

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціології і публічного управління
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Соціологія споживання

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань 5 Соціальні та поведінкові науки
(шифр і назва)

спеціальність 054 Соціологія
(шифр і назва)

освітня програма Соціологія управління
(назви освітніх програм спеціальностей)

вид дисципліни професійна підготовка; обов'язкова
(загальна підготовка / професійна підготовка; обов'язкова/вибіркова)

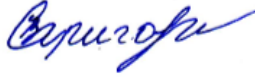
форма навчання денна
(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2023 рік

ЛИСТ ЗАТВЕРДЖЕННЯ


Робоча програма з навчальної дисципліни Соціологія споживання
(назва дисципліни)

Розробник:

старший викладач  Григор'єва С.В.
(посада, науковий ступінь та вчене звання) (підпис) (ініціали та прізвище)

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри
соціології і публічного управління
(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

Протокол від «30» червня 2023 року № 6

Завідувач кафедри  В.М.Мороз
(підпис) (ініціали та прізвище)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Шифр та назва освітньої програми 054 “Соціологія управління”

Кафедра соціології і публічного управління

(назва кафедри на якій викладається дисципліна)

Гарант ОП

Бірюкова М.В.

(ПІБ)



30.06.2023

(Підпис, дата)

Завідувач кафедрою

Мороз В.М.

(ПІБ)



30.06.2023

(Підпис, дата)

ЛИСТ ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕННЯ РОБОЧОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

№ зп	Дата засідання кафедри-розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри (яка викладає)	Підпис завідувача кафедри (на якій викладається)	Підпис гаранта освітньої програми
1					
2					
3					
4					
5					

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ТА СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу: ознайомлення студентів із загальними поняттями соціології споживання, принципами досліджень споживчої поведінки.

Компетентності:

- СК01. Здатність оперувати базовим категоріальнопонятійним апаратом соціології.
- СК02. Здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій.
- СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.

Результати навчання:

- РН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.
- РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі.
- РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.
- РН15. Знати специфіку різних видів соціального управління, вміти здійснювати соціологічний супровід управлінської діяльності в різних сферах суспільного життя..

У результаті вивчення дисципліни «Соціологія споживчої поведінки» студенти повинні:

Знати:

- основні поняття соціології споживання;
- основні концепції соціології споживання;
- роль і завдання досліджень споживчої поведінки;
- способи збору інформації о споживчій поведінки;
- процедуру аналізу споживчої поведінки;

Вміти:

- аналізувати динаміку культури споживання в різні періоди розвитку суспільства;
- визначати и і створювати символічну складову споживання, аналізувати споживання як комунікацію і як текст;
- володіти методами соціологічного аналізу споживання в сучасних умовах;

- формулювати задачі дослідження споживчої поведінки;
- проводити аналіз і інтерпретацію даних о споживчої поведінки;

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Попередні дисципліни:	Наступні дисципліни:
Загальна соціологія	
Методологія та методи соціологічних досліджень	
Соціологія маркетингу	
Соціологія економіки	

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(розподіл навчального часу за семестрами та видами навчальних занять)

Семестр	Загальний обсяг (годин) / кредитів ECTS	З них		За видами аудиторних занять (годин)			Індивідуальні завдання студентів (КП, КР, РГ, Р, РЕ)	Поточний контроль Контрольні роботи (кількість робіт)	Семестровий контроль	
		Аудиторні заняття (годин)	Самостійна робота (годин)	Лекції	Лабораторні заняття	Практичні заняття, семінари			Залік	Екзамен
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
8	90/3	30	60	10		20	32 РЕ	2	+	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загального обсягу складає 33 %

