«Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Калужский филиал Финуниверситета
Кафедра «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины»

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор Калужского филиала
Финуниверситета

_____ В.А. Матчинов

«30» июня 2025 г.

Обухова К.В.

СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
39.03.01 «Социология»
Образовательная программа «Экономическая социология»
Очная форма обучения

Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №30 от 30.06.2025 г.)

Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины»
Калужского филиала Финуниверситета
(протокол № 08 от 20.05.2025 г.)

КАЛУГА 2025

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Социология потребления» студентам, обучающимся по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», образовательная программа «Экономическая социология» по очной форме обучения.

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по учебно-методической работе _____ /Орловцева О.М./
«30» июня 2025 г.

Начальник учебно-методического отдела _____ /Толстикова В.С./
«30» июня 2025 г.

Заведующий кафедрой
«Экономика, финансы и гуманитарные дисциплины» _____ /Орловцева О.М./
«30» июня 2025 г.

Содержание

1.Наименование дисциплины 4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине 4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся 5
5. Содержание дисциплины, структурированное но темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий 6
5.1 Содержание дисциплины 6
5.2 Учебно-тематический план 9
5.3 Содержание семинаров, практических занятий 9
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы 11
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 12
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины 13
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 15
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 17
10.1 Комплект лицензионного программного обеспечения 17
10.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 17
10.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации 17
11.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 17

1.Наименование дисциплины

Б.1.2.2.2.3.1 «Социология потребления»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Код	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-2	Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе социологических научных теорий, концепций, подходов	1. Ориентируется в социологических теориях и парадигмах, знает основные тенденции развития социологического знания.	Знания: социологических теорий и основных тенденций развития социологического знания. Умения: ориентироваться в теориях и парадигмах при выборе теоретической основы для социологического исследования.
		2. Описывает и объясняет общественные процессы и тенденции с помощью различных социологических теорий.	Знания: подходов к описанию общественных процессов с использованием социологических теорий. Умения: объяснять общественные процессы с опорой на социологические теории.
		3. Применяет знания в области социологических концепций и теорий для научного анализа социальных явлений во всех областях жизнедеятельности общества.	Знания: возможностей применения социологических теорий для научного анализа социальных явлений. Умения: применить социологические теории при анализе социальных явлений в тех или иных сферах жизни общества
		4. Осуществляет выбор соответствующей социологической теории в качестве основы эмпирического исследования.	Знания: подходов к выбору социологической теории при проведении эмпирического исследования. Умения: сделать выбор в пользу подходящей социологической теории при проведении конкретного социологического исследования

ПКП-2	Способность разрабатывать организационную и техническую документацию по сбору данных социологического исследования в сфере экономики и финансов	1. Разрабатывает дизайн и обосновывает смету, план-график реализации исследовательского проекта в сфере экономики и финансов.	Знания: подходов к разработке дизайна исследовательского проекта, определению его сметы и плана-графика работ в рамках проекта. Умения: определить дизайн исследовательского проекта, рассчитать его смету и составить план-график работ в рамках проекта.
		2. Владеет навыками и регламентами обеспечения конфиденциальности и достоверности информации.	Знания: способов обеспечения конфиденциальности и достоверности информации. Умения: использовать основные способы обеспечения конфиденциальности и достоверности информации при проведении исследования в сфере экономики и финансов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология потребления» является дисциплиной модуля «Социальные процессы в трансформирующемся мире» дисциплин профиля части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана основной образовательной программы по направлению подготовки 39.03.01 Социология образовательная программа «Экономическая социология»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Вид учебной работы но дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 5 (в часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	108 (3 з/е)	-	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	-	34
Лекции	16	-	16
Семинары, практические занятия	18	-	18
Самостоятельная работа	74	-	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	-	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	-	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное но темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретико-методологический фундамент социологии потребления.

