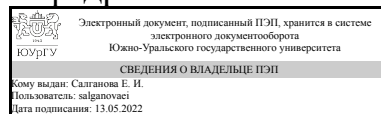


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



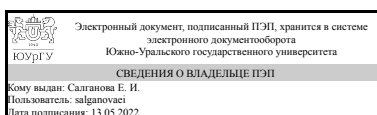
Е. И. Салганова

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 заочная
кафедра-разработчик Социология

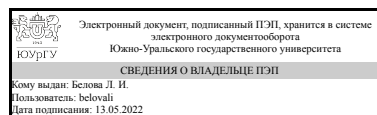
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

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

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, освоят 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
Гендерная социология, Социология социальной работы, Социология конфликта	Социология маркетинга, Социология рекламы, Социологические методы в рекламе,

	Этносоциология, Социологические методы в маркетинговых исследованиях, Социологические технологии в PR-деятельности, Социология PR-деятельности
--	---

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:
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
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

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 12,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа (СРС)	95,75	95,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Зачет. Подготовка к зачету.	50	50
Доклад. Подготовка к докладу	10	10
Опрос. Подготовка к опросу. Выполнение практического задания	35,75	35.75
Консультации и промежуточная аттестация	0,25	0,25
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.	3	2	1	0
2	Современные направления исследований в рамках социологии потребления	3	2	1	0
3	Прикладные аспекты исследования поведения потребителей	6	4	2	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. Экономический подход к анализу потребительского поведения. Социологический подход к анализу потребителей.	2
2	2	Методики выявления стилей жизни в современном обществе. Социальная стратификация и принятие потребительских решений. Потребительская культура. Исследование изменений институтов потребления в условиях мирового экономического кризиса	2
3	3	Методика проведения потребительских исследований. Изучение влияния ситуационных факторов на принятие потребительских решений. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей	4

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. Социология потребления: объект и предмет научной дисциплины. Факторы внешней среды бизнеса, влияющие на изменение подходов к анализу потребительского поведения. Экономический подход к анализу потребительского поведения. Социологический подход к	1

		анализу потребителей.	
2	2	Методики выявления стилей жизни в современном обществе. Социальная стратификация и принятие потребительских решений. Потребительская культура. Исследование изменений институтов потребления в условиях мирового экономического кризиса	1
3	3	Методика проведения потребительских исследований	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. — 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 ;	6	50
Доклад. Подготовка к докладу	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. — М. : Дашков и К, 2017. — 310 с. https://e.lanbook.com/book/93525 ; Меликян, О.М. Поведение потребителей. [Электронный ресурс] — Электрон. дан.	6	10

	— 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 ;	6	35,75

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	6	Текущий контроль	Устный опрос на практическом занятии	1	5	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. Максимальная оценка (5 баллов) выставляется за аргументированный ответ на все вопросы семинара. 4 - студент подготовил ответы на 3-4 вопроса из 5, не принимает участие в	зачет

						дискуссии, или ответ на 3 вопроса из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре. 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).	
2	6	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	6	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	зачет

					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).		
4	6	Текущий контроль	Практическая работа	1	10	Контрольная работа является одним из видом 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 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.	зачет

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	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	контрольное мероприятие в рамках промежуточной аттестации (зачет) для улучшения своего рейтинга и может получить оценку по дисциплине согласно п. 2.4 Положения о БРС	
--	---	--

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	Кравченко, С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, восстребованность гуманистической

		система издательства Лань	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
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.
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.
Практические занятия и семинары	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.