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п.	Види навчальних занять (Л, ЛЗ, ПЗ, СР)	Кількість годин	Номер семестру (якщо дисципліна викладається у декількох семестрах). Назви змістових модулів. Найменування тем та питань кожного заняття. Завдання на самостійну роботу.	Рекомендована література (базова, допоміжна)
1	2	3	4	6
1	Л	2	<p>Тема 1. Вступ. Споживання як предмет наукового вивчення. Споживання як соціальне явище.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Об'єкт і предмет соціології споживання. Сутність феномена споживання. 2. Історичні аспекти вивчення споживчої поведінки 3. Класичні основи соціології споживання. 4. Нові підходи до вивчення споживання. 5. Виробництво і споживання. Виробниче споживання. 6. Індивідуальне споживання як відтворення людини. 	1-5, 7, 8
2	С	12	<p>Тема 1. Споживання як предмет наукового вивчення та соціальне явище.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поведінка споживачів в класичній економічній теорії та маркетинговій концепції 2. Поведінка споживачів в рамках поведінкової економіки 3. Консюмеризм як ідеологія суспільства масового споживання. 4. Виробництво і споживання – категорії соціальної науки. 5. Загальна структура виробництва. Споживання як кінцева мета виробництва. 	1-5, 7,8
3	ПЗ	4	<p>Тема 1. Споживання як предмет наукового вивчення та соціальне явище.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соціологія споживання: об'єкт і предмет наукової дисципліни. Фактори зовнішнього середовища бізнесу, що впливають на зміну підходів до аналізу споживчої поведінки. 2. Економічний підхід до аналізу споживчої поведінки. 3. Інституційний напрямок аналізу споживчої поведінки. Т. Веблен. 4. Сучасний соціологічний підхід до аналізу споживачів. 5. Продуктивне й індивідуальне споживання. 6. Індивідуальне споживання як відтворення людини. Сучасні зрушення в індивідуальному споживанні. 	1-5, 7,8
4	Л	2	<p>Тема 2. Суспільство масового споживання.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суспільне споживання як підсумок розвитку індустріального суспільства. 	1-6, 9

			<p>2. Соціально-економічні основи суспільства споживання.</p> <p>3. Споживча культурна революція. Консюмеризм.</p> <p>4. Політика суспільного споживання.</p> <p>5. Особливості споживання в умовах військових дій.</p>	
5	С	12	<p>Тема 2. Суспільне масове споживання.</p> <p>1. Поняття споживчої страти.</p> <p>2. Ідентичність споживача.</p> <p>3. Споживча соціалізація.</p>	1-6, 9
6	ПЗ	4	<p>Тема 2. Суспільство масового споживання.</p> <p>1. Загальна характеристика суспільства споживання.</p> <p>2. Маркетингова революція як передумова суспільства споживання.</p> <p>3. Масове споживання в постіндустріальному суспільстві.</p> <p>4. Консюмеризм - громадянська релігія суспільства споживання.</p> <p>5. Політика свободи споживчого вибору. Політичний маркетинг.</p>	1-6, 9
7	Л	2	<p>Тема. 3. Прийняття рішення споживачем.</p> <p>1. Модель прийняття рішення споживачем.</p> <p>2. Стадії ухвалення рішення. Усвідомлення потреби. Пошук інформації. Оцінка варіантів перед придбанням. Купівля. Споживання. Оцінка результатів споживання.</p> <p>3. Фактори, що формують процес прийняття рішення. Індивідуальні відмінності. Вплив середовища. Психологічні процеси.</p>	1-6
8	С	12	<p>Тема. 3. Прийняття рішення споживачем.</p> <p>1. Мотивація і встановлення мети в ухваленні рішення.</p> <p>2. Психологічні чинники, що впливають на поведінку споживачів</p> <p>3. Психологічні основи прийняття рішення про покупку і надані послуги.</p> <p>4. Моделі прийняття рішень в організаціях.</p>	1-6
9	ПЗ	4	<p>Тема. 3. Прийняття рішення споживачем.</p> <p>1. Континуум процесу рішення і його параметри.</p> <p>2. Види покупок. Первинна покупка. Повторні покупки. Імпульсні покупки. Способи прийняття рішення.</p> <p>3. Пошук різноманітності в споживанні.</p>	1-6
10	Л	2	<p>Тема 4. Культура як фактор споживчої поведінки</p> <p>1. Фактори впливу на поведінку споживачів</p> <p>2. Загальна характеристика впливу культури на поведінку споживачів.</p> <p>2.1. Вплив культури на поведінку перед закупівлею і покупку</p> <p>2.2. Вплив культури на споживання і звільнення від товару</p> <p>3. Вплив цінностей та норм на поведінку споживачів.</p>	1-8
11	С	12	<p>Тема 4. Культура як фактор споживчої поведінки</p> <p>1. Категорія культури.</p> <p>2. Масова культура.</p> <p>3. Структура культури. Субкультура, норми, структура норми, цінності.</p>	1-8

