

**Приложение 2 к РПД**  
**Б1.В.05.ДВ.02.01 Социология потребления в цифровом обществе**  
**39.03.01 Социология**

**Направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология**  
**Форма обучения - очная**  
**Год набора - 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Общие сведения**

1.	Кафедра	Философии и социальных наук
2.	Направление подготовки	39.03.01 Социология
3.	Направленность (профиль)	Цифровая и экспертно-аналитическая социология
4.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.05.ДВ.02.01 Социология потребления в цифровом обществе
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**2. Перечень компетенций**

ПК-3. Способен выполнить описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности (самостоятельно или под руководством)

ПК-4. Способен к научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе

**3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности и компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Социология потребления как научная дисциплина: предметная область, основные концепции	ПК-3, ПК-4	основные подходы современной социологии потребления и ее ключевые исследовательские проблемы; процедуру разработки программы социологического исследования потребления	применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребления населения; определять целевую аудиторию; выдвигать гипотезы и	навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономических социологических эмпирических исследований потребления, а также статистических	устное выступление с докладом, рефератом, на семинарах; подготовка презентации;

			подбирать адекватные методы их доказательства	данных; методикой проведения социологического исследования потребления	
Направления исследований потребительского поведения	ПК-3, ПК-4	основные подходы современной социологии потребления и ее ключевые исследовательские проблемы; процедуру разработки программы социологического исследования потребления	применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребления населения; определять целевую аудиторию; выдвигать гипотезы и подбирать адекватные методы их доказательства	навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономических социологических эмпирических исследований потребления, а также статистических данных; методикой проведения социологического исследования потребления	устное выступление с докладом, рефератом, на семинарах; подготовка презентации; кейс-задание; тест

#### 4. Критерии и шкалы оценивания

##### 4.1 Критерии оценки устного выступления студентов с докладом, рефератом, на семинарах

Баллы	Характеристики ответа студента
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;</li> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;</li> <li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- свободно владеет понятиями</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- не допускает существенных неточностей;</li> <li>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;</li> <li>- аргументирует научные положения;</li> <li>- делает выводы и обобщения;</li> <li>- владеет системой основных понятий</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>- частично владеет системой понятий</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент не усвоил значительной части проблемы;</li> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений;</li> <li>- не владеет понятийным аппаратом</li> </ul>

#### 4.2 Критерии оценки презентации

<b>Структура презентации</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
<b>Содержание</b>	
Сформулирована цель работы	0,5
Понятны задачи и ход работы	0,5
Информация изложена полно и четко	0,5
Иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации	0,5
Сделаны выводы	0,5
<b>Оформление презентации</b>	
Единый стиль оформления	0,5
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	0,5
Все параметры шрифта хорошо подобраны, размер шрифта оптимальный и одинаковый на всех слайдах	0,5
Ключевые слова в тексте выделены	0,5
<b>Эффект презентации</b>	
Общее впечатление от просмотра презентации	0,5
<b>Мах количество баллов</b>	<b>5</b>

#### 4.3 Критерии оценки подготовки кейс-задания

Кейс-задание предполагает разработку исследовательского проекта и включает в себя составление программы конкретного социологического исследования

<b>Наименование критерия</b>	<b>Баллы</b>
Актуальность и новизна темы исследования	5
Наличие всех структурных элементов программы, их разработанность и взаимосвязь	5

<b>Мах количество баллов</b>	10
Штрафные баллы (нарушение сроков предоставления проекта)	до 5

#### 4.4 Критерии оценки выполнения теста

Количество баллов за один правильный ответ	1
<b>Мах количество баллов</b>	10

#### 4.5 Рекомендации по оцениванию ответа студента на зачете.

Ответ на один вопрос оценивается от 0 до 20 баллов, оценка по двум вопросам суммируется.

