

Компонент ОПОП 39.03.01 Социология, направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология

Б1.В.05.ДВ.02.01
шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**Дисциплины
(модуля)**

Социология потребления в цифровом обществе

Разработчик (и):
Шарова Е.Н.,
доцент кафедры ФиСН,
канд. социол. наук

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 10 от 12.03.2024

Заведующий кафедрой

_____ Жигунова Г.В.

**Мурманск
2024**

Пояснительная записка

Объем дисциплины 3 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-3. Способен выполнить описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности (самостоятельно или под руководством)	<p>ИД-1 ПК-3 Выполняет описание социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности</p> <p>ИД-2 ПК-3 Осуществляет объяснение и прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности</p>	<p>Знать основные подходы современной социологии потребления и ее ключевые исследовательские проблемы</p> <p>Уметь применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребления населения</p> <p>Владеть навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований потребления, а также статистических данных</p>
ПК-4. Способен к научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе	<p>ИД-1 ПК-4 Осуществляет описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований;</p> <p>ИД-2 ПК-4 Осуществляет составление и оформление итоговых документов по результатам фундаментального или прикладного социологического исследования;</p> <p>ИД-3 ПК-4 Осуществляет представление результатов фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям</p>	<p>Знать: процедуру разработки программы социологического исследования потребления</p> <p>Уметь: выдвигать гипотезы и подбирать адекватные методы их доказательства</p> <p>Владеть: методикой проведения социологического исследования потребления</p>

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Предмет, метод и место в системе наук социологии потребления

Дискуссия о предмете социологии потребления

Связь социологии потребления с науками социологического и экономического цикла

Методология и методы социологии потребления

Тема 2. Сущность и исторические аспекты потребления

Объект, предмет, задачи и функции социологии потребления. Сущность потребления.

Потребление как социологическая категория. Потребительское поведение как деятельность.

Функции потребления. Основные черты потребления в Средние века в Европе (Ж.Ле Гофф).

Структуры повседневности и история материальной культуры эпохи капитализма (Ф.Бродель).

Потребительские революции 16-19вв. (Г.Мак-Кракен). Этапы развития потребления в СССР.

Потребление в Сталинскую эпоху: дефицит и распределение. Повседневная жизнь людей в эпоху

Хрущевской оттепели. Основные черты советской очереди. Жизненный стандарт в 70-80-е гг.

Изменения в потреблении в 90-е гг.

Тема 3. Экономические теории потребления

Основные подходы к изучению потребления. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена в теории покупательского спроса. Эффект «Дидро» и концепция Г.Мак-Кракена. Трудовая теория стоимости К.Маркса. Модели потребления: теории абсолютного дохода, относительного дохода, перманентного дохода, жизненного цикла, рациональных ожиданий, портфельного выбора. Модель потребления в условиях дефицита. Внешние эффекты в потреблении.

Тема 4. Социологические теории потребления

Недостаточность экономического подхода к изучению феномена потребления. П.Лазарсфельд: исследование рынков товаров повседневного спроса. Концепции общества потребления: элитарная (Г.Лебон, Г.Тард, Х.Ортега-и-Гассет), антитоталитарная (Х.Арендт, Э.Ледерер), либеральная (Р.Миллс, Д.Рисмен), демократическая (Д.Белл). Теория вкусов Г.Беккера. Теория товарного фетишизма К.Маркса. Теория показного (престижного) потребления Т.Веблена.

Тема 5. Исследования поведения потребителей

Статистика потребления. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности, структура потребительских расходов). Индекс потребительских настроений (Дж.Катона). Метод измерения индекса потребительских настроений. Динамика ИПН. Методы исследования потребительского поведения: методы ассоциаций, потребительская панель, проективные методики, дневниковые записи, глубинные интервью, фокус-группы, медиаисследования.

Тема 6. Исследования потребления в теориях социальной стратификации

Место потребления в основных стратификационных теориях (К.Маркс, М.Вебер, Т.Парсонс, К.Дэвис, У.Мур). Демонстративное поведение и теория праздного класса (Т.Веблен). «Патина» как стратегия демонстрации статуса (Г.МакКракен). Структура потребления среднего класса. «Лидеры потребления» как социокультурный эталон. Эталонные (референтные) группы: реальные, воображаемые, позитивные, негативные. Концепция стиля жизни П.Бурдьё: габитус, социальное пространство, вкусы, практики, экономический и культурный капитал.

Тема 7. Исследования институтов и практик современного потребления

Основные институты потребления в современном мире. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шопинг, реклама, торговые марки. Мода как институт потребления. Современные формы потребления: торговые центры, супермаркеты, рестораны, интернетпотребление. Глобализация потребления. Процесс «макдональдизации» общества. Потребительство, вещизм, материализм. Особенности российского общества потребления. Роль СМИ и Интернета в процессе формирования потребительского спроса. Потребление в условиях риска и страхование.

Тема 8. Исследования поведения потребителей в теории маркетинга

Маркетинг и продвижение товара. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама, кредит. Типология потребителей по характеру отношения к риску: интерналы/ экстерналы. Типология потребителей И.Роджерса (по времени освоения новинок). Типы российских потребителей по результатам исследования Comcon-2. Потребление и покупка. Процесс принятия решения о покупке. Бегство потребителей от рекламы.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);

- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 433 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/438290>(дата обращения: 20.12.2019).

2. Поведение потребителей / под ред. Н.И. Лыгиной, Г.А. Васильева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 238 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714>

Дополнительная литература

3. Зарубина, Н. Н. Экономическая социология : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Зарубина. — 3-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 378 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00974-3. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/432775>(дата обращения: 20.12.2019)

4. Радаев, В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / В.В. Радаев ; Государственный университет Высшая школа экономики. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2003. - 328 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-7598-0246-1 ; То же [Электронный ресурс]. - — Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445618>.

5. Глотов, М. Б. Социологическое исследование экономических и политических процессов : учебное пособие для академического бакалавриата / М. Б. Глотов. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 114 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-01614-7. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/428055>(дата обращения: 20.12.2019)

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>

2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - URL: <http://window.edu.ru>

3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1) *Офисный пакет Microsoft Office 2007*

2) *Система оптического распознавания текста ABBYY FineReader*

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

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

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ;

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения										
	Очная			Очно-заочная				Заочная			
	Семестр		Всего часов	Семестр		Всего часов	Семестр/Курс		Всего часов		
	7										
Лекции	16										
Практические занятия	28										
Лабораторные работы	0										
Самостоятельная работа	64										
Подготовка к промежуточной аттестации	0										
Всего часов по дисциплине / из них в форме практической подготовки	108										
	0										

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	-										
Зачет	+										
Количество сообщений, докладов, презентаций	5										
Количество кейс-заданий	1										
Количество тестовых заданий	1										

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Предмет, метод и место в системе наук социологии потребления
2	Сущность и исторические аспекты потребления
3	Экономические теории потребления
4	Социологические теории потребления
5	Направления исследований потребительского поведения