			4. Право, мораль, звичай і ритуал як регулятори споживання. 5. Соціалізація, агенти соціалізації, фази соціалізації, ресоціалізація. Санкції.	
12	ПЗ	4	Тема 4. Культура як фактор споживчої поведінки. 1. Консервативна та інноваційна функції культури. Дуальність культури. 2. Феномен високої культури в споживанні. 3. Культура як практика і засіб комунікації.	1-8
13	Л	2	Тема 5. Вплив референтних груп на поведінку споживачів 1. Групові комунікації як фактор прийняття споживчих рішень. 2. Ідентифікаційний вплив референтних груп на поведінку споживачів 3. Інформаційний вплив референтних груп на поведінку споживачів 4. Нормативний вплив референтних груп на поведінку споживачів 5. Вплив референтної групи на вибір товарної категорії та бренду	1-8
14	С	12	Тема 5. Вплив референтних груп на поведінку споживачів 1. Роль реклами в формуванні споживчої життєвої філософії. 2. Соціальне конструювання проблем ідентичності. 3. Типи ставлення споживачів до реклами.	1-8
15	ПР	4	Тема 5. Вплив референтних груп на поведінку споживачів 1. Від пропаганди до реклами. Споживча цінність реклами. 2. Реклама як інструмент «зомбування». Конструювання проблеми в рекламі. 3. Імідж. Конструювання іміджу. 4. Соціальна конструкція. Влада. Влада експертів. Влада «Зірок».	1-8
Разом(годин)		90		

САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва видів самостійної роботи	Кількість годин
1	Опрацювання лекційного матеріалу	10
2	Підготовка до практичних(семінарських) занять	20
3	Самостійне вивчення тем та питань, які не викладаються на лекційних заняттях	16
4	Виконання індивідуальних завдань, підготовка командних проєктів	14
	Разом	60

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 споживання.	7-8
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	10

	узгодити її з викладачем): <ul style="list-style-type: none"> – 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 порошків. 	
--	---	--

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час проведення лекційних занять з навчальної дисципліни передбачено застосування таких методів навчання: пояснювально-ілюстративний метод (демонстрація на екрані слайдів презентацій, візуалізації навчального матеріалу); метод проблемного викладення; частково-пошуковий, або евристичний метод (лекції за окремими темами викладаються в проблемній формі)

Під час проведення семінарських занять застосовується: репродуктивний метод (засвоєння базових понять курсу); частково-пошуковий, або евристичний метод (під час підготовки індивідуальних проєктів); дослідницький метод (студенти самостійно вивчають літературу, джерела, ведуть дослідження, виміри та виконують інші пошукові дії для створення презентації на задану тему). Семінарські заняття можуть бути побудовані у формі дискусії.

Лекції – викладення теоретичного матеріалу лектором згідно навчальної програми і розподілу годин поміж темами. Використовуються різні інтерактивні форми активізації аудиторії та відеопрезентації вербальної інформації. Лектор має власний конспект, що відображає основний зміст теми, студенти занотують нову інформацію у власні конспекти.

Практичні заняття – проводяться у формі семінарських занять. Для семінарських занять студенти опрацьовують лекційний матеріал, готують виступи з використанням навчальної і наукової літератури, виступають з презентаціями. Лектор оцінює активність студентів впродовж семінару за прийнятою шкалою оцінок в балах. Під час семінарського заняття обов'язково за кожною темою оцінюються рівень знань студентів за допомогою тестових завдань та письмової самостійної роботи на знання основних понять за темою. На семінарському Семінарські заняття можуть бути побудовані у формі ділової гри або дискусії.

