



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры социологии и
работы с молодежью
протокол № 10 от «16» июня 2018 г.
Заведующий кафедрой
 /Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:
Председатель УМК факультета
философии и социологии
 /Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ


Вариативная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки
Социология управления, экономики и коммуникаций

Квалификация
Бакалавр

Разработчик (составитель) <u>доцент, канд. социол. наук</u> (должность, ученая степень, ученое звание)	 / Садретдинова Э.В. (подпись, Фамилия И.О.)
--	--

Для приема: 2018 г.

Уфа 2018 г.

Составитель / составители: Садретдинова Эвеллина Винеровна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и работы с молодежью протокол от «16» июня 2018 г. № 10

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлен перечень программного обеспечения и список договоров ЭБС, протокол № 8 от «22» апреля 2019 г.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	7
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	7
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	10
4.3. Рейтинг-план дисциплины	12
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	21
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22
Приложение № 1	24
Приложение № 2	34

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знания о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Базовые знания по основам социологии и отраслям социологии, методологии и методики исследования	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	
	Теоретические концепции и модели потребления в социальной мысли	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	
	Методы эмпирических исследований потребления	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	
Умения	Составлять программу и план исследования	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Определить стратегию и тактику исследовательской деятельности	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Учитывать социальные интересы и нести ответственность за результаты исследования	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Анализировать социально-экономические процессы в сфере потребления в мировой и российской практике	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	

	Анализировать динамику культуры потребления в различные периоды развития общества	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	
	Анализировать процессы социального конструирования практик потребления; социальной идентичности посредством потребления	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	
Владения (навыки / опыт деятельности)	Первичные навыки применения теоретических знаний и прикладных умений в научно-исследовательской деятельности	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Навыками применения теоретических знаний для анализа процессов потребительского поведения	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология потребления» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре (*очная* форма обучения), на 4 курсе в 8 семестре (*заочная* форма обучения).

Цель изучения дисциплины: приобретение теоретических, концептуальных знаний и умений выявлять потребительские ориентации, предпочтения населения и закономерности потребления в целом, что позволит прогнозировать поведение людей в этой сфере.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин, в том числе изучаемых параллельно с данным курсом: Социология социальных институтов (2 сем.), Анализ социологических данных (6 сем.), Социология общественных связей (6 сем.).

Данная дисциплина имеет междисциплинарные связи как с общетеоретическими (Анализ социологических данных (6 сем.)), так и с отраслевыми дисциплинами (Социология маркетинга (7 сем.), Социология девиантного поведения (7 сем.), Социология общественного мнения (8 сем.) и др).

Социология потребления предваряет и способствует успешному изучению дисциплин Социология рекламы (8 сем.), Социология сетевых сообществ (8 сем.).

Требования к входным знаниям: бакалавр должен иметь общее представление об особенностях развития и направлениях развития социально-экономической мысли, методах сбора и анализа социологических данных; понимать суть, причины возникновения и тенденции развития социальных явлений и процессов.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) «Социология потребления» составляет 2 зачетные единицы, 72 часа, из них:

для **очной формы** обучения: лекций - 16, практических занятий - 16, ФКР – 0.2, самостоятельная работа студентов – 39.8; контактная нагрузка – 32.2.

для **заочной формы** обучения: лекций - 4, практических занятий - 4, ФКР – 0.2, самостоятельная работа студентов – 60, контроль – 3.8; контактная нагрузка – 8.2.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции:

ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: 1. Знания о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	1. Не знает правил и требований к составлению коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	Знает правила и требования к составлению коммуникационных и маркетинговых проектов и планов
Второй этап (уровень)	Уметь: 1. Составлять программу и план исследования	1. Не умеет составлять программу и план исследования	Умеет составлять программу и план исследования
	2. Определить стратегию и тактику исследовательской деятельности	2. Не умеет определять стратегию и тактику исследовательской деятельности	Демонстрирует умения определять стратегию и тактику исследовательской деятельности
	3. Учитывать социальные интересы и нести ответственность за результаты исследования	3. Не умеет учитывать социальные интересы и нести ответственность за результаты исследования	Умеет учитывать социальные интересы и нести ответственность за результаты исследования
Третий этап (уровень)	Владеть: 1. Первичные навыки применения теоретических знаний и прикладных умений в научно-исследовательской деятельности	1. Не владеет навыками применения теоретических знаний и прикладных умений в научно-исследовательской деятельности	Владеет первичными навыками применения теоретических знаний и прикладных умений в научно-исследовательской деятельности