Баллы за ответ на 1 вопрос	Характеристики работы студента
15-20	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент глубоко и всесторонне осветил проблематику вопроса;</li> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, практически не прибегая к опорному конспекту;</li> <li>- студент не допускает неточностей в ответе;</li> <li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения;</li> <li>- делает самостоятельные выводы и обобщения;</li> <li>- свободно владеет понятиями</li> <li>- свободно отвечает на доп. вопросы, демонстрируя достаточно глубокое понимание материала.</li> </ul>
10-15	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент достаточно полно осветил проблематику вопроса;</li> <li>- студент не допускает неточностей в ответе;</li> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только время от времени прибегая к опорному конспекту, подготовленному во время подготовки к экзамену;</li> <li>- обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения;</li> <li>- пытается делать самостоятельные выводы и обобщения;</li> <li>- свободно владеет понятиями</li> <li>- студент не испытывает трудностей при ответе на доп. вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала, ответы в целом удовлетворительные</li> </ul>
5-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент в целом осветил проблематику вопроса;</li> <li>- студент допускает отдельные неточности в ответе;</li> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, <b>только</b> с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к экзамену, испытывает <b>серьёзные</b> трудности при продолжительном отрыве от него;</li> <li>- пытается аргументировать выдвигаем им положения;</li> <li>- пытается делать выводы и обобщения;</li> <li>- владеет основными понятиями</li> <li>- студент пытается отвечать на доп. вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала, но испытывает трудности при ответе</li> </ul>
1-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студент слабо осветил проблематику вопроса;</li> <li>- студент допускает неточности в ответе;</li> <li>- излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к экзамену, не может изложить</li> </ul>

	<p>больше 1-2 предложений по теме без отрыва от конспекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- не пытается делать выводы и обобщения;</li> <li>- слабо владеет понятиями;</li> <li>- студент не отвечает на доп. вопросы, которые должны продемонстрировать понимание материала ИЛИ отвечает не верно.</li> </ul>
0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ответ отсутствует.</li> <li>- ответ не имеет никакого отношения к содержанию вопроса.</li> </ul>

**5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

**5.1 Типовое тестовое задание**

**Этап 1. Раздел 1.**

1. Основоположителем концепции демонстративного потребления является:
  1. Г. Беккер
  2. Т. Веблен
  3. Г. Зиммель
  6. В. Зомбарт
  
2. Потребительская лояльность – это:
  1. степень вероятности переключения на другой товар (бренд)
  2. предпочтительность выбора
  3. положительная эмоциональная, оценочная и поведенческая реакция на товар (бренда)
  4. правильного ответа нет
  
3. Степень удовлетворения, которое получает субъект в результате потребления товара или услуги, это?
  1. единичная полезность
  2. общая полезность
  3. предельная полезность
  4. полезность
  
4. Поп-арт это:
  1. направление в изобразительном искусстве, прославляющие культуру общества потребления
  2. направление в изобразительном искусстве, критикующие, высмеивающие образцы массовой культуры
  
5. Внутренние факторы потребительского поведения затрагивают поведение покупателя:
  3. как индивидуума
  4. как члена социальной группы
  5. как обитателя домохозяйства
  6. как представителя потребительского сегмента, выделенного по демографическому критерию

**Этап 2. Раздел 2.**

6. Объективные методы исследования социального класса потребителей основаны на количественно измеримых переменных социоэкономического статуса потребителя, таких, как:
1. занятие
  2. образование
  3. субъективное восприятие самого себя
  4. доход
  5. семейное положение
7. С помощью какого метода осуществляются исследования потребительского поведения:
1. дневниковые записи,
  2. потребительская панель
  3. методы ассоциаций
  4. все ответы верны
8. Основоположником концепции вкусов является:
1. Г. Беккер
  2. Т. Веблен
  3. Г. Зиммель
  7. В. Зомбарт
9. Выберите характеристики верные для понятия китча:
1. стандартизированное
  2. массовое
  3. низкопробное
  4. все ответы верны
10. Теория потребительского поведения предлагает, что потребитель стремится максимизировать:
7. разницу между общей и предельной полезностью
  8. общую полезность
  9. среднюю полезность
  10. предельную полезность
  11. все ответы верны

#### Ключ

№ вопроса	Вариант ответа	№ вопроса	Вариант ответа
1	2	6	4
2	3	7	4
3	4	8	1
4	2	9	4
5	1	10	2

#### 5.2 Типовые задания для создания презентаций

1. Модели потребителя и производителя.
2. Социальные основания потребления.
3. Потребительское поведение и типы рациональности.
4. Потребительская культура.
5. Типологии методов анализа действий потребителей.