Індивідуальне завдання – вид самостійної роботи поза аудиторними годинами, коли студент, використовуючи лекційний матеріал та додаткові джерела знань, розробляє особисту тему.

Підготовка презентації – вид самостійної роботи, що виконується студентом поза аудиторними годинами. Студент вільно обирає тематику з числа тем, які пропонуються планами семінарських занять, або узгоджує з викладачем ініціативну

тематику. Наступним кроком студент здійснює бібліографічний пошук, використовуючи бібліотечні фонди або Інтернет-ресурси. Також складає план презентації або ставить питання, на які треба отримати аргументовану відповідь. Опанувавши джерела за темою, студент розкриває зміст питань та представляє виконану роботу на семінарі. Обсяг презентації – 16-25 слайдів, текст доповіді – 4-6 стандартних сторінок, набраних на комп'ютері. Основний зміст презентації доповідається у вільній формі на семінарському занятті, і студент отримує оцінку від викладача.

МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

1. Підсумковий (семестровий) контроль проводиться у формі заліку або шляхом накопичення балів за поточним контролем по змістовним модулям.

Залік – письмова або усна відповідь на питання, що містяться в екзаменаційному білеті. Питання залікових білетів доводяться до студентів заздалегідь. Лектор-екзаменатор оцінює якість відповіді студента за прийнятою шкалою академічних оцінок.

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.

2.Поточний контроль проводиться за результатами роботи студентів на семінарських заняттях, методом оцінювання контрольних робіт, шляхом оцінювання тестів, самостійних робіт, індивідуальних завдань, командних проєктів, презентацій.

Контроль на семінарських заняттях – оцінювання виступів студентів, відповідей на питання поставлені викладачем, оцінці виконання тестових завдань, оцінок під час самостійних робіт, оцінювання внеску окремих студентів у групову роботу, наприклад, активність в діловій грі.

Контрольна робота – вид поточного контролю знань студентів, який має на меті виявити рівень знань студентів, що отримані за пройденим матеріалом. Дата проведення контрольної роботи доводиться до студентів і призначається по завершенню вивчення змістовного модулю. Питання або практичні завдання готує викладач, що веде практичні заняття, вони узгоджуються з лекційними питаннями і тематикою семінарських занять. Завдання можуть передбачати творчу роботу, відповідь на тестові завдання тощо. Контрольна робота виконується у письмовій формі в присутності викладача, оцінюється за прийнятою шкалою і оцінка може використовувати викладачем для підрахунку кумулятивного балу за підсумками вивчення дисципліни.

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 – 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.

**РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ, ТА ШКАЛА
ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА УМІНЬ (НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS)**

Таблиця 1. Розподіл балів для оцінювання успішності студента для іспиту

Контрольні роботи (тестові за темами)	Контрольні роботи (за модулями)	Індивідуальні завдання (проекти)	залік	Сума
30 (5*6)	20 (10*2)	30	20	100

Таблиця 2. Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ЄКТС

Рейтингов а Оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національн а оцінка	Критерії оцінювання	
			позит ивні	негативні
1	2	3	4	5
90-100	A	Відмінно	<p>- Глибоке знання навчального матеріалу модуля, що містяться в основних і додаткових літературних джерелах;</p> <p>- вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку;</p> <p>- вміння проводити теоретичні розрахунки;</p> <p>- відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно послідовні;</p> <p>- вміння вирішувати складні практичні задачі.</p>	Відповіді на запитання можуть містити незначні неточності

82-89	В	Добре	<p>- Глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу, що передбачений модулем;</p> <p>- вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки;</p> <p>- вміння вирішувати складні практичні задачі.</p>	Відповіді на запитання містять певні неточності ;
75-81	С	Добре	<p>- Міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування;</p> <p>- вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки;</p> <p>- вміння вирішувати практичні задачі.</p>	- невміння використовувати теоретичні знання для вирішення складних практичних задач .
64-74	Д Д	Задовільно	<p>- Знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування;</p> <p>- вміння вирішувати прості практичні задачі.</p>	Невміння давати аргументовані відповіді на запитання; <p>- невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки;</p> <p>- невміння вирішувати складні практичні задачі.</p>

