

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Питання, задачі та завдання для поточного та
підсумкового контролю

з дисципліни «Соціологія споживання»

Харків – 2023 рік

Контрольні питання з курсу до заліку:

1. Об'єкт і предмет соціології споживання.
2. Сутність феномена споживання.
3. Історичні аспекти вивчення споживчої поведінки.
4. Основні традиції вивчення споживання в соціології.
5. Економічний підхід до аналізу споживчої поведінки.
6. Інституційний напрямок аналізу споживчої поведінки. Т. Веблен.
7. Консюмеризм як ідеологія суспільства масового споживання.
8. Індивідуальне споживання як відображення людини.
9. Поведінка споживачів у класичній економічній теорії.
10. Поведінка споживачів в маркетинговій концепції.
11. Поведінка споживачів в рамках поведінкової економіки.
12. Сегментування ринку. Цільова група. Позиціонування.
13. Категорія кон'юнктури. Ситуація попиту і пропозиції.
14. Фактори впливу на поведінку споживачів.
15. Споживча культурна революція. Консюмеризм.
16. Суспільство споживання як підсумок розвитку індустріального суспільства.
17. Маркетингова революція як передумова суспільного споживання.
18. Політика свободи споживчого вибору. Політичний маркетинг.
19. Загальна характеристика впливу культури на поведінку споживачів.
20. Вплив культури на поведінку перед покупкою і покупку.
21. Вплив культури на споживання і звільнення від товару.
22. Вплив цінностей та норм на поведінку споживачів.
23. Соціалізація споживачів. Основні агенти соціалізації споживачів.
24. Сім'я і домогосподарство як фактор споживчої поведінки.
25. Визначення сім'ї та домогосподарства.
26. Характеристики сім'ї і домогосподарства, що визначають споживчу поведінку.
27. Суб'єкти споживчої поведінки сім'ї.
28. Роль подружжя в прийнятті рішень про покупку.
29. Фактори, що впливають на процес прийняття рішення подружжя про покупку.
30. Вплив життєвого циклу сім'ї на споживчу поведінку.
31. Діти, як фактор споживчої поведінки.
32. Сегментація ринку за соціальним статусом. Особливості споживчої поведінки представників різних соціальних класів.
33. Індивідуальна статусна позиція споживача. Соціальна роль.
34. Споживчий габітус. Індивідуалізація.
35. Особливості інформаційного пошуку різних соціальних груп.
36. Вплив соціального статусу на процес покупки.

- 37.Феномен демонстративної поведінки.
- 38.Первинне накопичення капіталу і демонстративне споживання.
- 39.Динаміка демонстративного споживання.
- 40.Феномен компенсаторного споживання.
- 41.Продукт і товар. Утилітарна, ринкова, символічна, соціальна, гедоністична вартість (цінність) товару.
- 42.Торгова марка. Бренд. Брендизація. Брендінг.
- 43.Роль реклами у формуванні споживчої життєвої філософії.
- 44.Типи ставлення споживачів до реклами.
- 45.Групові комунікації як фактор прийняття споживчих рішень.
- 46.Ідентифікаційний вплив референтних груп на поведінку споживачів.
- 47.Інформаційне вплив референтних груп на поведінку споживачів.
- 48.Нормативний вплив референтних груп на поведінку споживачів.
- 49.Вплив референтної групи на вибір товарної категорії та бренду.
- 50.Функції референтної групи в регуляції поведінки споживачів.
- 51.Сучасні форми соціальної нерівності в споживанні.
- 52.Поняття бідності. Абсолютна і відносна бідність. Злидні.
- 53.Типологія поведінки споживачів: раціональна поведінка, традиційна поведінка, спорадична поведінка, ірраціональна поведінка, інструментальна поведінка.
- 54.Фізичний та психічний потенціал споживача. Поріг індивідуальних домагань.
- 55.Стиль життя як вільний вибір. Силове поле стилю життя. Кола стилю споживання. Соціальна роль споживача.
- 56.Модель прийняття рішення споживачем.
- 57.Стадії ухвалення рішення. Усвідомлення потреби. Пошук інформації. Купівля. Споживання. Оцінка результатів споживання.
- 58.Види покупок. Первинна покупка. Повторні покупки. Імпульсні покупки.
- 59.Шопінг - як життєвий спектакль. Шопінг як гра. Шопінг-залежність.
- 60.Основні споживчі практики сучасного суспільства.

