

Подписано электронной подписью:

Вержицкий Данил Григорьевич

Должность: Директор КГПИ ФГБОУ ВО «КемГУ»

Дата и время: 2024-02-21 00:00:00

471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Кемеровский государственный университет»

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт

Факультет информатики, математики и экономики

Кафедра экономики и управления

Рабочая программа дисциплины

К.М.06.13 Социология потребления

Направление подготовки

39.03.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки

Социологические и маркетинговые исследования

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2022

Новокузнецк 2022

Лист внесения изменений
в РПД К.М.06.13 Социология потребления
(код по учебному плану, название дисциплины)

Сведения об утверждении:

утверждена Ученым советом факультета информатики, математики и экономики
(протокол Ученого совета факультета № 9 от 10.02.2022 г.)

для ОПОП 2020 года набора на 2022 / 2023 учебный год
по направлению подготовки 39.03.01 Социология
(код и название направления подготовки / специальности)

направленность (профиль) Социологические и маркетинговые исследования

Одобрена на заседании методической комиссии факультета информатики, математики
и экономики

(протокол методической комиссии факультета № 6 от 06.02.2022 г.)

Одобрена на заседании обеспечивающей кафедры экономики и управления
(протокол № 5 от 23.01.2022 г.)

Оглавление

1 Цель дисциплины	4
1.1 Формируемые компетенции	4
1.2 Индикаторы достижения компетенций	4
1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине	4
2 Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.....	5
3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины	5
3.1 Учебно-тематический план	5
3.2. Содержание занятий по видам учебной работы	6
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации	9
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины	11
Основная учебная литература.....	11
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины	11
5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	12
6. Иные сведения и (или) материалы	12
6.1.Примерные темы и варианты письменных учебных работ	12
6.2. Примерные вопросы и задания для промежуточной аттестации.....	14

1 Цель дисциплины

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должна быть сформирована компетенция основной профессиональной образовательной программы бакалавриата (далее - ОПОП) ПК-1.

Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1 и 2.

1.1 Формируемые компетенции

Таблица 1 - Формируемые дисциплиной компетенции

Наименование вида компетенции	Наименование категории (группы) компетенций	Код и название компетенции
Профессиональная	Комплекс маркетинга	ПК-1 Способен провести маркетинговое исследование на основе применения социологических методов сбора и анализа данных

1.2 Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2 – Индикаторы достижения компетенций, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции по ОПОП	Дисциплины и практики, формирующие компетенцию ОПОП
ПК-1 Способен провести маркетинговое исследование на основе применения социологических методов сбора и анализа данных	ПК-1.2 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	Экономическая теория Маркетинг Маркетинговые коммуникации Маркетинговые исследования Управление маркетингом Интернет-маркетинг Копирайтинг Исследование потребителей Социология потребления Производственная практика. Профильная практика Производственная практика. Проектно-технологическая практика Выпускная квалификационная работа Имиджелогия

1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине

Таблица 3 – Знания, умения, навыки, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
ПК-1. Способен провести маркетинговое исследование на основе применения социологических методов сбора и анализа данных	ПК-1.2 Проводит маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: - классические и современные социологические подходы к анализу потребления; - основные модели потребления и методы эмпирического изучения потребления. Уметь: - выявлять социально значимые проблемы в области потребления;

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
		- описывать модели потребления на основе применения социологических методов сбора и анализа данных; Владеть: - навыками разработки концептуальной и операциональной исследовательских моделей потребительских практик и потребительского поведения; - навыками моделирования социологического и маркетингового исследований в области потребления.

