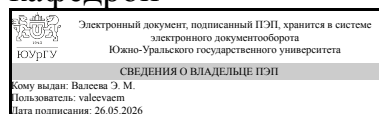


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



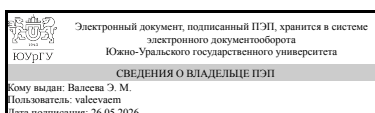
Э. М. Валеева

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.02 Социология потребления  
для направления 39.03.01 Социология  
уровень Бакалавриат  
профиль подготовки Социологические и маркетинговые исследования  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Социология

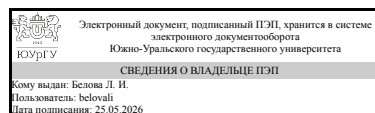
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

Зав.кафедрой разработчика,  
к.пед.н.



Э. М. Валеева

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<br>Умеет: разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования по данной проблеме<br>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   |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Гендерная социология,                                         | Социологические технологии в PR-деятельности, |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Методология и методы социологических исследований | Качественные методы в социологических и маркетинговых исследованиях,<br>Социология маркетинга,<br>Социология PR-деятельности,<br>Социологические методы в рекламе,<br>Социология рекламы,<br>Этносоциология,<br>Социологические методы в маркетинговых исследованиях |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

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

| Дисциплина                                        | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Методология и методы социологических исследований | Знает: научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов; основные методы сбора социологической информации; структуру программы социологического исследования. Умеет: осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях; применять методы сбора информации на практике; Имеет практический опыт: участия в проведении социологических исследований; подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения; интерпретации данных социологического исследования; создания инструментария для проведения социологического исследования; |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч.  
контактной работы

| Вид учебной работы                                                         | Всего часов | Распределение по семестрам |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------|
|                                                                            |             | в часах                    |
|                                                                            |             | Номер семестра             |
|                                                                            |             | 5                          |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                              | 108         | 108                        |
| Аудиторные занятия:                                                        | 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                      |
| Доклад. Подготовка к докладу                                               | 2           | 2                          |
| Зачет. Подготовка к зачету.                                                | 20          | 20                         |
| Опрос. Подготовка к опросу. Выполнение практического задания               | 31,75       | 31.75                      |
| 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                                 | 2            |

|    |   |                                                                                          |   |
|----|---|------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|    |   | инструмент использования влияния лидеров мнений.                                         |   |
| 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 |
| Доклад. Подготовка к докладу | Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости,           | 5       | 2            |

|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |       |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
|                                                              | <p>восстребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/65773">https://e.lanbook.com/book/65773</a>; 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. <a href="https://e.lanbook.com/book/93362">https://e.lanbook.com/book/93362</a>; Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93525">https://e.lanbook.com/book/93525</a>; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93311">https://e.lanbook.com/book/93311</a>;</p>                                                                  |   |       |
| Зачет. Подготовка к зачету.                                  | <p>Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, восстребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/65773">https://e.lanbook.com/book/65773</a>; 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. <a href="https://e.lanbook.com/book/93362">https://e.lanbook.com/book/93362</a>; Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93525">https://e.lanbook.com/book/93525</a>; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 280 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93311">https://e.lanbook.com/book/93311</a>;</p> | 5 | 20    |
| Опрос. Подготовка к опросу. Выполнение практического задания | <p>Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, восстребованность гуманистической биополитики: монография. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2014. — 198 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/65773">https://e.lanbook.com/book/65773</a>; 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. <a href="https://e.lanbook.com/book/93362">https://e.lanbook.com/book/93362</a>; Дубровин, И.А. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93525">https://e.lanbook.com/book/93525</a>; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан.</p>                                                                                                                    | 5 | 31,75 |

## 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-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия    | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Учитывается 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. 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</p> | зачет            |

|   |   |                          |                     |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |       |
|---|---|--------------------------|---------------------|---|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                          |                     |   |    | обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |       |
| 2 | 5 | Текущий контроль         | Доклад              | 1 | 10 | 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 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). | зачет |
| 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | 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 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

Нет

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                               |
|---------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекции                          | 210<br>(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                           | 210<br>(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<br>(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.                                                                                                                                                |
| Практические занятия<br>и семинары | 210<br>(1) | количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного<br>оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая<br>система - 10 шт., веб-камера - 10 шт. |