

Компонент ОПОП

Направление подготовки: **39.04.01 Социология**

Направленность (профиль): **Социологические исследования в маркетинге**

Б1.В.07

шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины
(модуля)

Социология потребления

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

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 7 от 27 февраля 2025 г.
Заведующий кафедрой
философии и социальных наук



Жигунова Г.В.

**Мурманск
2025**

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-1 Способен осуществлять выявление и описание существующих и прогнозируемых экономических, политических или социальных проблем в масштабах общества, отдельных социальных групп, организаций	ИД-1 ПК – 1 Выявляет и описывает существующие и прогнозируемые экономические, политические или социальные проблемы в масштабах общества, отдельных социальных групп, организаций ИД-2 ПК – 1 Применяет социологические теории для построения описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов ИД-3 ПК – 1 Совершенствует социологические концепции описания и объяснения социальных явлений и процессов	Знать: основные подходы современной социологии потребления и ее ключевые исследовательские проблемы Уметь: применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребления населения Владеть: навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований потребления, а также статистических данных

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Социология потребления как научная дисциплина: предметная область, основные концепции

Дискуссия о предмете социологии потребления. Связь социологии потребления с науками социологического и экономического цикла. Методология и методы социологии потребления. Объект, предмет, задачи и функции социологии потребления. Сущность потребления. Потребление как социологическая категория. Потребительское поведение как деятельность. Функции потребления. Основные подходы к изучению потребления.

Тема 2. Направления исследований потребительского поведения

Методы исследования потребительского поведения: методы ассоциаций, потребительская панель, проективные методики, дневниковые записи, глубинные интервью, фокус-группы, медиаисследования. Исследования потребления в теориях социальной стратификации. Структура потребления среднего класса. «Лидеры потребления» как социокультурный

эталон. Эталонные (референтные) группы: реальные, воображаемые, позитивные, негативные. Основные институты потребления в современном мире. Сообщества потребителей. Мода как институт потребления. Современные формы потребления. Глобализация потребления. Особенности российского общества потребления. Исследования поведения потребителей в теории маркетинга

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438290> (дата обращения: 01.05.2021).
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. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 378 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00974-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432775> (дата обращения: 01.05.2021).
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. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 131 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-09523-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/428055> (дата обращения: 01.05.2021)

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 магистратуры, 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
	3											
Лекции	18											
Практические занятия	36											
Лабораторные работы	0											
Самостоятельная работа	18											
Подготовка к промежуточной аттестации	36											
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	2											
Количество тестовых заданий	2											

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Социология потребления как научная дисциплина: предметная область, основные концепции
2	Направления исследований потребительского поведения