

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мурманский арктический государственный университет»
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б1.В.05.ДВ.02.02 Методы исследования потребительского поведения в
цифровом обществе**

(название дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом)

**основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки**

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки)

направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология

(наименование направленности (профиля / профилей) / магистерской программы)

высшее образование – бакалавриат

уровень профессионального образования: высшее образование – бакалавриат / высшее образование –
специалитет, магистратура / высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации

бакалавр

квалификация

очная

форма обучения

2022

год набора

Составитель(и): Шарова Е.Н., канд.социол.наук, доцент кафедры философии и социальных наук	Утверждена на заседании кафедры философии и социальных наук Социально-гуманитарного института (протокол № 8 от 10 марта 2022 г.) Зав. кафедрой Жигунова Г.В.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина ориентирована на формирование теоретического мышления студентов, освоение ими фундаментальных теорий и методологии социологии потребления, приобретение научной эрудиции в данной области знаний, овладение навыками социологического исследования социально-экономических явлений и процессов современного общества.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
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-3.1. Выполняет описание социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности ПК-3.2. Осуществляет объяснение и прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности	Знать: основные подходы современной социологии потребительского поведения и ее ключевые исследовательские проблемы
		Уметь: применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребительского поведения населения
		Владеть: навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований потребительского поведения, а также статистических данных
ПК-4. Способен к научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе	ПК-4.1. Осуществляет описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований; ПК-4.2. Осуществляет составление и оформление итоговых документов по результатам фундаментального или прикладного социологического исследования; ПК-4.3. Осуществляет представление результатов фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям	Знать: • процедуру разработки программы социологического исследования потребительского поведения
		Уметь: • определять целевую аудиторию; • выдвигать гипотезы и подбирать адекватные методы их доказательства;
		Владеть: методикой проведения социологического исследования потребительского поведения

3. УКАЗАНИЕ МЕСТА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.05.ДВ.02.02 Методы исследования потребительского поведения в цифровом обществе относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 часов.
(из расчета 1 ЗЕ = 36 часов)

Курс	Семестр	Трудоемкость в З.Е.	Общая трудоемкость (час.)	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них:		Кол-во часов на СРС		Кол-во часов на контроль	Форма контроля
				ЛК	ПР	ЛБ		из них в интерактивной форме	В форме практической подготовки	Общее количество часов на СРС	из них – на курсовую		
4	7	3	108	16	28	-	44	8		64	-		зачет
Итого:		3	108	16	28	-	44	8		64	-		

В интерактивных формах часы используются в виде **решения кейс-заданий**.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Контактная работа (час.)			Всего контактных часов	Из них		Кол-во часов на СРС	Кол-во часов на контроль
		ЛК	ПР	ЛБ		в интерактивной форме	В форме практической подготовки		
Раздел 1. Социология потребления как научная дисциплина: предметная область, основные концепции									
1.	Предмет, метод и место в системе наук экономической социологии	2	2		4			8	

2.	Сущность и исторические аспекты потребления	2	2		4			8	
3.	Экономические теории потребления	2	2		4			8	
4	Социологические теории потребления	2	2		4			8	
<i>Раздел 2. Направления исследований потребительского поведения</i>									
5	Исследования поведения потребителей	2	6		8	4		8	
6	Исследования потребления в теориях социальной стратификации	2	4		6			8	
7	Исследования институтов и практик современного потребления	2	4		6			8	
8	Исследования поведения потребителей в теории маркетинга	2	6		8	4		8	
	Зачет								-
	ИТОГО:	16	28		44	8		64	-

Содержание дисциплины (модуля)

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

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 16-19 вв. (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.Лазарфельд: исследование рынков товаров повседневного спроса. Концепции общества потребления: элитарная (Г.Лебон, Г.Тард, Х.Ортега-и-Гассет), антиавторитарная (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.

Раздел II. Направления исследований потребительского поведения

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.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

(МОДУЛЯ)

В образовательном процессе используются:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, ПК, оборудование для демонстрации презентаций, наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МАГУ.

7.1 ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

7.1.1. Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

не используется

7.1.2. Лицензионное программное обеспечение зарубежного производства:

IBM SPSS Statistics 22

Microsoft Office

7.1.3. Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного

производства:

не используется

7.1.4. Свободно распространяемое программное обеспечение зарубежного

производства

Adobe Reader

7.2 ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ

ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;

ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>;

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.

7.3 СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

1. Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX
2. Электронная база данных Scopus
3. Базы данных компании CLARIVATE ANALYTICS

7.4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. Справочно-правовая информационная система Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2. ООО «Современные медиа технологии в образовании и культуре». – Режим доступа: <http://www.informio.ru/>

8. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ НА УСМОТРЕНИЕ ВЕДУЩЕЙ КАФЕДРЫ

Не предусмотрено.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, с учетом специфики освоения и дидактических требований, исходя из индивидуальных возможностей и по личному заявлению обучающегося.