60-63	Е	Задовільно	<p>- Знання основних фундаментальних положень матеріалу модуля, - вміння вирішувати найпростіші практичні задачі.</p>	<p>Незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу модуля; - невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; - невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач</p>
35-59	FX (потрібне додаткове вивчення)	Незадовільно	<p>Додаткове вивчення матеріалу модуля може бути виконане в терміни, що передбачені навчальним планом.</p>	<p>Незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу модуля; - істотні помилки у відповідях на запитання; - невміння розв'язувати прості практичні задачі.</p>
1-34	F (потрібне повторне вивчення)	Незадовільно	-	<p>- Повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу модуля; - істотні помилки у відповідях на запитання; - незнання основних фундаментальних положень; - невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач</p>

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(надається перелік складових навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни та посилання на сайт, де вони розташовані)

- 1) сілабус
- 2) робоча програма навчальної дисципліни
- 3) навчальний контент (конспект або розширений план лекцій);
- 4) плани семінарських занять
- 5) завдання для самостійної роботи студентів
- 6) питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь студентів
- 7) бібліотечний фонд університету і кафедри
- 8) сайт кафедри: <http://web.kpi.kharkov.ua/sp/054-sotsiologiya-bakalavr-2/>

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література

1	Опорний конспект лекцій із дисципліни "Поведінка споживачів" / укл.: О. П. Бурліцька. – Тернопіль : ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. – 111 с. http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/29440
2	Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів: Навчальний посібник. – Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 200 с. https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26445.pdf
3	Бабко Н. М., Мандич О. В., Сєвідова І. О., Романюк І. А. Квятко Т. М., Иванова Р. Х. Поведінка споживача Навчальне видання Навчальний посібник — Х., 2020. — 170 с. http://internal.khntusg.com.ua/fulltext/PAZK/UCHEBNIKI/POVEDINKA%20SPOZHIVACHA.pdf
4	Споживча поведінка українських домогосподарств : монографія / Ю. Ф. Пачковський, А. О. Максименко. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 292 с. http://elcat.pnpu.edu.ua/docs/%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D1%87%D0%B0.pdf

Допоміжна література

5	Sociology: Understanding and Changing the Social World https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/38
6	ЗоськаЯ. В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні : монографія. Запоріжжя, 2011.
7	Тарасенко В. І. Соціологія споживання: методологічні проблеми [Текст] / В. І. Тарасенко. – К.: Наук. думка, 1994.
8	<u>Хрустальов, Ф. С.</u> Особливості медіаспоживання різних соціальних груп / Ф. С. Хрустальов // Грані : Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. - 2014. - № 2. - С. 132-137
9	The consumer society / edited by Neva R. Goodwin, Frank Ackerman, and David Kiron. Washington, D.C. : Island Press, 1997.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

- www.sau.kiev.ua – офіційний сайт соціологічної асоціації України (устав САУ, кодекс професійної етики соціолога, указ президента про розвиток соціологічної науки).
- www.useps.org– офіційний сайт українського центру економічних та політичних досліджень ім. Разумкова (представлені результати досліджень, діаграми, кількісні показники, наводяться дані порівняльних досліджень).
- www.socis.kiev.ua – сайт центру соціальних та маркетингових досліджень (Київ), викладено багатий емпіричний матеріал (результати соціологічних досліджень, публікації центру, статистичні дані).
- www.sociology.kharkov.ua– Sociology Hall, сайт соціологічного факультету ХНУ ім. В. Н. Каразіна.
- <http://www.socium.info/library.html> – бібліотека соціологічної літератури
- www.uceps.com.ua/ukr/all/sociology (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м.Київ).
- www.ukrstat.gov.ua (Статистичні матеріали Держкомстату України)

- www.sociology.kharkov.ua (Домашня сторінка харківських соціологів)
- www.i-soc.com.ua (Домашня сторінка Інституту соціології НАН України)