Код и формулировка компетенции:

ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: 1. Базовые знания по основам социологии и отраслям социологии, методологии и методики исследования	1. Не знает основ социологии и отраслей социологии, методологии и методики исследования	Знает основы социологии и отрасли социологии, методологию и методику исследования
	2. Теоретические концепции и модели потребления в социальной мысли	Не знает теоретических концепций и моделей потребления в социальной мысли	Знает теоретические концепции и модели потребления в социальной мысли
	3. Методы эмпирических исследований потребления	Не знает методов эмпирических исследований потребления	Знает методы эмпирических исследований потребления
Второй этап (уровень)	Уметь: 1. Анализировать социально-экономические процессы в сфере потребления в мировой и российской практике	1. Не умеет анализировать социально-экономические процессы в сфере потребления в мировой и российской практике	Умеет анализировать социально-экономические процессы в сфере потребления в мировой и российской практике
	2. Анализировать динамику культуры потребления в различные периоды развития общества	Не умеет анализировать динамику культуры потребления в различные периоды развития общества	Демонстрирует умения анализировать динамику культуры потребления в различные периоды развития общества
	3. Анализировать процессы социального конструирования практик потребления; социальной идентичности посредством потребления	Не умеет анализировать процессы социального конструирования практик потребления; социальной идентичности посредством потребления	Демонстрирует умения анализировать процессы социального конструирования практик потребления; социальной идентичности посредством потребления

Третий этап (уровень)	Владеть: 1. Навыками применения теоретических знаний для анализа процессов потребительского поведения	1. Не владеет навыками применения теоретических знаний для анализа процессов потребительского поведения	Владеет навыками применения теоретических знаний для анализа процессов потребительского поведения
--------------------------	---	---	---

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания на очной форме обучения являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (*для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум – 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10). Смотрите рейтинг-план.

Шкала оценивания для зачета:

от 0 до 59 баллов – не зачтено;

от 60 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов) – зачтено.

Критериями оценивания на заочной форме обучения являются оценки, которые выставляются преподавателем за ответы студентов на семинарских и практических занятиях, за выполнение практических заданий. Наличие положительно оцененных ответов на семинарских и практических занятиях учитывается при выставлении оценки на зачете (зачтено / не зачтено).

Шкала оценивания для ответов на занятиях:

«не удовлетворительно»;

«удовлетворительно»;

«хорошо»;

«отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знания о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	2. Базовые знания по основам социологии и отраслям социологии, методологии и методики исследования	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	3. Теоретические концепции и модели потребления в социальной мысли	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	4. Методы эмпирических исследований потребления	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа

2-й этап Умения	1. Составлять программу и план исследования	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	2. Определить стратегию и тактику исследовательской деятельности	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	3. Учитывать социальные интересы и нести ответственность за результаты исследования	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	4. Анализировать социально-экономические процессы в сфере потребления в мировой и российской практике	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	5. Анализировать динамику культуры потребления в различные периоды развития общества	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа

	6. Анализировать процессы социального конструирования практик потребления; социальной идентичности посредством потребления	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
3-й этап Владеть навыками	1. Первичные навыки применения теоретических знаний и прикладных умений в научно-исследовательской деятельности	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
	2. Навыками применения теоретических знаний для анализа процессов потребительского поведения	ПК-7 способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

Примерные вопросы для зачета (ОЗО)

1. Характеристики процесса потребления. Различие моделей поведения потребителя экономике и социологии.
2. Эволюция взглядов на потребление в основных экономических теориях.
3. Аксиомы и основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.
4. Оптимум и бюджетные ограничения потребителя. Кривые Энгеля.
5. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора
6. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х.Лейбенштейн).
7. Технологии потребления (К.Ланкастер).
8. Потребление общественных и бесплатных благ.
9. Модель потребления в условиях дефицита (Я.Корнай).
10. Психологические и философские подходы к анализу потребительского поведения

