

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра соціальних структур та соціальних відносин



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Соціологія споживання

для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 054 «Соціологія»
освітній рівень бакалавр
освітня програма «Соціологія»
вид дисципліни вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	20 /20__
Семестр	3
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Викладачі: Маргарита ШИРОКОВА

Пролонговано: на 20 /20__ н.р. () « » 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20 /20__ н.р. () « » 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Розробник(и):

Маргарита ШИРОКОВА, кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних структур та соціальних відносин

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри соціальних структур
та соціальних відносин

(Олег МАЗУРИК)

Протокол № 12 від « 31 » 08 2021 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол від «31» серпня 2021 року № 1

Голова науково-методичної комісії  Тетяна ЧЕРВІНСЬКА

1. Мета дисципліни – формування у студентів сучасних знань та практичних умінь з осмислення теоретико-методологічних підходів до вивчення споживання у соціології та економіці, здійснення соціологічної інтерпретації феномену споживання як одного з основних засобів об'єктивізації способу життя людини у суспільстві, процесів соціальної взаємодії в контексті життєдіяльності людей, забезпечення потреб та досягнення соціальних цілей, розвитку здатності до самостійного отримання та аналізу інформації про споживчу поведінку різних соціальних спільностей і груп, використанню цих даних при вирішенні професійних завдань.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Знання студентами основ філософії, психології, соціології, економіки та маркетингу.
2. Володіння навичками читання і критичного аналізу соціальної інформації й текстів, опублікованих українською, англійською та російською мовами.
3. Володіння навичками аналітичних та пошукових методів соціологічної емпірики.

3. Анотація навчальної дисципліни: Навчальна дисципліна належить до дисциплін вільного вибору студента блоку «Соціальна аналітика». Дисципліна має на меті системне опанування студентами засад соціологічного дослідження феномену споживання в сучасному суспільстві та напрацювання умінь володіти відповідними методами та формами конструювання соціальних практик споживання. Дисципліна орієнтована на ознайомлення студентів з класичними та сучасними теоріями суспільства споживання, методами соціологічного дослідження поведінки споживачів, формування у студентів наукового розуміння соціального підґрунтя практик споживання. Навчальна дисципліна акумулює теоретичні та практичні знання про різні аспекти споживчої діяльності, спрямованої на задоволення та ідентифікацію потреб та інтересів соціальних груп. Її вивчення сприяє формуванню професійних і загальнокультурних компетенцій.

4. Завдання (навчальні цілі):

- вивчення особливостей соціологічного підходу до аналізу споживання як однієї з основних соціальних практик сьогодення;
- розкриття особливостей функціонування споживання в трансформаційних умовах сучасного соціуму;
- вироблення розуміння сутності інноваційних технологій формування торгових просторів та виявлення соціальних факторів споживання, а також способів маніпулювання споживчою поведінкою;
- формування навичок аналізу механізмів формування і трансляції системи цінностей і соціально схвалених стилів споживання в умовах сучасного суспільства.

Що спрямовано на формування наступних компетентностей:

- СК09. Здатність визначати теоретико-методологічні засади й формулювати ключові результати досліджень окремих галузей соціологічного знання.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Знати сучасні теоретичні та методологічні підходи до аналізу споживання як соціального явища.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота, іспит	20
1.2	Знати основні теоретичні парадигми, що розкривають базові поняття та категорії соціології споживання.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота, іспит	20
2.1	Вміти аналізувати соціальний контекст споживання у його матеріальних і символічно-репрезентативних елементах в	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота,	15

