

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

В рамках данной дисциплины учебным планом не предусмотрено письменных работ, выполняемые обучающимися самостоятельно.

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>

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 программного обеспечения на 2025–2026 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 10 Professional	Операционная система

Наименование программного обеспечения	Назначение
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
Scilab	Пакет прикладных математических программ
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
IBM SPSS Statistics 21	Программа для статистической обработки данных

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем на 2025–2026 учебный год

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
<u>Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»</u> <u>http://dlib.eastview.com</u> Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU
Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов <u>www.polpred.com</u>
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» <u>https://library.asu-edu.ru/catalog/</u>
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» <u>https://asu-edu.ru/issledovaniya-i-innovacii/11745-nauchnye-jurnaly-agu.html</u>
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. <u>http://mars.arbicon.ru</u>
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,

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru

**Перечень общедоступных официальных интернет-ресурсов
на 2025–2026 учебный год**

<i>Наименование интернет-ресурса</i>	<i>Сведения о ресурсе</i>
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации https://minobrnauki.gov.ru	Федеральный портал (предоставляется свободный доступ)
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	

**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	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.

– Круглы 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 неоинституциональная 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 Бурдье
5. Вкус по Бурдье – 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.Бурдье 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 (M. 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. Объём информации оптимален для восприятия	Текст соответствует теме. Он полностью раскрывает поставленный вопрос. Большой объём текста. Встречаются непонятные термины и понятия	Текст соответствует теме, но он не полностью раскрывает поставленный вопрос. Слишком большой объём 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 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	Подобран макет презентации, не соответствующий её	Макет презентации не соответствует теме. На слайдах не выделены заголовки. Текст

	заголовки. Текст изложен ясно. Он чётко прочитывается, не сливается с фоном. Иллюстрации соответствуют тексту. Излишества в иллюстрациях нет.	теме. На слайдах выделены заголовки. Текст изложен ясно. Он чётко прочитывается, не сливается с фоном. Иллюстрации соответствуют тексту. Излишества в иллюстрациях нет.	изложен неясно. Он нечётко 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 (групповая дискуссия)

Тема для обсуждения: Модель потребления Homoinformis (человек информационный): формы проявления групповой власти в сфере потребления: власть вознаграждения, власть наказания.

Группа делится на две команды: 1 – власть вознаграждения; 2 – власть наказания. 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. Консюмеризм 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 диф.зачет

1. Характеристики процесса потребления.
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. Модель покупательского поведения.
18. Бренды как инструмент управления потребительским поведением.
19. Различие моделей поведения потребителя в экономике и социологии.
20. Консьюмеризм и права потребителей.

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>				

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
1.	Задание закрытого типа	Какое (ие) из перечисленных ниже положений отражают социально-экономический подход к анализу потребительского поведения? А) человек автономен в принятии потребительских решений; Б) потребительское поведение индивидов всегда рационально; В) человек обретает свою идентичность через потребление; Г) все ответы верны; Д) правильного ответа нет	Д	1
2.		Какая группа факторов является вторичной при формировании стиля потребления: А) личностные характеристики (вкус, индивидуальность, интерес и т.д.) Б) социальные характеристики (уровень дохода и т.д.) В) правильного ответа нет	В	1
3.		Для каких семей характерно наибольшее количество совместных потребительских решений: А) семей, представителей высшего класса; Б) семей, представителей среднего класса; В) семей, представителей низших классов; Г) нуклеарных семей;	Г	1

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<i>Д) все ответы верны</i>		
4.		<i>Потребительская лояльность – это:</i> <i>А) степень вероятности переключения на другой товар (бренд);</i> <i>Б) приверженность определенной компании, ее марке, бренду;</i> <i>В) положительная эмоциональная, оценочная и Поведенческая реакция на товар (бренд);</i>	Б	2
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	<i>Что такое культура потребления?</i>	<i>Это господствующая программа использования членами общества всех потребительских благ, относительно устойчивый способ повседневной жизни и правила интерпретации потребительских практик (язык потребления).</i>	3-5

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
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 стили одежды, проявлять разные вкусы в области музыки, досуга и т.д.	5
8.		Что такое потребительская социализация?	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».	3
9.		Что такое макдоналдизация общества?	Дж. Ритцер дал яркий анализ рационализации потребления в современном западном обществе. Его символом стала	3-5

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			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.	
10		Что представляет собой продвижение товаров?	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 узнаваемости; привлечение новых клиентов, повышение	3-5

№п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<i>эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнеров и потребителей.</i>	
11	<i>Задания комбинированного типа</i>	<i>Вопрос социологической анкеты, на который респондент должен самостоятельно сформулировать содержание своего ответа: а) закрытый б) контактный в) открытый Обоснуйте свой ответ</i>	<i>В Так как этот вид вопроса анкеты, предполагает самостоятельное формулирование ответа на вопрос.</i>	2
12		<i>Эффект заключатся в том, что человек не желает приобретать продукт или услугу именно потому, что это делают окружающие (вставьте пропущенное слово): а) Сноба б) Изобилия с) Веблена Обоснуйте свой ответ</i>	<i>А Этот эффект обосновал Торстейн Веблен в своей работе «Теория праздного класса»</i>	2

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,	2/5	10	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
	первоисточником, визуализация, и др.)			
3.	Тестирование	2/0,5 балла за каждый правильный ответ	20	
4.	Контрольная работа	до 5 баллов за контрольную работу	5	
5.	Командный проект	1/10	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	Отлично
85–89	Хорошо
75–84	
70–74	
65–69	Удовлетворительно
60–64	
Ниже 60	Неудовлетворительно

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: 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 - URL: <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 / С.А. Шавель [и др.] - Минск: Белорус. наука, 2010. - 314 с. - ISBN 978-985-08-1138-7 - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850811387.html>(ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература:

1. Немировский В.Г., Социология: учебник / В.Г. Немировский. - М.: Проспект, 2013. - 544 с. - ISBN 978-5-392-10229-7 - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392102297.html> (ЭБС «Консультант студента»).

2. Роуз Д. Будущее вещей: как сказка и фантастика становятся реальностью / Роуз Дэвид. – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, Альпина 19 нон-фикшн, 2016. – 344 с. – ISBN 978-5-91671-394-7. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/42034.html>

3. Социология вещей: сборник статей / Зиммель Георг [и др.]. – Электрон, текстовые данные. – М.: ИД Территория будущего, 2006. – 392 с. – ISBN 5-91129-025-1. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/7336.html>.

4. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей/ - М.: ГЭОТАР-Медиа. - ISBN - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/06-COS-2428.html> (ЭБС «Консультант студента»).

5. Юревич А.В., Методология и социология психологии/ Юревич А.В. - М.: Институт психологии РАН, 2010. - 272 с. - ISBN 978-5-9270-0181-1 - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927001811.html> (ЭБС «Консультант студента»).

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

Перечень электронно-библиотечных систем (ЭБС)

на 2025–2026 учебный год

Наименование ЭБС
Цифровой образовательный ресурс IPRsmart: ЭОР № 1 – программа для ЭВМ «Автоматизированная система управления цифровой б
Э
Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех»
<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.
<i>Регистрация с компьютеров АГУ</i>

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.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

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. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).