- (Т.Скитовски, А.Этциони, Э.Фромм, Б.Ф.Скиннер, Дж. Катона).
11. Символ и семиотика потребления в теории потребления Ж.Бодрийяра.
 12. Трудовая теория стоимости К.Маркса.
 13. Формирование ценности в концепции Г.Зиммеля.
 14. Место стиля жизни и потребления в основных стратификационных теориях.
 15. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т.Веблен).
 16. Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел).
 17. История потребительской культуры (Д.Слетер).
 18. Общество изобилия, потребление и контроль за производительными силами (Ж. Бодрийяр).
 19. Теории постиндустриальных обществ как обществ потребления (Дж.Гэлбрейт, Э.Тоффлер).
 20. Понятие общества потребления и его основные черты.
 21. Новые концепции потребления в эпоху постмодерна, эстетизация повседневного потребления. (М.Физерстоун).
 22. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шопинг, реклама, торговые марки (Д.Бурстин).
 23. Мода как институт потребления. Свойства и история рекламы.
 24. Движение потребителей. Особенности моды по Г.Зиммелю.
 25. «Цивилизация аппетита» (С.Меннел). Причины ограничения количества потребления пищи. Причины отказа от различных видов пищи.
 26. Модель покупательского поведения.
 27. Модель процесса принятия решения покупателя в маркетинге.
 28. Влияние на потребительское поведение различий в доходах, семейных ролей, гендерных аспектов, ценностей и образа жизни.
 29. Понятие маркетинга и продвижение товаров.
 30. Психология покупателя. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама.
 31. Основные этапы развития потребления в СССР.
 32. Жизненный стандарт в 2000-е – 10-е годы в России.
 33. Изменения в потреблении в 90-е годы XX века в России.
 34. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности).
 35. Индекс потребительских цен. Индекс потребительских настроений (Дж.Катона).
 36. История изучения потребления и поведения потребителей. Появление и институционализация социологии потребления.
 37. Категория культуры. Субкультура. Культура и субкультура потребления. Ценности и нормы.
 38. Потребительство (консюмеризм) как образ жизни. Общество потребления и индикаторы материализма.
 39. Государство как социальный институт. Воздействие потребителей на государственную политику. Механизмы государственного регулирования потребления.
 40. Организация. Коллективное потребление в организациях. Регулирование индивидуального потребления.
 41. Мораль и потребление. Феномен морали. Моральные нормы и потребление.
 42. Обычай и потребление. Обычай, традиция и их роль в регулировании потребления

Примерные критерии оценивания ответа на зачете (для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости):

Критерии оценки (зачтено / не зачтено):

Оценка на зачете выставляется с учетом уровня знаний, показанных студентом при ответе во время зачета, а также исходя из критериев качества выполненной работы в ходе лекционных и практических занятий.

Оценка «зачтено» ставится за самостоятельный, обстоятельный, развернутый ответ по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; умение аргументировать свой ответ в ходе беседы с преподавателем. Оценка «зачтено» также выставляется, если ответ имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания вопросов; при ответе недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка «не зачтено» ставится, если не раскрыто основное содержание вопросов к зачету; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов.

Типовые вопросы для семинаров

Тема 1. Экономическая теория потребления и ее измерение

1. Предмет учебной дисциплины, понятие потребления.
2. Потребительское поведение как деятельность.
3. Потребление в экономических теориях. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в экономике и социологической науке.

Тема 2. Категории социологии потребления

1. Эволюция взглядов на потребление в экономических теориях. Основы микроэкономического анализа потребительского поведения.
2. Понятие функции потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.
3. Обзор моделей функции потребления.

Тема 3. Человек и вещь: система вещей

1. Человек в мире вещей. Система вещей.
2. Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы.
3. Пространство и знаки.
4. Трудовая теория стоимости К.Маркса.
5. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.

