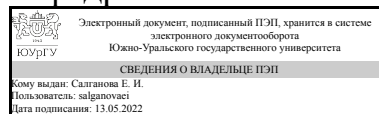


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



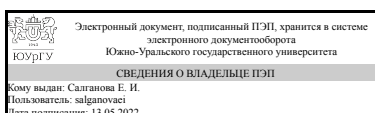
Е. И. Салганова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.02 Социология потребления
для направления 39.03.01 Социология
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Социологические и маркетинговые исследования
форма обучения очная
кафедра-разработчик Социология

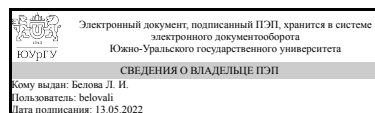
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

Зав.кафедрой разработчика,
к.социол.н.



Е. И. Салганова

Разработчик программы,
к.культурологии, доцент



Л. И. Белова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью курса является формирование у студентов целостного представления об актуальных подходах к изучению потребительского поведения. В рамках курса рассматривается место социологии потребления как специальной области исследования в социологии, дается представление о возможностях прикладного использования полученных знаний. Особое внимание уделяется актуальным направлениям изучения потребительского поведения в современных социально-экономических условиях России. Задачи курса. В результате изучения курса студенты должны: - получить представление об основных теоретических концепциях, современных направлениях социологии потребления; -освоить навыки теоретического анализа потребительского поведения; -уметь разрабатывать методики проведения исследования потребителей в различных сферах; -знать методы решения прикладных задач в рамках данной проблематики.

Краткое содержание дисциплины

Курс "Социология потребления" предназначен для студентов третьего курса по направлению Социология. На основе данного курса может быть существенно повышена профессиональная ориентация и подготовка студентов, так как в процессе обучения специалисты получают представления о современных теоретико-прикладных подходах к анализу поведения потребителей, осваивают навыки социологического исследования потребительского поведения в рамках интегрированного социально-экономического и социокультурных подходов, а также будут ознакомлены с возможностью использования наработок теории потребительского поведения в практической деятельности при организации маркетинговых исследований.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	Знает: модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология), как протекают реальные социально-экономические процессы в сфере потребления в России и за рубежом Умеет: разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования по данной проблеме Имеет практический опыт: использования статистических данных в исследованиях потребления

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Социология конфликта,	Социология PR-деятельности,

Социология социальной работы, Гендерная социология	Социологические методы в маркетинговых исследованиях, Социология рекламы, Социологические технологии в PR-деятельности, Социологические методы в рекламе, Этносоциология, Социология маркетинга
---	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Социология конфликта	Знает: основные теоретические концепции социальных конфликтов, виды структуру конфликта, способы его разрешения; Умеет: применять теоретические концепции к анализу и разрешению социальных конфликтов; Имеет практический опыт:
Социология социальной работы	Знает: содержание основных теоретических концепций, сформировавшихся в процессе становления и развития социологии и социальной работы Умеет: выявлять основные группы риска среди населения РФ; Имеет практический опыт: применения комплексных технологий социальной работы при решении социальных проблем;
Гендерная социология	Знает: основные категории и теоретические концепции гендерной социологии ; Умеет: давать объективную оценку различным социальным явлениям и процессам, происходящим в сфере гендерных отношений; Имеет практический опыт: применения основных положений социологии в их гендерном аспекте при решении социальных и профессиональных задач, связанных с анализом социально значимых гендерных проблем и процессов;

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 48,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16

Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	53,75	53,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Зачет. Подготовка к зачету.	20	20
Опрос. Подготовка к опросу. Выполнение практического задания	31,75	31.75
Доклад. Подготовка к докладу	2	2
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Предпосылки становления социологии потребления. Социология потребления: объект и предмет научной дисциплины. Экономический, институциональный и социологический подходы к анализу потребления.	12	8	4	0
2	Современные направления исследований в рамках социологии потребления	22	14	8	0
3	Прикладные аспекты исследования поведения потребителей	14	10	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Социология потребления: объект и предмет научной дисциплины. Факторы внешней среды бизнеса, влияющие на изменение подходов к анализу потребительского поведения.	2
2	1	Экономический подход к анализу потребительского поведения.	2
3	1	Институциональное направление экономической теории: особенности анализа потребительского поведения	2
4	1	Социологический подход к анализу потребителей	2
5	2	Ценности и личность потребителя. Методики выявления стилей жизни в современном обществе. Глобальные стили жизни	2
6	2	Особенности влияния референтных групп и межличностных коммуникаций на поведение потребителей. Вирусный маркетинг как эффективный инструмент использования влияния лидеров мнений.	2
7	2	Влияние изменения института семьи на ее потребление	2
8	2	Социальная стратификация и принятие потребительских решений.	2
9	2	Потребительская культура	4
10	2	Исследование изменений институтов потребления в условиях мирового экономического кризиса	2
11	3	Методика проведения потребительских исследований	2
12	3	Процесс принятия индивидуальными потребителями решения о покупке	2
13	3	Изучение влияния ситуационных факторов на принятие потребительских решений.	2

14	3	Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей	2
15	3	Организационное покупательское поведение	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Социология потребления: объект и предмет научной дисциплины. Факторы внешней среды бизнеса, влияющие на изменение подходов к анализу потребительского поведения.	1
2	1	Экономический подход к анализу потребительского поведения.	1
3	1	Институциональное направление экономической теории: особенности анализа потребительского поведения	1
4	1	Социологический подход к анализу потребителей	1
5	2	Ценности и личность потребителя. Методики выявления стилей жизни в современном обществе. Глобальные стили жизни	2
6	2	Особенности влияния референтных групп и межличностных коммуникаций на поведение потребителей. Вирусный маркетинг как эффективный инструмент использования влияния лидеров мнений.	1
7	2	Влияние изменения института семьи на ее потребление	2
8	2	Потребительская культура	2
9	2	Исследование изменений институтов потребления в условиях мирового экономического кризиса	1
10	3	Методика проведения потребительских исследований	2
11	3	Изучение влияния ситуационных факторов на принятие потребительских решений. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Зачет. Подготовка к зачету.	Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, восстребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. https://e.lanbook.com/book/65773 ; Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан.	5	20

