

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет соціології

Кафедра соціальних структур та соціальних відносин



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник декана

«28» 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Соціологія споживання»

для студентів

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

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2021/2022
Семестр	4
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Викладачі: Широкова М.С.

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

КИЇВ – 2020

Розробник(и):

Широкова М.С., кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних структур та соціальних відносин

ЗАТВЕРДЖЕНО

В.о. зав. кафедри соціальних структур та соціальних відносин

Куценко О.Д.

Протокол № 16 від «26» серпня 2020 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету соціології

Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

Голова науково-методичної комісії _____ Червінська Т.Г.

1. Мета дисципліни – формування у студентів сучасних знань та практичних умінь здійснювати соціологічну інтерпретацію 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, а також вироблення розуміння засад соціальної технологізації процесу споживання.

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 «Соціальні технології економічної сфери: менеджмент та маркетинг». Дисципліна має на меті системне опанування студентами засад соціологічного дослідження феномену споживання в сучасному суспільстві та напрацювання умінь володіти відповідними методами та формами соціальних технологій трансформації практик споживання. Курс орієнтований 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. Вивчення курсу 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 соціальних технологій формування торгових просторів та виявлення соціальних факторів споживання, а також технологій 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:

- СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.
- СК17. Вміння використовувати соціальні технології для аналізу соціально-економічних потреб різних цільових груп.

5. Результати навчання за дисципліною:

Код	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
	Результат навчання				
1.1	Знати сучасні теоретичні та методологічні підходи до аналізу споживання як соціального явища.		Лекція, семінар, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на семінарських заняттях, контрольна робота	20
1.2	Знати основні теоретичні парадигми, що розкривають базові поняття та категорії соціології споживання.		Лекція, семінар, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на практичних заняттях, контрольна робота	20
2.1	Вміти аналізувати соціальний контекст споживання у його матеріальних і символічно-репрезентативних елементах в рамках основних теоретичних парадигм соціології.		Лекція, семінар, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на семінарських заняттях, контрольна робота, тематична доповідь	15

2.2	Вміти адаптувати основні параметри дослідження споживання як складової системи соціальної взаємодії до умов повсякденного життя сучасного суспільства.	Лекція, семінар, самостійна робота	Групова та індивідуальна робота на семінарських заняттях, контрольна робота	15
3.1	Презентувати результати самостійного дослідження, демонструвати навички аргументованого представлення власної думки, компетентної та толерантної дискусії з опонентами.	Семінар, самостійна робота	Індивідуальне завдання, презентація, тематична доповідь	5
4.1	Здійснювати самостійно аналітичну, дослідницьку та пошукову діяльність.	Семінар, 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.	Семінар, 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
РН14. Використовувати соціальні технології моніторингу і оцінювання стану соціального середовища та вирішення нагальних соціальних проблем.	+	+		+		+	
РН18. Демонструвати вміння володіти відповідними методами та формами соціальних технологій залежно від потреб суб'єктів соціальної взаємодії.			+		+		+

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання знань студентів:

Семестрове оцінювання:

1. Групова та індивідуальна робота на семінарських заняттях: РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1, РН 2.2 – max 45 / min 27 балів.
2. Тематична доповідь: РН 2.1, РН 3.1, РН 4.1, РН 4.2 – max 15 / min 9 балів.
3. Індивідуальне завдання: РН 3.1, РН 4.1, РН 4.2 – max 15 / min 9 балів.
4. Презентація індивідуального завдання: РН 3.1 – max 5 / min 3 балів.
5. Контрольні роботи: РН 1.1, РН 1.2, РН 2.1, РН 2.2 – max 20 / min 12 балів.

Підсумкове оцінювання: у формі заліку. Якщо студент за семестр набрав менше ніж 60 балів; то має написати реферативні роботи змістом та обсягом відповідним кількості неопрацьованих протягом семестру тем дисципліни, а також виконати контрольні роботи.

7.2. Організація оцінювання:

1. Групова та індивідуальна робота на семінарських заняттях оцінюється за усні відповіді та доповнення за планом заняття по факту проведення, бали накопичуються протягом семестру.
2. Тематична доповідь здійснюється кожним студентом групи на семінарському занятті один раз на семестр.
3. Індивідуальне завдання виконується протягом вивчення навчальної дисципліни.
4. Презентація індивідуального завдання відбувається на передостанньому за графіком навчання семінарському 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.

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

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

№ теми	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота
1. Споживання як галузь соціологічного знання.				
1.	Споживання як об'єкт соціологічного аналізу.	2	2	8
2.	Споживання в соціально-історичному контексті.	2	2	8
3.	Теоретичні підходи до аналізу споживання як соціального феномену.	4	4	6
4.	Соціальні інституції як регулятори споживання.	2	2	8
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	6
7.	Споживча поведінка: особливості та фактори формування.	4	4	6
8.	Торговий простір як соціальне поле.	2	4	6
9.	Сучасне споживання: характерні особливості та трансформації в умовах глобальних змін.	2	4	6
Контрольна робота 2		-	2	-
ЗАГАЛОМ ПО КУРСУ		26	34	60

Загальний обсяг 120 год, у тому числі:

Лекцій – 26 год.

Семінарів – 34 год.

Самостійної роботи – 60 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

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

Додаткові:

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

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