Тема 4. Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни

1. Подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни» П.Бурдьё.
2. Потребление и социальная включенность. Место стиля жизни и потребления в стратификационных теориях.
3. Демонстративное потребление и теория праздного класса.

Тема 5. Потребление в этическом и культурологическом контексте

1. Культурологический подход к потреблению (М.Дуглас, Б.Ишервуд).
2. Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм.
3. История потребительской культуры. Иерархия культуры: высокое «искусство» и «народная культура». Потребление эстетических благ и массовая культура.

Тема 6. Потребление и его институты

1. Институты потребления. Сообщества потребителей: унификация одежды,

- универмаги, шопинг, реклама, торговые марки.
2. Мода как институт потребления. Реклама.
 3. Потребители как общность.

Тема 7. Черты современного потребления

1. Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер). Современные тенденции в потреблении на Западе.
2. Развитие кредита. Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.

В ходе семинарских занятий одним из основных видов работы является устное обсуждение предложенных к рассмотрению вопросов, организация дискуссий и устных опросов, как индивидуальных, так и групповых.

При **устном индивидуальном** опросе устанавливается непосредственный контакт между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала. Устный опрос требует от преподавателя предварительной подготовки: отбора содержания, продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности студента в процессе проверки, создания на занятии деловой и продуктивной обстановки.

Устный групповой опрос проводится после изучения теоретического материала с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного материала. Это метод контроля, позволяющий оценить знания как одного студента, так и группы. Содержание вопросов должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать примеры, делать выводы, демонстрируя междисциплинарные связи. Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования, задать вопросы отвечающему, либо внести дополнения. Оценить можно не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает как положительные стороны, так и указывает на недостатки ответа, делает вывод о том, как изложен учебный материал. На усмотрение преподавателя можно провести индивидуальный опрос студента по изученным темам модуля.

Критерии оценки за устные ответы в ходе семинарских занятий

для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **5 баллов** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком. Студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления.

- **4 балла** выставляется студенту, если в ответе допущены неточности при освещении основного содержания ответа, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач. Такая же оценка выставляется студенту, не являвшемуся основным докладчиком, но активно участвовавшим в процессе обсуждения, неоднократно дополнявшим ответы товарищей.

- **3 балла** выставляется студенту, если нет общего (целостного) понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления. Такая же оценка выставляется студенту за единичное развернутое дополнение.

- **2-1 балл** выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены не все аспекты вопроса; не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.

- **0 баллов** выставляется студенту, если нет понимания вопроса, студент не ориентируется в понятиях. 0 баллов выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **отлично** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком. Студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления.

- **хорошо** выставляется студенту, если в ответе допущены неточности при освещении основного содержания ответа, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач. Такая же оценка выставляется студенту, не являвшемуся основным докладчиком, но активно участвовавшим в процессе обсуждения, неоднократно дополнявшим ответы товарищей.

- **удовлетворительно** выставляется студенту, если нет общего (целостного) понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления. Такая же оценка выставляется студенту за единичное развернутое дополнение.

- **неудовлетворительно** выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены не все аспекты вопроса; не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Выставляется также, если нет понимания вопроса, студент не ориентируется в понятиях; если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

Коллоквиум

Коллоквиум являются неотъемлемым элементом образовательной подготовки по дисциплине «Социология потребления». Ключевая цель этих заданий – формирование компетенций – способности и готовности студента применять полученные теоретические знания, практические умения и навыки в стандартных и изменяющихся ситуациях профессиональной деятельности. Задания могут выполняться в аудитории, будучи элементом текущего и рубежного контроля знаний. Студентам рекомендуется при подготовке:

- изучить и проанализировать лекционный материал, выделяя ключевые понятия, основные положения и выводы по данной теме;
- изучить основную и дополнительную литературу по предлагаемым вопросам, уметь пользоваться информационными и справочными источниками;
- творчески осмыслить предложенные задания, применяя междисциплинарные связи.

Образцы заданий для коллоквиума

Задание № 1

1. Что такое потребление? Кто именно является потребителем?
2. Может ли потребление быть предметом чисто теоретического, концептуального изучения? Объясните почему?
3. Чем обусловлено изучение потребления?
4. Любой ли вид потребления выступает объектом изучения социологии потребления?