2 Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации

Таблица 4 – Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объём часов по формам обучения		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	108		
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	60		
Аудиторная работа (всего):	60		
в том числе:			
лекции	24		
практические занятия, семинары	36		
практикумы			
лабораторные работы			
в интерактивной форме	18		
в электронной форме			
Внеаудиторная работа (всего):			
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем			
подготовка курсовой работы /контактная работа			
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем)			
творческая работа (эссе)	6		
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	12		
4 Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен, 8 семестр	36		

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 5 - Учебно-тематический план очной формы обучения

№ недели п/п	Разделы и темы дисциплины по занятиям	Об- щая трудоем- кость	Трудоемкость занятий (час.)			Формы те- кущего кон- троля и про- межуточной аттестации
			ОФО			
			Аудиторн. занятия		СРС	
			лекц.	практ.		

		(всего час.)				успеваемо- сти
1-3	Подходы к изучению потребления					
1	1.1. Введение в социологию потребления	5	2	2	1	УО-1
2	1.2. Экономические подходы к изучению потребления	5	2	2	1	УО-2, ПР-2
3	1.3. Анализ потребления в социальных науках	5	2	2	1	УО-1, ПР-2
4-6	Потребление как предмет социологического анализа					
4	1.4. Исторический аспект потребления	5	2	2	1	УО-1, ПР-2
5	1.5. Институты потребления	5	2	2	1	УО-2, ПР-2, ПР-3
6	1.6. Потребление и социальная стратификация	5	2	2	1	УО-1, ПР-2
7-8	Исследования общества потребления					
7	1.7. Общество потребления	5	2	2	1	УО-1, ПР-3
8	1.8. Концепции общества потребления	7	2	4	1	УО-2, ПР-2
9-10	Потребление в современном обществе					
9	1.9. Потребление в обществе постмодерна	7	2	4	1	УО-1, ПР-2
10	1.10. Современные практики потребления	7	2	4	1	УО-2, ПР-3
11-12	Макро- и микросоциологический анализ потребления					
11	1.11. Изучение уровня жизни	7	2	4	1	УО-1
12	1.12. Микросоциологический анализ потребления	7	2	4	1	УО-1, ПР-2, ПР-3
	Промежуточная аттестация – экзамен	36				
	Всего	108	24	36	12	

Шифры наименований оценочных средств

УО – устный опрос, УО-1 – собеседование по темам практических занятий, УО-2 – коллоквиум, УО-3 – зачет, УО-4 – экзамен; ПР – письменная работа: ПР-1 – тест, ПР-2 – контрольная работа, ПР-3 – эссе, ПР-4 – реферат, ПР-5 – курсовая работа, ПР-6 – научно-учебный отчет по практике, ПР-7 – отчет по НИРС; ИЗ – индивидуальное задание; ТС – контроль с применением технических средств: ТС-1 – компьютерное тестирование, ТС-2 – учебные задачи, ТС-3 – комплексные ситуационные задачи.

3.2. Содержание занятий по видам учебной работы

Таблица 6 – Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раз- дела, темы дисциплины	Содержание занятия
<i>Содержание лекционного курса</i>		
1. Подходы к изучению потребления		
1.1	Введение в социологию потребления	Предмет социологии потребления. Понятия потребления, потребностей, общества потребления. Направления и подходы изучения потребления. Историко-дисциплинарный аспект изучения потребления (В.Ильин)