Объектно-предметная область социологии потребления. Социальная и экономическая сущность потребления. Междисциплинарный характер анализа потребления. Основные концепции формирования ценности вещей (трудовая теория стоимости К.Маркса; маржинализм; концепция ценности Г. Зиммеля; теория знаковой стоимости и символического обмена Ж. Бодрийяра). Эволюция взглядов на потребление в экономической науке. Теория вкусов Г.Беккера. Потребление в неоинституциональной теории (Д. Норт). Технологии потребления (К.Ланкастер). Эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн). Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов (Дж. Акерлоф). Потребление общественных и бесплатных благ. Потребление в условиях риска. Микроэкономический анализ потребления. Недостаточность экономического подхода к анализу потребления. Психологические и философские подходы к анализу потребления (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона). Разочарование в потреблении (А. Хиршман). Культурологический подход к потреблению (М.Дуглас, Б.Ишервуд). Социологические подходы к исследованию потребления. Потребление в исторической ретроспективе (в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф), в эпоху капитализма (Ф. Бродель); «потребительские революции» XVI-XIX в. (Г. Мак-Кракен); потребление как цивилизационный процесс (Н.Элиас). Основные этапы развития потребления в СССР. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнаи). Изменения в потреблении в постсоветский период. Институционализация защиты прав потребителей.

Тема 2. Индивиды и домохозяйства как объекты социологии потребления.

Потребности, их классификация. Человек и вещи: функциональные, вне функциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Вещи, знаки, коды, символы (С. Урри, С. Лэш). Символ и семиотика потребления (Ж.Бодрийяр). Симулякр. Потребление как ритуал. Этика потребления (К.Кэмпбел). История потребительской культуры (Д.Слетер). Культурная биография вещей (И. Копытофф). Типы отношения людей к вещам (В. Голофаст). Потребление эстетических благ. Потребительское поведение. Стратегии и модели потребления. Типология факторов, объясняющих поведение потребителей. Мультифакторность потребительской активности. Потребительская активность как социальная повседневность. Социально-демографические факторы потребительского поведения. Потребление в теориях социальной стратификации. Потребление и социальная включенность. Средний класс как потребитель. Особенности потребительского поведения различных демографических групп. Потребительское поведение на разных стадиях жизненного цикла семьи. Потребительская социализация. Понятие вовлеченности потребителей. Потребление и стиль жизни. Концепция «стиля жизни» П. Бурдье. Типологии стилей жизни. Место стиля жизни в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). Демонстративное потребление (Т. Веблен, Г. Мак-Кракен). Массовая культура и потребление. Мода и потребление. Субкультуры и потребительские предпочтения. Контркультуры и потребление.

Тема 3. Организации как объекты социологии потребления.

Индивидуальное и корпоративное потребление. Рынок товаров промышленного назначения, его особенности. Специфика покупательского поведения корпоративного потребителя. Проблемы формирования общей модели организационного покупательского поведения (Ф. Вебстер, Й. Винд). Виды закупок товаров промышленного назначения. Участники принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Факторы, влияющие на покупателей товаров промышленного назначения. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. Специфика корпоративного покупательского поведения. Покупочные намерения и типы покупок. Модели организационного покупательского поведения. Факторы организационного стиля. Типы закупочных ситуаций. Процесс организации покупки. Процесс принятия решений о покупках в организациях. Государственные учреждения как потребители. Факторы, влияющие на закупщиков государственных учреждений. Процедуры государственных закупок. Основные проблемы при организации госзакупок в современной России.

Тема 4. Производители товаров и услуг как потребители научных достижений социологии потребления.

Консьюмеризм. Маркетинг, маркетинговые стратегии. Основные методы исследования поведения потребителей. Подходы к типологизации потребителей. Теории личности, их применение в маркетинге. Теории принятия потребительских решений. Процесс принятия решений потребителями, его стадии и типы. Факторы, влияющие на принятие потребительского решения. Учет особенностей процесса принятия потребительских решений при разработке маркетинговой стратегии. Сегментация потребительских рынков. Современные рынки: глобализация и регионализация, универсальность и специфичность. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии. Маркетинговые коммуникации и их влияние на поведение потребителей. Вирусный маркетинг. Понятие потребительской лояльности. Виды лояльности. Методы измерения потребительской лояльности. Программы лояльности.