Задание № 2

1. Как изменились взгляды на потребление в основных экономических теориях?
2. Перечислите основные понятия микроэкономического анализа потребительского поведения.

Задание № 3

1. Можно ли классифицировать мир вещей, артефактов, созданных человеком?
2. Почему потребление можно представить как процесс манипулирования знаками?
3. Как формируется ценность благ в концепции Г.Зиммеля?

Задание № 4

1. Опишите различные подходы к определению понятия стиля жизни.
2. Каковы основные идеи концепции «стиля жизни» П. Бурдьё?
3. Как связаны понятия экономического и культурного капитала и отображения стилей жизни в социальном пространстве?

Задание № 5

1. Каковы функции потребления согласно концепции М.Дуглас, Б.Ишервуда.
2. Перечислите различия между традиционным и современным потреблением.
3. В чем разница между «новым» и «старым» гедонизмом?

Задание № 6

1. Каковы основные контексты изучения потребления с точки зрения исторических изменений?
2. Назовите основные черты потребления в Средние века в Европе.
3. Каковы особенности потребительских революций 16-19 вв?

Задание № 7

1. Каковы предпосылки и последствия «макдональдизация общества»?
2. В чем особенности потребления через Интернет?

Критерии оценки (в баллах) для очников, в оценках для заочников:

- **10-9 баллов** / **отлично** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в задании отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности.

- **8-7 баллов** / **хорошо** выставляется студенту, если при выполнении задания допущены неточности при освещении основного содержания, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач.

- **6-4 балла** / **удовлетворительно** выставляется студенту, если нет общего (целостного) понимания вопроса, имеются затруднения или слабо используется терминология; студент не владеет свободно материалом.

- **3-2 балла** / **неудовлетворительно** выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены отдельные аспекты задания; не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках учебного материала.

- **1-0 баллов** / **неудовлетворительно** выставляется студенту, если нет понимания задания, содержание работы не соответствует заданию. Выставляется также, если студент не выполнил задание.

Эссе

Эссе – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе позволяет научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. При этом формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Структура эссе должна включать:

- введение;
- основная часть (аргументированное раскрытие темы на основе собранного материала);
- заключение (обобщения и выводы).

Основные требования к написанию эссе.

- Обозначение круга понятий и теорий, необходимых для ответа на вопрос.
- Понимание и правильное использование терминов и понятий.
- Использование основных категорий анализа.
- Выделение причинно-следственных связей.
- Применение аппарата сравнительных характеристик.
- Аргументация основных положений эссе.
- Наличие промежуточных и конечных выводов.
- Личная субъективная оценка по данной проблеме.

Образцы тем для эссе

1. Социология потребления.
2. Потребление и производство в политэкономии К. Маркса.
3. Классическая экономическая наука и социология потребления.
4. Концепция потребления в работах Ж. Бодрийяра.
5. «Система вещей» Ж. Бодрийяра как изложение концепции потребления.
6. Концепция потребления в работах известных социологов XX в.
7. Потребление в работах П. Бурдьё.
8. Ценностный подход в формировании потребительского поведения.
9. Концепция потребления в работах В.И. Ильина.

Критерии оценки (в баллах) для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **10-8 баллов** выставляется студенту, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, содержит теоретические положения и выводы. Аргументы и фактические примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, статические данные, теоретические материалы, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников).

- **7-6 баллов** выставляется студенту, если тема раскрыта, но допущены отдельные ошибки, например: приводятся отдельные относящиеся к теме, но не всегда связанные

между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения; аргументация осуществляется с опорой только на один источник информации.

- **5-3 балла** выставляется студенту, если тема раскрыта не полностью, собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована. Аргументация на теоретическом уровне слабая (смысл ключевых понятий не объяснён или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой; приведённые факты не всегда соответствуют обосновываемому тезису).

- **2-0 баллов** выставляется студенту, выставляется студенту, если нет понимания задания, содержание работы не соответствует заданию. Выставляется также, если не выполнил работу.