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание занятия
1.2	Экономические подходы к изучению потребления	Экономическая модель потребителя. Эволюция взглядов на потребление в экономике. Функциональное потребление Г.Беккера. Социально-экономические эффекты потребления (Х.Лейбенштайн, К.Ланкастер, Дж.Акерлоф). Институциональная и неинституциональная теория (Т.Веблен, Дж.Коммонс, Дж.Гэлбрейт, Д.Норт)
1.3	Анализ потребления в социальных науках	Психологическая экономика Дж.Катона, Г.Тарда. Теория обоснованного действия (Фишбейн, Адзен). Антропологический анализ потребления: М.Мосс, Б.Малиновский. Культурологический анализ потребления: концепция семиотики товаров и патины К.МакКрейгена, Р.Дебрэ, теория товара М.Дуглас, Б.Ишервуда. Анализ этики потребления К.Кэмпбелла.
2. Потребление как предмет социологического анализа		
2.1	Исторический аспект потребления	Задачи исторического анализа потребления. Этапы развития потребления в Европе: "потребительский бум" 16 в., "революция спроса" 18 в., генезис массового потребления и общества потребления. История развития потребления в России. Генезис идеологий потребления в Советском Союзе.
2.2	Институты потребления	Социальные функции одежды и феномен моды. Социальная инфраструктура и потребление. Институты потребления: праздники, торговые центры. Товар и бренд как конструкт. Потребление как текст в концепции В. Ильина.
2.3	Потребление и социальная стратификация	Связь потребления с социальным статусом в разные исторические эпохи. Потребление и стили жизни: концепции П.Бурдьё, М.Фезерстоуна, Ф.Куланжена, Г.Беккера. Стил жизни как социологическая категория.
3. Исследования общества потребления		
3.1	Общество потребления	Понятие общества потребления, его признаки в сфере производства, потребления, социальной сфере. Этапы в изучении общества потребления.
3.2	Концепции общества потребления	Стадии экономического роста У.У. Ростоу, новое индустриальное общество Дж.Гэлбрейта. Критическое направление анализа Критика общества изобилия. Критическое направление анализа общества потребления: франкфуртская школа. Концепция "одномерного общества" Г.Маркузе, "общества спектакля" Э.Ги Дебора. Анализ общества потребления и символического потребления в концепции Ж.Бодрийяра.
4. Потребление в современном обществе		
4.1	Потребление в обществе постмодерна	Понятие и черты постмодерна. Потребление в обществе постмодерна в концепциях З.Баумана, Ф.Джеймисона, И.Ильина. Драматургия потребления.
4.2	Современные практики потребления	Концепция макдольдинизации общества Дж.Ритцера. Потребление и глобализация. Антиконсьюмеристские

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание занятия
		движения и практики. Дауншифтинг. Осознанное потребление и концепция устойчивого развития.
5. Макро- и микросоциологический анализ потребления		
5.1	Изучение уровня жизни	Задачи изучения уровня жизни. Система эмпирических показателей уровня жизни. Анализ бюджетов домохозяйств. Индекс потребительских настроений
5.2	Микросоциологический анализ потребления	Гендерные, возрастные аспекты потребления. Жизненные циклы домохозяйств. Влияние референтных групп на потребление.
<i>Содержание практических занятий</i>		
1. Подходы к изучению потребления		
1.1	Введение в социологию потребления	Компоненты экономической модели потребителя (А.Е. Шаститко, В.С. Автономов). Размерность ситуации выбора. Рациональность, полезность, принципы методологического индивидуализма и коллективизма. Ревизионизм экономической модели.
1.2	Экономические подходы к изучению потребления	Понятие и виды институтов. Типология обменов. Теория игр в экономическом анализе. Трансакционные издержки. Виды благ. Понятие и роль рутин.
1.3	Анализ потребления в социальных науках	Потребление в экономической антропологии: «круг кула» Б. Малиновского, «Очерк о даре» М. Мосса. Принципы дарообмена, понятие потлача. Структурный избыток в экономике у Ж. Бодрийера.
2. Потребление как предмет социологического анализа		
2.1	Исторический аспект потребления	Повседневное потребление в докапиталистических обществах. Потребительские революции. Генезис этики потребления, денежной и торговой систем.
2.2	Институты потребления	Доклады по функциям и генезису основных потребительских институтов: мода, туризм, кредитование, торговля, реклама и маркетинг, бренд, шоппинг.
2.3	Потребление и социальная стратификация	"Стили жизни" как маркеры социальных групп. Социальная стратификация общества потребления. Габитус и потребительские практики П. Бурдьё.
3. Исследования общества потребления		
3.1	Общество потребления	Понятие общества потребления, его признаки в сфере производства, потребления, социальной сфере. Этапы в изучении общества потребления. Стадии экономического роста У.У. Ростоу, новое индустриальное общество Дж.Гэлбрейта.
3.2	Концепции общества потребления	Франкфуртская школа. Концепция "одномерного общества" Г.Маркузе, "общества спектакля" Э.Ги Дебора. Анализ общества потребления и символического потребления в концепции Ж.Бодрийера. Модусы "бытия" и "обладания" в концепции Э.Фромма. Зрелищность общества потребления в концепции Э.Ги Дебора.