Тема 5. Современные тенденции развития потребительского поведения.

Традиционное и современное потребление. Теории новых типов обществ в социологии потребления. Культура потребления, ее формирование и развитие. Высокая и массовая культура. Общество массового потребления (А.Турен). Неомарксизм и франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество изобилия (Ж.Бодрийяр). Концепция общества потребления. Постиндустриальные общества как общества потребления (Дж.Гэлбрейт, Э.Тоффлер). Гедонизм. Влияние культуры в условиях глобализации потребления. Макдональдизация. Трансформации потребления в обществе постмодерна. Трансформация желаний и потребностей. Понятие культуры постмодернизма (З.Бауман). Новые концепции потребления. Эстетизация повседневного потребления (М.Физерстоун). «Мозаичность» стилей жизни. Феномены гипер- и гипопотребления. Потребление секонд-хэнда. Альтернативные формы потребления: дарообменники и др. Коллаборативное потребление.

5.2 Учебно-тематический план

Таблица 3

№ п/п	Наименова ние тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Все го	Контактная работа-Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Теоретико-методологически й фундамент Социологии потребления	22	8	4	4	14	дискуссии, доклады, презентации, кейсы.
2.	Тема 2. Индивиды и домохозяйства как объекты социологии потребления.	22	7	3	4	15	дискуссии, доклады, презентации, кейсы.
3.	Тема 3. Организации как объекты социологии потребления	21	6	3	3	15	дискуссии, доклады, презентации, кейсы.
4.	Тема 4. Производители товаров и услуг как потребители научных достижений социологии потребления.	21	6	3	3	15	дискуссии, доклады, презентации, кейсы.
5.	Тема 5. Современные тенденции развития потребит поведения	22	7	3	4	15	дискуссии, доклады, презентации, кейсы.
	В целом по дисциплине	**108**	**34**	**16**	**18**	**74**	Согласно учебному плану: контрольная работа/зачет
	Итого в %	**100%**	**31%**	**15%**	**16%**	**69%**	

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 7,8 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Теоретико-методологический фундамент социологии потребления.	1. Социальная и экономическая сущность потребления. 2. Междисциплинарный характер анализа потребления. 3. Эволюция взглядов на потребление в экономической науке. 4. Теория вкусов Г.Беккера. Технологии потребления (К.Ланкастер). Эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена в теории покупательского спроса (Х. Лейбенстайн). 5. Неполнота информации и проблемы оппортунистического поведения покупателей и продавцов (Дж. Акерлоф). 6. Недостаточность экономического подхода к анализу	Дискуссии, доклады, презентации, кейсы