	рамках основних теоретичних парадигм соціології.		тематична доповідь, іспит	
2.2	Вміти адаптувати основні параметри дослідження споживання як складової системи соціальної взаємодії до умов повсякденного життя сучасного суспільства.	Лекція, практичне заняття, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота, іспит	15
3.1	Презентувати результати самостійного дослідження, демонструвати навички аргументованого представлення власної думки, компетентної та толерантної дискусії з опонентами.	Практичне заняття, самостійна робота	Індивідуальне завдання, презентація, тематична доповідь	5
4.1	Здійснювати самостійно аналітичну, дослідницьку та пошукову діяльність.	Практичне заняття, самостійна робота	Індивідуальне завдання, тематична доповідь	10
4.2	Вміти адаптувати основні параметри дослідження споживання як складової системи соціальної взаємодії до умов повсякденного життя сучасного суспільства.	Практичне заняття, самостійна робота	Індивідуальне завдання, тематична доповідь	15

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни	Програмні результати навчання						
	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	4.1	4.2
PH13. Застосовувати інструментарій соціологічної науки в дослідженні різних сфер суспільного життя.			+	+	+	+	+
PH14. Визначати теоретико-методологічні та концептуальні засади дослідження окремих галузей соціологічного знання.	+	+	+	+			

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання знань студентів:

- семестрове оцінювання:

1. Групова та індивідуальна робота: PH 1.1, PH 1.2, PH 2.1, PH 2.2 – max 20 / min 12 балів.
2. Тематична доповідь: PH 2.1, PH 3.1, PH 4.1, PH 4.2 – max 5 / min 3 балів.
3. Індивідуальне завдання: PH 3.1, PH 4.1, PH 4.2 – max 10 / min 6 балів.
4. Презентація індивідуального завдання: PH 3.1 – max 5 / min 3 балів.
5. Контрольні роботи: PH 1.1, PH 1.2, PH 2.1, PH 2.2 – max 20 / min 12 балів (2 роботи по max 10/ min 6 балів кожна).

- підсумкове оцінювання: письмовий іспит: PH 1.1, PH 1.2, PH 2.1, PH 2.2 (білет містить два питання) – max 40 / min 24 балів (max 20 / min 12 балів за кожне питання білету).

- умови допуску до підсумкового іспиту: студент не допускається до іспиту, якщо за семестр він набрав менше ніж 36 балів; такий студент допускається до іспиту за умови написання реферативної роботи змістом та обсягом відповідним кількості неопрацьованих ним протягом семестру тем дисципліни, а також повторного виконання контрольних робіт.

7.2. Організація оцінювання:

1. Групова та індивідуальна робота оцінюється за усні відповіді та доповнення за планом практичного заняття по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Тематична доповідь здійснюється кожним студентом групи на практичному занятті один раз на семестр.
3. Індивідуальне завдання виконується протягом вивчення навчальної дисципліни.

4. Презентація індивідуального завдання відбувається на передостанньому за графіком навчання практичному занятті.
5. Контрольна робота 1 виконується письмово у вигляді тестів після вивчення тем 1-5.
6. Контрольна робота 2 виконується письмово у вигляді тестів після вивчення тем 6-9.

7.3 Шкала відповідності оцінок.

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій та практичних занять.

№ теми	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
1. Споживання як галузь соціологічного знання.				
1.	Споживання як об'єкт соціологічного аналізу.	2	2	6
2.	Споживання в соціально-історичному контексті.	2	2	8
3.	Теоретичні підходи до аналізу споживання як соціального феномену.	4	4	8
4.	Соціальні інституції як регулятори споживання.	2	2	6
5.	Споживання як соціальна позиція.	4	4	6
Контрольна робота 1		-	2	-
2. Споживання як соціальні практики сучасного суспільства				
6.	Споживання як спосіб життя. Сфери споживання в умовах повсякденного життя.	4	4	8
7.	Споживча поведінка: особливості та фактори формування.	4	4	6
8.	Торговий простір як соціальне поле.	2	2	8
9.	Сучасне споживання: характерні особливості та трансформації в умовах глобальних змін.	2	4	6
Контрольна робота 2		-	2	-
ЗАГАЛОМ ПО КУРСУ		26	32	62

Загальний обсяг 120 год, у тому числі:

Лекцій – 26 год.

Практичних занять – 32 год.