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание занятия
4. Потребление в современном обществе		
4.1	Потребление в обществе постмодерна	"Вещизм" как социологическая категория. Режимы отношения к вещам. Желание и Вещь в фрейдомарксистской традиции анализа. Структурная бедность и мифология "общества изобилия". Критика концепта "потребностей". Понятие наслаждения и различий. Политическая экономия знака у Ж. Бодрийяра.
4.2	Современные практики потребления	Понятие топологии потребления (А.Овруцкий). Разметка топологического пространства потребления. Моделирование "праздничного" пространства потребления (С.Юрлова). Моллы как пространства потребления. Виртуализация потребления. Доклады по современным практикам потребления
5. Макро- и микросоциологический анализ потребления		
5.1	Изучение уровня жизни	Статистические показатели уровня потребления домохозяйства. Принципы классификации потребительских благ в макроанализе. Кластеризация потребителей. Ценностные и нормативные характеристики потребительских моделей
5.2	Микросоциологический анализ потребления	Влияние семейных и референтных групп на поведение потребителя. Половозрастные детерминации потребления. Фазовые модели управления потребительским поведением.

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 7.

Таблица 7 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

№ недели	Раздел	Вид работы	Баллы	
			Min	Max
3	1. Подходы к изучению потребления	Контрольная работа по экономическому, социологическому, антропологическому анализу потребления	2	4

№ недели	Раздел	Вид работы	Баллы	
			Min	Max
5	2. Потребление как предмет социологического анализа	Контрольная работа по социологическим концепциям потребления	3	5
6		Доклад «Институты потребления»	3	5
8	3. Исследования общества потребления	Контрольная работа по критической теории в анализе потребления	2	5
10	4. Потребление в современном обществе	Доклады по современным практикам потребления	3	5
12	5. Макро- и микросоциологический анализ потребления	Тест по показателям макроэкономического анализа потребления	2	4
17	Эссе по дисциплине		6	12
1-12	Устный опрос и групповая дискуссия на практических занятиях (12 занятий, до 4 баллов за занятие)		24	48
1-12	Посещение занятий (всего 24 занятия; 0,5 балла за 1 занятие)		6	12
	Итого		51	100
	Экзамен		0	20

Баллы за посещение занятий начисляются при условии посещения не менее 80 % занятий (29 занятий) в течение семестра.

Получение оценки за экзамен без прохождения аттестационного испытания по итогам текущей успеваемости возможно, если накоплено не менее 51 балла по итогам работы в течение семестра.

Для допуска к экзамену студенту необходимо набрать не менее 31 балла в течение семестра. В случае сдачи экзамена студент может набрать до 20 баллов, до 10 баллов за каждый теоретический вопрос из экзаменационного билета. Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу, изложенному в таблице 8.

Таблица 8 - Шкала и критерии оценивания результатов

Продвинутый уровень (отлично / 86 – 100 баллов)	Повышенный уровень (хорошо / 66 – 85 баллов)	Пороговый уровень (удовлетворительно / 51 – 65 баллов)	Первый уровень (неудовлетворительно / 0-50 баллов)
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять	Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен решать практические профессиональные задачи, но допускает отдельные существенные ошибки в интерпретации	Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, фрагментарно способен решать практические профессиональные задачи, допускает несколько существенных ошибок	Обучающийся не владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, демонстрирует отрывочные знания, не способен решать практические профессиональные задачи, допускает множественные

теоретические знания для решения практических профессиональных задач. Правильно интерпретирует полученные результаты и делает обоснованные выводы.	результатов и выводах.	решениях, может частично интерпретировать полученные результаты, допускает ошибки в выводах.	существенные ошибки в ответах, не умеет интерпретировать результаты и делать выводы.
--	------------------------	--	--

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Учебная литература

Основная учебная литература

1. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/453476> (дата обращения: 27.01.2020). — Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л. М. Дмитриева. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 200 с. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072229> (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный.

2. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебное пособие / Л.С. Драганчук. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 192 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=459498.7.2>. (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный.

3. Силласте, Г. Г. Экономическая социология : учебное пособие / Г.Г. Силласте. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 480 с.: (Бакалавриат. Магистратура). - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=468865>. (дата обращения: 29.01.2020). — Текст : электронный.

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях НФИ КемГУ.

Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения:

- занятий лекционного типа;
- занятий семинарского (практического) типа;
- групповых и индивидуальных консультаций;
- текущего контроля и промежуточной аттестации.
- государственной итоговой аттестации.

Специализированная (учебная) мебель: доска меловая, кафедра, столы, стулья.

Оборудование для презентации учебного материала: стационарное - компьютер, экран, проектор, акустическая система.

Используемое программное обеспечение: MSWindows (MicrosoftImaginePremium 3 year по сублицензионному договору № 1212/KMP от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО).

Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень СПБД и ИСС по дисциплине:

Дистанционный курс лекций по социологии потребления : сайт. – Москва, 2020. - URL: <http://www.consumers.narod.ru/author.html> (дата обращения: 13.01.2020). – Текст : электронный.

Городские пространства потребления : сайт. – Москва, 2020. - URL: <https://www.lektorium.tv/course/22954> (дата обращения: 13.01.2020). – Текст : электронный.

Экономическая социология : сайт. – Москва, 2020. - URL: www.classcentral.com/course/econom-sociology-5040 (дата обращения: 13.01.2020). – Текст : электронный.

Дистанционный курс лекций по социологии потребления : сайт. – Москва, 2020. - URL: <http://www.consumers.narod.ru/author.html> (дата обращения: 13.01.2020). – Текст : электронный.

Исследование потребительского поведения в России : сайт. – Москва, 2020. - URL: www.pwc.ru/ru/industries/retail-consumer/consumer-insights-survey-2018.html. (дата обращения: 13.01.2020). – Текст : электронный.

Универсальная база данных East View (периодика) : сайт. – Москва, 2010. – URL: <http://www.ebiblioteka.ru/> (дата обращения: 03.09.2020). – Текст: электронный.

Электронно-библиотечная система "Лань": сайт. – URL: <http://e.lanbook.com>

Договор № 22-ЕП от 05 марта 2020 г., период доступа – с 03.04.2020 г. по 02.04.2021 г., Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронно-библиотечная система «Знаниум» : сайт. – URL: www.znanium.com

Договор № 4222 эбс от 10.03.2020, период доступа с 16.03.2020 г. по 15.03.2021 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (базовая часть) : сайт. – URL: <http://biblioclub.ru>. Контракт № 185-12/19 от 14.02.2020 г., период доступа с 15.02.2020 г. до 14.02.2021 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, неограниченный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронно-библиотечная система «Юрайт» : сайт. – URL: www.biblio-online.ru.

Договор № 01-ЕП/44 от 14.02.2020 г., период доступа с 17.02.2020 г. до 16.02.2021 г. Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, с домашних ПК – авторизованный.

Электронная полнотекстовая база данных периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам ООО «ИВИС» : сайт. – URL: <https://dlib.eastview.com>.

Договор № 223-П от 05.12.2019 г., период подписки с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г., доступ предоставляется из локальной сети НФИ КемГУ.

Научная электронная библиотека : сайт. – URL: <http://elibrary.ru>.

Доступ к отдельным периодическим изданиям. Договор № SU-19-12/2019-2 от 24.12.2019 г. период подписки с 01.01.2020 г. по 31.12.2020 г. Доступ авторизованный.