	потребления. 7. Психологические и философские подходы к анализу потребления (Т. Скитовски, А. Этциони, Э. Фромм, Б.Ф. Скиннер, Дж. Катона). 8. Потребление в исторической ретроспективе (в средние века в Европе (Ж. Ле Гофф), в эпоху капитализма (Ф. Бродель); 9. «Потребительские революции» XVI- XIX в. (Г. Мак-Кракен); потребление как цивилизационный процесс (Н.Элиас). Рекомендуемые источники – раздел 7: все источники. Рекомендуемые источники – раздел 8: все источники	
Тема 2. Индивиды и домохозяйств акак объекты социологии потребления.	1. Функциональные, внефункциональные, мета и дисфункциональные вещи и их свойства. Вещи, знаки, коды, символы (С. Урри, С.Лэш). 2. Символ и семиотика потребления. Симулякр. (Ж.Бодрийяр). 3. Потребление как ритуал. Этика потребления (К.Кэмпбел). 4. История потребительской культуры (Д.Слетер). 5. Культурная биография вещей (И.Копытофф). 6. Типы отношения людей к вещам (В. Голофаст). 7. Потребление и стиль жизни. 8. Концепция «стиля жизни» П. Бурдье. Типологии стилей жизни. Место стиля жизни в основных стратификационных теориях (К. Маркс, М. Вебер, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур). 9. Демонстративное потребление (Т. Веблен, Г. Мак-Кракен). Рекомендуемые источники – раздел 7: все источники. Рекомендуемые источники – раздел 8: все источники	Дискуссии, доклады, презентации, кейсы
Тема 3. Организации как объекты социологии потребления	1. Индивидуальное и корпоративное потребление. 2. Рынок товаров промышленного назначения, его особенности. 3. Специфика покупательского поведения корпоративного потребителя. 4. Виды закупок товаров промышленного назначения. 5. Участники принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. 6. Этапы принятия решений о закупках товаров промышленного назначения. 7. Государственные учреждения как потребители. 8. Факторы, влияющие на закупщиков государственных учреждений. 9. Процедуры государственных закупок. 10. Основные проблемы при организации госзакупок в современной России. Рекомендуемые источники – раздел 7: все источники. Рекомендуемые источники – раздел 8: все источники	Дискуссии, доклады, презентации, кейсы.
Тема 4. Социально-экономические подходы к осмыслению феномена неравенства организационной культуры	1. Консьюмеризм. Маркетинг, маркетинговые стратегии. 2. Основные методы исследования поведения потребителей. 3. Подходы к типологизации потребителей. 4. Учет особенностей процесса принятия потребительских решений при разработке маркетинговой стратегии. 5. Сегментация потребительских рынков. 6. Современные рынки: глобализация и регионализация, универсальность и специфичность. 7. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии. 8. Маркетинговые коммуникации и их влияние на поведение потребителей Рекомендуемые источники – раздел 7: все источники. Рекомендуемые источники – раздел 8: все источники	Дискуссии, доклады, презентации, кейсы
Тема 5. Современные тенденции развития потребительского поведения	1. Традиционное и современное потребление. Теории новых типов обществ в социологии потребления. 2. Культура потребления, ее формирование и развитие. Высокая и массовая культура. 3. Общество массового потребления (А.Турен). Неомарксизм и франкфуртская школа о массовом потреблении. Общество изобилия (Ж.Бодрийяр). Гедонизм.	Дискуссии, доклады, презентации, кейсы

	4. Влияние культуры в условиях глобализации потребления. Макдональдизация. 5. Трансформации потребления в обществе постмодерна. 6. Трансформация желаний и потребностей. Понятие культурыпостмодернизма (З.Бауман). 7. Новые концепции потребления. Эстетизация повседневного потребления (М.Физерстоун). «Мозаичность» стилей жизни. Рекомендуемые источники – раздел 7: все источники. Рекомендуемые источники – раздел 8: все источники	