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **отлично** выставляется студенту, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, содержит теоретические положения и выводы. Аргументы и фактические примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, статические данные, теоретические материалы, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников).

- **хорошо** выставляется студенту, если тема раскрыта, но допущены отдельные ошибки, например: приводятся отдельные относящиеся к теме, но не всегда связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения; аргументация осуществляется с опорой только на один источник информации.

- **удовлетворительно** выставляется студенту, если тема раскрыта не полностью, собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована. Аргументация на теоретическом уровне слабая (смысл ключевых понятий не объяснён или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой; приведённые факты не всегда соответствуют обосновываемому тезису).

- **неудовлетворительно** выставляется студенту, если тема не раскрыта; теоретическая аргументация отсутствует; фактическая информация отсутствует либо нарушены принципы демонстрации (формы связи тезиса и аргументов). Также выставляется студенту, который не выполнил работу.

Контрольная работа

Контрольная работа может являться элементом текущего и рубежного контроля знаний по очной и заочной форме обучения.

Типовые темы для контрольной работы

Социологические теории потребления.

1. Особенности потребления в современной России в различных сферах (на основе статистических данных).
2. Социологические воззрения Ж.Бодрийяра
3. Теоретические истоки концепции Ж.Бодрийяра
4. Симулятивный проект Ж.Бодрийяра

Потребление в этическом и культурологическом контексте, институты и основные черты современного потребления

1. Феномен демонстративного потребления.
2. Влияние известности торговой марки на потребление.
3. Защита прав потребителей – миф и реальность.
4. Концепция потребления в работах известных социологов XX в.

Критерии оценки (в баллах) для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **10-8 баллов** выставляется студенту, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, содержит теоретические положения и выводы. Аргументы и фактические примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, статические данные, теоретические материалы, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников).

- **7-6 баллов** выставляется студенту, если тема раскрыта, но допущены отдельные ошибки, например: приводятся отдельные относящиеся к теме, но не всегда связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения; аргументация осуществляется с опорой только на один источник информации.

- **5-3 балла** выставляется студенту, если тема раскрыта не полностью, собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована. Аргументация на теоретическом уровне слабая (смысл ключевых понятий не объяснён или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой; приведённые факты не всегда соответствуют обосновываемому тезису).

- **2-0 баллов** выставляется студенту, выставляется студенту, если нет понимания задания, содержание работы не соответствует заданию. Выставляется также, если не выполнил работу.

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **отлично** выставляется студенту, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, содержит теоретические положения и выводы. Аргументы и фактические примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, статические данные, теоретические материалы, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников).

- **хорошо** выставляется студенту, если тема раскрыта, но допущены отдельные ошибки, например: приводятся отдельные относящиеся к теме, но не всегда связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения; аргументация осуществляется с опорой только на один источник информации.

- **удовлетворительно** выставляется студенту, если тема раскрыта не полностью, собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована. Аргументация на теоретическом уровне слабая (смысл ключевых понятий не объяснён или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой; приведённые факты не всегда соответствуют обосновываемому тезису).

- **неудовлетворительно** выставляется студенту, если тема не раскрыта; теоретическая аргументация отсутствует; фактическая информация отсутствует либо нарушены принципы демонстрации (формы связи тезиса и аргументов). Также выставляется студенту, который не выполнил работу.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Николаева, Е.М. Феноменология потребительства=Личностное и институциональное измерения / Е.М. Николаева, М.Д. Щелкунов, О.Я. Ившина ; Казанский федеральный университет. - Казань : Издательство Казанского университета, 2014. - 160 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-00019-191-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276358>
2. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 280 с. : ил. - Библиогр.: с. 237-239 - ISBN 978-5-394-01043-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281>
3. Макарова, Т.Н. Поведение потребителей : практикум / Т.Н. Макарова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 66 с.: табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-4621-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364863>
4. Сидорова, С.А. Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ [Электронный ресурс] / С.А. Сидорова, В.Я. Красниковский. — Электрон. дан. — Москва: Издательство "Прометей", 2019. — 130 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/116179>. — Загл. с экрана.