### **5.3 Типовые задания (примерные темы) для устного выступления с докладом, рефератом, на семинарах**

1. Составить схему дисциплинарных связей социологии потребления с науками социологического и экономического цикла: показать пересечение предметных областей.
2. Приведите примеры действий семьи в процессе потребительской социализации.
3. Приведите конкретные примеры товарного фетишизма.
4. Доклад об одном из видов потребительских субкультур.
5. Найдите и представьте статистическую информацию о потреблении какого-либо продукта.
6. Распишите этапы распространения моды по какому-либо продукту.
7. Найдите и представьте исследования, иллюстрирующие влияние национальных, религиозных, региональных отличий на потребление.
8. Найдите и представьте исследование поведения потребителей, выделите в нем этапы.

### **5.4 Типовые задания для выполнения кейс-задания**

- Изучение «эталона» потребления (анализ «глянцевых» журналов – практическая работа в группах).
- Контент-анализ телевизионных рекламных роликов с целью определения формируемых стереотипов в сфере потребления (практическая работа в группах).

### **5.5 Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Предмет социологии потребления.
2. Связь социологии потребления с науками социологического и экономического цикла.
3. Методология и методы социологии потребления.
4. Сущность потребления.
5. Потребительское поведение как деятельность.
6. Функции потребления.
7. Потребление как ритуал.
8. Гедонизм в потреблении.
9. Потребление общественных и бесплатных благ.
10. Распределение ролей в процессе потребления.
11. Публичное и приватное потребление.
12. Семья и потребительская социализация.
13. Концепции общества потребления: элитарная, антитоталитарная, либеральная, демократическая
14. Теория вкусов Г.Беккера.
15. Теория товарного фетишизма К.Маркса.
16. Теория показного (престижного) потребления Т.Веблена
17. Теория моды Г.Зиммеля.
18. Концепция роскоши В.Зомбарта.
19. Иерархия культуры: «высокое искусство» и «народная культура».
20. Потребление эстетических благ и массовая культура.
21. Поп-арт и китч.
22. Потребительские субкультуры.
23. Статистика потребления.
24. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности, структура потребительских расходов).
25. Индекс потребительских настроений (Дж.Катона).
26. Метод измерения индекса потребительских настроений.
27. Динамика ИПН.

28. Методы исследования потребительского поведения: методы ассоциаций, потребительская панель, проективные методики, дневниковые записи, глубинные интервью, фокус-группы, медиаисследования.
29. Шопинг как способ потребительского поведения.
30. Функции шопинга.
31. Шопинг-терапия и шопинг-наркомания.
32. Этапы распространения моды.
33. Теория просачивания (Г.Зиммель).
34. Антимода.
35. Бренды как инструмент управления потребительским поведением.
36. Имя как бренд.
37. Имидж.
38. Конструирование имиджа.
39. Реклама и кредит как механизмы акселерации потребления.
40. Различия в потреблении в зависимости от пола, возраста, образования, дохода, ценностей, образа жизни, профессии.
41. Семейные роли и потребление.
42. Перенос моделей потребления родителей на поведение детей.
43. Влияние национальных, религиозных, региональных отличий на потребление.
44. Поселенческая структура и потребление: город и деревня, столица и провинция.
45. Анализ статистических данных (динамика пользования населением платными услугами, индексы цен, структура потребительских расходов, уровень доходов и т.п.).
46. Подведение итогов экспресс-исследования по наблюдению поведения покупателей в торговых точках.