Індивідуальні завдання – оцінюються викладачем або за результатами доповіді на практичному занятті або окремо за наданим текстом.

Виконання проекту передбачає командну(2-3 студента) або індивідуальну дослідницьку роботу за вибраною темою, підготовку письмового звіту та проведення презентації за допомогою мультимедійного обладнання в присутності викладачів кафедри. Командний проект – це пізнавально-аналітична робота.

Ціль проекту полягає в перевірці успішності засвоєння студентами категоріального апарату соціології та уміння використовувати соціологічну уяву для аналізу явищ і процесів, що відбуваються у суспільстві.

Індивідуальний проект виконується за персональною темою.

Командний проект – це пізнавально-аналітична робота групи студентів (3-4 люд.). Зміст командного проекту полягає в критичному аналізі підходів і точок зору по одній із соціальних проблем.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Протягом семестру здійснюється підготовка та захист презентації за темами командних та індивідуальних проектів, відповідно до тем курсу.

№ з/п	Назва індивідуального завдання та (або) його розділів	(на якому тижні)
1	Підготуватися до дискусії на тему: Соціологія споживання в системі наук, які вивчають споживання: економіка, психологія, соціальна антропологія.	1-2
2	Підготувати командні проекти на теми: Економічний підхід до аналізу споживчої поведінки. Інституційний напрямок аналізу споживчої поведінки. Т. Веблен. Сучасний соціологічний підхід до аналізу споживачів.	3
3	Підготувати командний проект на тему: Консюмеризм - громадянська релігія суспільства споживання.	4
4	Підготувати командний проект на тему: Індивідуальне споживання як відтворення людини. Сучасні зрушення в індивідуальному споживанні.	5
5	Підготувати командний проект на тему: Фактори, що формують процес прийняття рішення споживачем. Індивідуальні відмінності. Вплив середовища. Психологічні процеси.	6
6	Підготувати командний проект на тему: Право, мораль, звичай і ритуал як регулятори	7-8

	споживання.	
8	Підготуватися до дискусії на тему: Сучасні зразки споживчої контркультури. Панки. Скінхеди. Феміністська контркультура.	9
9	Проаналізувати рекламні оголошення (не менше ніж 200). Оформити та представити отримані результати у вигляді презентації.	9
10	Підготуватися до дискусії на тему: – Роль реклами у формуванні споживчої життєвої філософії. Типи ставлення споживачів до реклами. – Реклама як інструмент «зомбування».	9
11	Підготуватися до дискусії на тему: – Поняття бідності. Абсолютна та відносна бідність. Злидні. – Поняття депривації	9
12	Підготувати командний проект на тему: Сім'я і домогосподарство як фактор споживчої поведінки	10
13	Підготуватися до дискусії на тему: Шопінг - як життєвий спектакль. Шопінг як гра. Шопінг-залежність.	10
14	Розробити програму та інструментарій пілотажного дослідження за однією з тем (або запропонувати власну та узгодити її з викладачем): – споживча поведінка на ринку освітніх послуг; – споживча поведінка на ринку послуг громадського транспорту; – споживча поведінка на ринку питної бутильованої води; – споживча поведінка на ринку кисломолочної продукції; – споживча поведінка на ринку туристичних послуг; – споживча поведінка на ринку неформального сектору освіти в м. Харкові; – споживча поведінка на ринку пральних машин; – споживча поведінка на ринку мобільних телефонів; – споживча поведінка на ринку спортивного взуття – споживча поведінка на ринку пральних порошоків.	10