	— М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. https://e.lanbook.com/book/93525 ; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/93311 ;		
Опрос. Подготовка к опросу. Выполнение практического задания	Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, востребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. https://e.lanbook.com/book/65773 ; Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. https://e.lanbook.com/book/93525 ; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/93311 ;	5	31,75
Доклад. Подготовка к докладу	Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, востребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. https://e.lanbook.com/book/65773 ; Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. https://e.lanbook.com/book/93525 ; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/93311 ;	5	2

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Устный опрос на практическом занятии	1	5	<p>Основным видом текущего контроля является устное выступление студента на семинаре. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, список литературы (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании из перечня вопросов для текущего контроля 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинарскую тему - 5 баллов.</p> <p>Количество оцениваемых семинаров — 8. Максимальная оценка за 8 семинаров - 40 баллов.</p> <p>Максимальная оценка (5 баллов) выставляется за аргументированный ответ на все вопросы семинара.</p> <p>4 - студент подготовил ответы на 3-4 вопроса из 5, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопроса из 5 и активное участие в дискуссии.</p> <p>3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов.</p> <p>2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии</p> <p>1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении.</p> <p>0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.</p> <p>Итоговый балл за отдельный семинар (0-5) вносится в журнал оценок "Электронный ЮУрГУ". Суммарный итог за все семинары является составной частью текущего контроля БРС. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p>	зачет
2	5	Текущий контроль	Доклад	1	10	<p>Выполняется в устной форме на семинарском занятии. Максимальная оценка – 10 баллов. За устный доклад на практическом занятии с максимальным раскрытием темы и аргументированные ответы на вопросы преподавателя по теме доклада начисляется 10 баллов; за устный доклад с неполным раскрытием темы и/или неаргументированные ответы начисляется 7-9 баллов. 4-6 в зависимости от степени раскрытия темы и аргументации ответов на</p>	зачет

						вопросы преподавателя по теме доклада. 3 балла выставляет при таких замечаниях: не переработал источники, нет своих выводов, изложение не четкое, нет ответов на вопросы. Итоговый балл за доклад на семинарском занятии (0-10) вносится в журнал оценок "Электронный ЮУрГУ". Суммарный итог за все семинары является составной частью текущего контроля БРС. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	
3	5	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	Зачет предполагает устный ответ студента на 2 теоретических вопроса билета. За каждый верный и аргументированный ответ на вопросы билета начисляется 20 баллов. Максимально возможный балл за зачет – 40. В зависимости от качества ответа студент получает: 16-20 баллов - полный развернутый ответ, не содержащий существенных фактических и логических ошибок 12-15 баллов - развернутый ответ, содержащий отдельные фактические и логические неточности 8-11 баллов - недостаточно полный ответ, содержащий 1-2 существенные ошибки 4-7 баллов - неполный ответ, 2-3 значимые ошибки 0-3 балла - ответ отсутствует/ представляет собой отрывочные сведения/ изобилует ошибками. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	зачет
4	5	Текущий контроль	Практическая работа	1	10	Контрольная работа является одним из видов текущего контроля при изучении курса. Творческое задание может изменяться по желанию преподавателя каждый новый учебный год. Описание творческого задания должно быть своевременно выложено в курсе преподавателя в "Электронном ЮУрГУ" и обозначен дедлайн для его сдачи. Максимальная оценка за задание 10 баллов. Критерии оценивания: задание выполнено полностью, с соблюдением всех входящих требований, текст написан с соблюдением академического стиля, литературным языком - 10 баллов; задание выполнено частично, часть важных входящих требований не учтены, текст написан с соблюдением академического	зачет

					стиля – 5-9 баллов; 4-9 – в работе есть ошибки, либо не полностью выполненное задание. 3 балла и менее - задание выполнено с грубыми нарушениями, либо большая часть задания не выполнена. К каждому творческому заданию прилагаются более подробные критерии оценивания. Баллы за творческие задания являются составной частью рейтинга студента по текущему контролю.
--	--	--	--	--	---

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Промежуточная аттестация (зачет) по дисциплине выставляется на основе выполнения в течение семестра всех контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины. Зачет выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий в соответствии с п. 2.5, 2.6 Положения. Студент вправе пройти контрольное мероприятие в рамках промежуточной аттестации (зачет) для улучшения своего рейтинга и может получить оценку по дисциплине согласно п. 2.4 Положения о БРС	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
ПК-2	Знает: модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология), как протекают реальные социально-экономические процессы в сфере потребления в России и за рубежом	+	+	+	+
ПК-2	Умеет: разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования по данной проблеме	+	+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: использования статистических данных в исследованиях потребления			+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Девятко, И. Ф. Методы социологического исследования Текст учеб. пособие для вузов по специальности 040201 "Социология" и 040102 "Социал. антропология" И. Ф. Девятко. - 5-е изд. - М.: Университет, 2009. - 293, [2] с. ил.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Социологические исследования
2. Журнал социологии и социальной антропологии
3. Личность. Культура. Общество
4. Маркетинговые исследования в России

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Социология потребления

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Социология потребления

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, востребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. https://e.lanbook.com/book/65773
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. https://e.lanbook.com/book/93525
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/93311

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия	210	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного

и семинары	(1)	оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Лекции	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Самостоятельная работа студента	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Зачет, диф.зачет	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.