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 5

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Теоретико-методологический фундамент социологии потребления.	1. Основные концепции формирования ценности вещей (трудовая теория стоимости К.Маркса; маржинализм; концепция ценности Г. Зиммеля; теория знаковой стоимости и символического обмена Ж. Бодрийяра). 2. Потребление в неоинституциональной теории (Д. Норт). 3. Потребление общественных и бесплатных благ. 4. Потребление в условиях риска 5. Микроэкономический анализ потребления. 6. Разочарование в потреблении (А. Хиршман). 7. Культурологический подход к потреблению (М. Дуглас, Б. Ишервуд). 8. Основные этапы развития потребления в СССР. Модель потребления в условиях дефицита (Я. Корнаи). Изменения в потреблении в постсоветский период. 9. Институционализация защиты прав потребителей	1. Работа с учебной, научной и справочной литературой; 2. Подготовка докладов по теме; 3. Подготовка презентаций по теме; 4. Поиск информации в сети Интернет по заданной теме.
Тема 2. Индивиды и домохозяйства как объекты социологии потребления.	1. Потребности, их классификация. 2. Потребление эстетическихблаг. 3. Потребительское поведение. Стратегии и модели потребления. Типология факторов, объясняющих поведение потребителей. Мультифакторность потребительской активности. 4. Потребительская активность как социальная повседневность. Социально-демографические факторы потребительского поведения.Потребление в теорияхсоциальной стратификации. 5. Потребление и социальная включенность. Средний класс как потребитель. Особенности потребительского поведения различных демографических групп. Потребительское поведение на разных стадияхжизненного цикла семьи. Потребительская социализация. Понятие вовлеченности потребителей. 6. Массовая культура и потребление. Мода и потребление. Субкультуры и потребительские предпочтения. Контркультуры и потребление.	1. Работа с учебной, научной и справочной литературой; 2. Подготовка докладов по теме; 3. Подготовка презентаций потеме; 4. Поиск информации в сети Интернет по заданной теме.
Тема 3. Организации как	1. Проблемы формирования общей модели организационного покупательского поведения (Ф.	1. Работа с учебной, научной и справочной литературой;

объекты социологии потребления	Вебстер, Й. Винд). 2. Факторы, влияющие на покупателей товаровпромышленного назначения. 3. Специфика корпоративного покупательского поведения. 4. Покупочные намерения и типы покупок. Модели организационного покупательского поведения. Факторы организационного стиля. 5. Типы закупочных ситуаций. Процесс организации покупки. Процесс принятия решений о покупках в организациях.	2. Подготовка докладов по теме; 3. Подготовка презентаций потеме; 4. Поиск информации в сети Интернет по заданной теме.
Тема 4. Производители товаров и услуг как потребители научныхдостижений социологии потребления	1. Теории личности, их применение в маркетинге. 2. Теории приятия потребительских решений. Процесс принятия решений потребителями, его стадии и типы. Факторы, влияющие на принятие потребительского решения . 3. Вирусный маркетинг. 4. Понятие потребительской лояльности. Виды лояльности. Методы измерения потребительской лояльности. Программы лояльности.	1. Работа с учебной, научной и справочной литературой; 2. Подготовка докладов по теме; 3. Подготовка презентаций потеме; 4. Поиск информации в сети Интернет по заданной теме.
Тема 5. Современные тенденции развития потребительского поведения	1. Концепция общества потребления. Постиндустриальные общества как обществапотребления (Дж.Гэлбрейт, Э.Тоффлер). 2. Феномены гипер- и гипопотребления. Потребление секонд-хэнда. 3. Альтернативные формы потребления: дарообменники и др. Коллаборативное потребление.	1. Работа с учебной, научной и справочной литературой; 2. Подготовка докладов по теме; 3. Подготовка презентаций потеме; 4. Поиск информации в сети Интернет по заданной теме.

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

Нормативные правовые акты

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/ (дата обращения: 20.11.2022).

2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 20.11.2022).

3. Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 №353-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155986/ (дата обращения: 20.11.2022).

Основная литература

4. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/514432. — Текст : электронный

5. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 320 с. - ISBN 978-5- 9558-0404-0. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1853536. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

6. Драганчук, Л.С. Поведение потребителей: Учебное пособие - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 192 с. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: http://znanium.com/catalog/product/949261. – Текст: электронный.

7. Социология потребления = Sociology of consumption: учебное пособие / М.Е. Родионова [и др.]; Финуниверситет - Москва: Инфра-М, 2018. - 189 с. - Высшее образование: Бакалавриат. - Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: http://znanium.com/catalog/product/970001. – Текст: электронный.

8. Силласте Г.Г. Экономическая социология: учебное пособие для студ. вузов, обуч. в бакалавриате и магистратуре по напр. "Социология" / Г.Г. Силласте; Финуниверситет - М.: Альфа-М, 2012, 2015 - 480 с. - Текст : непосредственный. - То же - 2014. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468865. – Текст : электронный.