Самостійної роботи – 62 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

1. Бурліцька О.П. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Поведінка споживачів» / укл. : О.П. Бурліцька. – Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. – 111 с.
2. Замкова Н.Л. Поведінка споживачів: Навчальний посібник / Н.Л. Замкова, І.І. Поліщук, Н.Ю. Буга, К.Ю. Соколюк. – Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 200 с.
3. Зоська Я.В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні: монографія / Я.В. Зоська. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 350 с.
4. Ильин В.И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В.И. Ильин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 433 с.
5. Тарасенко В.И. Социология потребления: методологические проблемы / В.И. Тарасенко. – К. : Наукова думка, 1993. – 168 с.
6. Щерба О. Суспільство споживання та консюмеризм – нові тенденції та виклики для України / О. Щерба // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2021. – № 29. – С. 85-92.
7. Ferguson C. Consumer Behavior: A Marketing Perspective / Carroll Ferguson. – CLANRYE International, 2020. – 212 p.
8. Kivinen D. A Social and Economic Theory of Consumption / David Kivinen, Keijo Rahkonen, Jukka Gronow, Arto Noro. – Springer, 2010. – 237 p.
9. Stillerman J. The Sociology of Consumption: A Global Approach / Joel Stillerman. – John Wiley & Sons, 2015. – 224 p.
10. Warde A. Consumption: A Sociological Analysis / Alan Warde. – Springer, 2016. – 261 p.

Додаткові:

11. Бауман З. Текучая современность / З. Бауман. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.

12. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – М. : Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
13. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М. : Рипол Классик, 2020. – 256 с.
14. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодрийяр; Пер. з фр. В. Ховхун. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
15. Бурстин Д.Дж. Сообщества потребления / Д.Дж. Бурстин // Thesis. – 1993. – Вып. 3. – С. 231-254.
16. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 213 с.
17. Гантер Б. Типы потребителей: введение в психографику: пер. с англ. / Б. Гантер, А. Фернхам. – СПб. : Питер, 2001. – 304 с.
18. Дебор Г. Общество спектакля / Ги-Луис Дебор. – М. : Опустошитель, 2020. – 280 с.
19. Зиммель Г. Мода / Г. Зиммель // Избранное. Т.2. Созерцание жизни. – М. : Юрист, 1996. – С. 266-291.
20. Ильин В.И. Поведение потребителей / В.И. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 223 с.
21. Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2005. – № 1. – С. 5-18.
22. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5 / Дж. Ритцер ; пер. с англ. А. Лазарева. – М. : Практика, 2011. – 592 с.
23. Суименко Е.И. Homo economicus современной Украины. Поведенческий аспект / Е.И. Суименко, Т.О. Ефременко. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2004. – 244 с.
24. Ульяновский А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А.В. Ульяновский. – СПб. : Питер, 2005. – 544 с.
25. Belk R.W. Collecting in a Consumer Society / Russell W. Belk. – Routledge, 2013. – 208 p.
26. Bourdieu P. The market of symbolic goods / Pierre Bourdieu // Poetics. – 1985. – Vol. 14. – Issues 1-2. – Pp. 13-44.
27. Cohen M.J. Social Change and the Coming of Post-consumer Society: Theoretical Advances and Policy Implications / Maurie J Cohen, Halina Szejnwald Brown, Philip J Vergragt. – Routledge, 2017. – 246 p.
28. Gabriel Y. The Unmanageable Consumer. Third Edition / Yiannis Gabriel, Tim Lang. – SAGE, 2015. – 280 p.
29. Ritçh E.L. New Perspectives on Critical Marketing and Consumer Society / Elaine L. Ritçh, Julie McColl. – Emerald Group Publishing, 2021. – 252 p.
30. Ritzer G. Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos / George Ritzer. – SAGE, 2001. – 257 p.
31. Smart B. Consumer Society: Critical Issues & Environmental Consequences / Barry Smart. – SAGE, 2010. – 264 p.