Дополнительная литература:

1. Румянцева, Е.Е. Стратегия преодоления бедности : монография / Е.Е. Румянцева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 444 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5656-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375331>
2. Шавель, С.А. Потребление и стабильность общества / С.А. Шавель. - Минск : Белорусская наука, 2010. - 316 с. - ISBN 978-985-08-1138-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86829>
3. Границы и маркеры социальной стратификации России XVII–XX вв.: векторы исследования : монография / В.А. Аракчеев, Е.В. Бородина, К.Д. Бугров и др. ; под ред. Д.А. Редина ; Институт истории и археологии Уральского отделения РАН. - Санкт-Петербург : Алетей, 2018. - 723 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-906980-93-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488492>
4. Муздыбаев, К. Динамика уровня жизни в Петербурге 1992–1994 : книга-исследование / К. Муздыбаев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 206 с. : ил. - Библиогр.: с 177-187 - ISBN 978-5-4475-5069-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362961>
5. Расширение потребительского выбора в здравоохранении: теория, практика, перспективы : научное издание / отв. ред. И.М. Шейман, С.В. Шишкин ; Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012. - 264 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7598-0918-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=440202>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <http://elib.bashedu.ru/>
2. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>

3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - www.biblioclub.ru
4. Сайт научной электронной библиотеки <http://elibrary.ru/>
5. ЭБС «Университетская библиотека online» www.biblioclub.ru
6. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 104 от 17.06.2013 г.)
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 114 от 12.11.2014 г.)

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 309 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4).	Лекции	Аудитория № 309 Учебная мебель, доска.
2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 309 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4).	Практические / семинарские занятия	Аудитория № 309 Учебная мебель, доска.
3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 309 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4).	Групповые и индивидуальные консультации	Аудитория № 309 Учебная мебель, доска.
4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 309 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4). аудитория № 419 Лаборатория ИТ (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Аудитория № 309 Учебная мебель, доска. Аудитория № 419 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок LenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB, (15 штук). 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 104 от 17.06.2013 г.) 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная

		лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 114 от 12.11.2014 г.)
<p>5. помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (гуманитарный корпус, ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4).</p>	Самостоятельная работа обучающихся	<p>Читальный зал № 5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины **Социология потребления** на **6** семестр
(наименование дисциплины)

очная

форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72 час
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32.2
лекций	16
практических/ семинарских	16
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	39.8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	-

Форма(ы) контроля:
зачет **6** семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1								
1.	Экономическая теория потребления и ее измерение Предмет учебной дисциплины, понятие потребления. Потребительское поведение как деятельность. Потребление в экономических теориях. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в экономике и социологической науке.	3	3	-	5	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
2.	Категории социологии потребления Эволюция взглядов на потребление в экономических теориях. Основы микроэкономического анализа потребительского поведения. Понятие функции	2	2	-	5	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа

	<p>потребления. Модель потребительского поведения в условиях межвременного выбора.</p> <p>Обзор моделей функции потребления.</p>							
3.	<p>Человек и вещь: система вещей</p> <p>Человек в мире вещей. Система вещей.</p> <p>Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки.</p> <p>Трудовая теория стоимости К.Маркса.</p> <p>Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.</p>	2	2	-	5,8	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
4.	<p>Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни</p> <p>Подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни» П.Бурдьё.</p> <p>Потребление и социальная включенность. Место стиля жизни и потребления в стратификационных теориях.</p> <p>Демонстративное потребление и теория праздного класса.</p>	3	3	-	6	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
Модуль 2								
5.	Потребление в этическом и	2	2	-	6	Осн. 1-4	Самостоятельное	Устный опрос,

	<p>культурологическом контексте Культурологический подход к потреблению (М.Дуглас, Б.Ишервуд). Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм. История потребительской культуры. Иерархия культуры: высокое «искусство» и «народная культура». Потребление эстетических благ и массовая культура.</p>					Доп. 1-5	изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	коллоквиум, эссе, контрольная работа
6.	<p>Потребление и его институты Институты потребления. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шопинг, реклама, торговые марки. Мода как институт потребления. Реклама. Потребители как общность.</p>	2	2	-	6	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа
7.	<p>Черты современного потребления Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер). Современные тенденции в потреблении на</p>	2	2	-	6	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы,	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа