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) : сайт. – URL: <https://icdlib.nspu.ru>

НФИ КемГУ является участником и пользователем МЭБ. Договор о присоединении к МЭБ от 15.10.2013 г, доп. соглашение от 01.04.2014 г. (договор бессрочный). Доступ из локальной сети НФИ КемГУ свободный, с домашних ПК – авторизованный.

6. Иные сведения и (или) материалы

6.1. Примерные темы и варианты письменных учебных работ

Примерные темы эссе по дисциплине

1. Статус вещи в процессе потребления.

2. Общество потребления в контексте российской действительности: аргумент за и против.
3. Объекты символического потребления в повседневности советского человека.
4. Джинсы как пространство символического потребления.
5. Конфигурация социокультурного пространства торгового центра.
6. Роль айфона в современной системе социальных маркеров.
7. Смерть моды.
8. Производство различий в школьной столовой.
9. Обладать айфоном или быть им: апеллируя к Э.Фромму.
10. Распределение потребительского пространства города.
11. Медицинский дискурс "шоппинга"
12. Беременность и потребительские практики.
13. Мифология рекламы нижнего белья.
14. Семиотический анализ бренда.
15. Статистика изобилия (на основе данных массовых опросов и государственной статистики).
16. Производство различий в рекламе кофе / шампуня / автомобиля.
17. Кто есть элита? (на основе рекламы дорогих товаров)
18. Игры с потребителем.
19. Производство Нового года и Рождества.
20. "Лайки" социальных сетей и запрет инцеста: модификации символического обмена.
21. Вирусная реклама.
22. "Дешевое" как семиотический концепт.
23. Потребительская социализация: практики научения потреблению.

Примерные задания на контрольные работы

1. Письменно ответьте на вопросы:
 - а. Чем неоинституциональная теория отличается от социологических теорий потребления?
 - б. Опишите топологию потребления А.В. Овруцкого.
2. Опишите 2 примера потребительского поведения или потребительских практик (из списка, на выбор) в разрезах любых 2-х теоретических концепций:
 - а. экономическая модель потребления;
 - б. любая из стратификационных теорий или концепций стилей жизни (Фезерстоун, Бурдье, В.Ильин);
 - в. любая из концепций Франкфуртской школы;
 - г. концепция симулятивной реальности или общества постмодерна (Бодрийар, Джеймисон).

Для одной из выбранной практик определите тему эмпирического исследования, гипотезу и метод(ы) сбора данных.

Примеры для анализа:

 - Новокузнецкие приобретают спички, свечи, консервы в преддверии конца света.
 - Старая дева фрау Штремпель заказывает свадебную карету, угощение и прическу, хотя венчание не планируется.
 - Макар Девушкин переезжает в более дешевое жилье для финансовой помощи Варваре.
3. Последовательно опишите, какие блага вы потребили в течение настоящего дня, пользуясь определением и критериями потребления В.Радаева. Укажите, в каких случаях вы действовали согласно модели рационального автономного субъекта (осознание

потребности — получение информации — выбор из альтернатив согласно соотношению цена / качество).

Примерные тестовые вопросы по теме 5.1

1. В задачи изучения жизненного уровня населения входят:

- а) анализ динамики и структуры фонда потребления населения;
- б) исследование непроизводственной части фонда накопления;
- в) характеристика уровня и структуры потребления населения;
- г) изучение жилищных условий населения;
- д) всё вышеперечисленное

2. Подсчет денег, потраченных домохозяйством на продукты питания, представляет собой

- а) стоимостное выражение;
- б) натуральное выражение;
- в) денежное выражение;
- г) числовое выражение.

3. Показатель соотношения стоимости фиксированного набора товаров и услуг в отчетном и базовом периодах составляет

- а) ВВП на душу населения;
- б) индекс стоимости жизни;
- в) индекс потребительских цен;
- г) величину инфляции.