Журналы:

1. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены // URL: https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/index
2. Социодигер // URL: https://sociodigger.ru/
3. Народонаселение // http://www.isesp-ras.ru/narodonaselenie
4. Вопросы статистики // URL: https://voprstat.elpub.ru/jour
5. Социологические исследования (СОЦИС): https://www.socis.isras.ru/
6. Журнал социологических исследований // ЭБС ZNANIUM.com. [сайт].

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. ВЦИОМ (Всероссийский центризучения общественного мнения): http://www.wciom.ru/
2. Фонд «Общественное мнение»: http://www.fom.ru/
3. Центр независимых социологических исследований: http://cisr.ru/about.html
4. Институт социально-политических исследований РАН: http://www.испи.рф ; https://xn--h1aauh.xn--p1ai/
5. Институт социологии РАН: https://www.isras.ru/

6. Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова: https://www.msu.ru/index.php

7. Санкт-Петербургский государственный университет: https://spbu.ru/

8. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации: http://www. fa.ru/

9. Электронные ресурсы БИК:

• Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) http://elib.fa.ru/
• Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
• Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
• Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.com
• Образовательная платформа издательства «ЮРАЙТ» https://urait.ru/
• Электронно-библиотечная система издательства Проспект http://ebs.prospekt.org/books
• Электронно-библиотечная система издательства Лань https://e.lanbook.com/
• Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital http://lib.alpinadigital.ru/
• Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
• Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
• Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
• Academic Reference http://ar.cnki.net/ACADREF
• Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира http://search.ebscohost.com
• Электронные продукты издательства Elsevier http://www.sciencedirect.com
• Emerald: Management eJournal Portfolio https://www.emerald.com/insight/
• JSTOR Arts & Sciences I Collection http://jstor.org
• Scopus https://www.scopus.com
• Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks http://link.springer.com/
• База данных научных журналов издательства Wiley https://onlinelibrary.wiley.com/
• Электронная библиотека «Русская история» http://history-lib.ru/
• Электронная библиотека (электронный читальный зал) Президентской библиотеки им. Б.Н. Ельцина https://www.prlib.ru/
• Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) https://uisrussia.msu.ru/
• Цифровой архив научных журналов: http://arch.neicon.ru/xmlui/

10. Справочная правовая система «Консультант Плюс» http://www.consultant.ru/

11. Справочная правовая система «ГАРАНТ» http://www.garant.ru/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психологофизиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социальноактивные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению контрольной работы », разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплины

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Антивирусная защита Windows defender
2. Astra Linux, Libre Office

10.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

10.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

11.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1шт.
Стол студенческий двухместный – 14шт.
Стулья – 26шт.
Стул для преподавателя -1 шт.
Доска меловая – 1шт.
Кафедра – 1шт.

Технические средства обучения:

Компьютер – 1 шт.
Проектор – 1 шт.
Экран – 1 шт.

- для самостоятельной работы обучающихся предусмотрено помещение для самостоятельной работы (библиотека, читальный зал с выходом в интернет):

Помещение для самостоятельной работы

(Библиотека, читальный зал с выходом в интернет)

Мебель:

Стол студенческий двухместный – 9 шт.
Столы для автоматизированных рабочих мест (двухместные) - 4 шт.

Стулья – 26 шт.
Рабочее место библиотекаря:
Стол – 1 шт.
Стул – 1 шт.
Стеллажи для книг – 14 шт.
Шкаф закрытый для хранения учебного оборудования – 1 шт.
Каталожный шкаф – 1 шт.

Технические средства:
Компьютер с ПО для библиотекаря -1 шт.
Компьютер – 8 шт.
Комплект мультимедийного оборудования – 1 единица

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Социология потребления» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
- деловые игры;
- разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
- виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.