	Западе. Развитие кредита. Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.						подготовка к занятиям	
	Всего часов:	16	16	0	39.8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины **Социология потребления** на **8** семестр
(наименование дисциплины)

заочная

форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72 час
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	8.2
лекций	4
практических/ семинарских	4
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	60
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	3.8

Форма(ы) контроля:
зачет **8** семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1								
1.	Экономическая теория потребления и ее измерение Предмет учебной дисциплины, понятие потребления. Потребительское поведение как деятельность. Потребление в экономических теориях. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в экономике и социологической науке.	1	-	-	8	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа, вопросы к зачету
2.	Категории социологии потребления Эволюция взглядов на потребление в экономических теориях. Основы микроэкономического анализа потребительского поведения. Понятие функции потребления. Модель	-	1	-	8	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа, вопросы к зачету

	потребительского поведения в условиях межвременного выбора. Обзор моделей функции потребления.							
3.	Человек и вещь: система вещей Человек в мире вещей. Система вещей. Потребление как процесс манипулирования знаками. Вещи, знаки и коды, символы. Пространство и знаки. Трудовая теория стоимости К.Маркса. Формирование ценности в концепции Г. Зиммеля.	1	1	-	8	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа, вопросы к зачету
4.	Потребление как важнейшая составляющая стиля жизни Подходы к определению понятия «стиль жизни». Концепция «стиля жизни» П.Бурдьё. Потребление и социальная включенность. Место стиля жизни и потребления в стратификационных теориях. Демонстративное потребление и теория праздного класса.	-	1	-	9	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям	Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа, вопросы к зачету
Модуль 2								
5.	Потребление в этическом и культурологическом	1	-	-	9	Осн. 1-4 Доп. 1-5	Самостоятельное изучение	Устный опрос, коллоквиум, эссе,

	<p>контексте Культурологический подход к потреблению (М.Дуглас, Б.Ишервуд). Этика потребления: рациональность и романтизм (К.Кэмпбел). Традиционное и современное потребление. Гедонизм. История потребительской культуры. Иерархия культуры: высокое «искусство» и «народная культура». Потребление эстетических благ и массовая культура.</p>						<p>рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям</p>	<p>контрольная работа, вопросы к зачету</p>
6.	<p>Потребление и его институты Институты потребления. Сообщества потребителей: унификация одежды, универмаги, шопинг, реклама, торговые марки. Мода как институт потребления. Реклама. Потребители как общность.</p>	1	-	-	9	<p>Осн. 1-4 Доп. 1-5</p>	<p>Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям</p>	<p>Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа, вопросы к зачету</p>
7.	<p>Черты современного потребления Глобализация потребления и «макдональдизация общества» (Г.Ритцер). Современные тенденции в потреблении на Западе.</p>	-	1	-	9	<p>Осн. 1-4 Доп. 1-5</p>	<p>Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к занятиям</p>	<p>Устный опрос, коллоквиум, эссе, контрольная работа, вопросы к зачету</p>

	Развитие кредита. Электронный маркетинг и продажа через сеть Интернет.							
	Всего часов:	4	4	0	60			

Рейтинг – план дисциплины

Социология потребления

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

направление Социологиякурс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль			0	25
1. Аудиторная работа (устный опрос)	5	3	0	15
2. Эссе	10	1	0	10
Рубежный контроль			0	25
1. Устный опрос	5	3	0	15
2. Контрольная работа	10	1	0	10
Модуль 2				
Текущий контроль			0	25
1. Аудиторная работа (устный опрос)	5	3	0	15
2. Эссе	10	1	0	10
Рубежный контроль			0	25
1. Устный опрос	5	1	0	5
2. Контрольная работа	10	1	0	10
3. Коллоквиум	10	1	0	10
Поощрительные баллы				
1. Более 4 выступлений на семинарах				5
2. Участие в студенческой олимпиаде и / или публикация статей				5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
Зачет				Проставляется по результатам баллов рейтинга, набранных в течение семестра