4. Покупка квартиры и машины учитываются в анализе жизненного уровня населения как

- а) текущие расходы;
- б) долгосрочные вложения;
- в) капитальные расходы;
- г) сбережения.

Как в России собирается статистика бюджетов домашних хозяйств?

- а) на основе панельной выборки из 5 000 добровольцев;
- б) на основе телефонного проса 10 000 россиян;
- в) на основе данных всероссийских переписей;
- г) на основе многоступенчатой выборки 50 000 домохозяйств.

Какой индекс не входит в систему индексов потребительских настроений?

- а) индекс инвестиционных рисков;
- б) индекс текущего личного материального положения;
- в) индекс ожидаемых изменений личного материального положения;
- г) индекс ожидаемого развития экономики страны на протяжении ближайших пяти лет;
- д) индекс целесообразности делать большие покупки.

6.2 Примерные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Таблица 9 - Примерные теоретические вопросы и практические задания к экзамену

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
1. Подходы к изучению потребления	
1.1 Введение в социологию потребления	1. Подходы к определению потребления, потребностей, блага.

	2. Междисциплинарное изучение потребления.
1.2 Экономические подходы к изучению потребления	3. Экономическая модель потребителя, её возможности и ограничения. 4. Технологии потребления К.Ланкастера. 5. Концепция институциональных изменений Д.Норта. 6. Новая экономика потребителя. Потребительское благо. 7. Психолого-экономический анализ потребления Дж.Катона.
1.3 Анализ потребления в социальных науках	8. Психологические и социальные эффекты потребления: Лейнбенстайн, эффект Веблена, эффект присоединения с большинству, эффект сноба. 9. Антропологический анализ потребления: М.Мосс, Б.Малиновский. 10. Романтическая этика потребления К.Кэмпбелла, концепция патины Г.МакКрейгена.
2. Потребление как предмет социологического анализа	
2.1 Исторический аспект потребления	11. Исторический аспект потребления: потребительские революции 16-19 вв. 12. Исторический аспект современной торговли. 13. История потребления в России.
2.2 Институты потребления	14. Социальные функции одежды и феномен моды. 15. Институты потребления: праздники, торговые центры. 16. Товар и бренд как конструкт. 17. Потребление как текст в концепции В. Ильина.
2.3 Потребление и социальная стратификация	18. Концепция стилей жизни М.Фезерстоуна 19. Потребление и стратификация: основные подходы. 20. Связь потребительских практик и габитуса в концепции П. Бурдьё.
3. Исследования общества потребления	
3.1 Общество потребления	21. Общество потребления, его основные черты. 22. Стадии роста общества по У.Росту.
3.2 Концепции общества потребления	23. Франкфуртская критическая школа: основные идеи. 24. Модусы обладания и бытия: потребление в концепции Фромма. 25. Одномерное общество Г.Маркузе. 26. "Общество спектакля" Ги Дебора.
4. Потребление в современном обществе	
4.1 Потребление в обществе постмодерна	27. Концепция общества потребления Ж.Бодрийяра. 28. Концепция симулятивной реальности и символического обмена Ж.Бодрийяра. 29. Основные трактовки и черты общества постмодерна. 30. Концепция потребления в современном обществе З.Баумана. 31. Концепция потребления и постмодернизма Ф. Джеймсона.
4.2 Современные	32. Антиконсумистские движения.

практики потребления	33. Топология общества потребления. 34. «Осознанное потребление» и концепция устойчивого развития. 35. Виртуализация потребления.
5. Макро- и микросоциологический анализ потребления	
5.1 Изучение уровня жизни	36. Макроанализ потребления: основные показатели. 37. Индекс потребительских настроений. 38. Бюджет домохозяйства как основа макроэкономического анализа.
5.2 Микросоциологический анализ потребления	39. Микроанализ потребления: основные направления. 40. Референтные группы как фактор потребительского 41. Домохозяйство как субъект потребления.

Составители: Маляр А. А., ст. преп. кафедры экономики и управления