



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни

Соціологія споживання



Шифр та назва спеціальності

054 – Соціологія

Інститут

ННІ соціально-гуманітарних технологій

Освітня програма

Соціологія управління

Кафедра

Соціології і публічного управління(305)

Рівень освіти

Бакалавр

Тип дисципліни

Спеціальна (фахова), Обов'язкова

Семестр

8

Мова викладання

Українська

Викладачі, розробники



Григор'єва Світлана Василівна

svitlana.grygoryeva@khi.edu.ua

Старший викладач кафедри соціології і публічного управління (НТУ «ХП»)

Авторка понад 44 наукових і навчально-методичних публікацій. Провідна лекторка з курсів: «Основи демографії», «Соціологія культури», «Соціологія споживання», «Риторика», «Соціальна статистика», «Якісні методи в соціологічних дослідженнях».

Детальніше про викладача на сайті кафедри:

<https://web.kpi.kharkov.ua/sp/professors-ko-vikladats-kij-sklad/>

Загальна інформація

Анотація

У результаті вивчення дисципліни «Соціологія споживання» студенти повинні засвоїти основні поняття соціології споживання; основні концепції соціології споживання; роль і завдання досліджень споживчої поведінки; способи збору інформації о споживчій поведінки; процедуру аналізу споживчої поведінки.

Мета та цілі дисципліни

Ознайомлення студентів із загальними поняттями соціології споживання, принципами досліджень споживчої поведінки

Формат занять

Лекції, практичні заняття, консультації.. Підсумковий контроль – залік.

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

PH01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

PH03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі.

PH04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.

PH15. Знати специфіку різних видів соціального управління, вміти здійснювати соціологічний супровід управлінської діяльності в різних сферах суспільного життя.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 90 год. (3 кредити ECTS): лекції – 10 год., практичні заняття – 20 год., самостійна робота – 60 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання та практичні навички з наступних дисциплін: "Загальна соціологія", "Методологія та методи соціологічних досліджень", "Соціологія маркетингу", "Соціологія економіки".

Особливості дисципліни, методи та технології 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

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Вступ. Споживання як предмет наукового вивчення. Споживання як соціальне явище.

Об'єкт і предмет соціології споживання. Сутність феномена споживання. Історичні аспекти вивчення споживчої поведінки. Класичні основи соціології споживання. Нові підходи до вивчення споживання. Виробництво і споживання. Виробниче споживання. Індивідуальне споживання як відтворення людини.

Тема 2. Суспільство масового споживання.

Суспільне споживання як підсумок розвитку індустріального суспільства. Соціально-економічні основи суспільства споживання. Споживча культурна революція. Консюмеризм. Політика суспільного споживання. Особливості споживання в умовах військових дій.

Тема 3. Прийняття рішення споживачем.

Модель прийняття рішення споживачем. Стадії ухвалення рішення. Усвідомлення потреби. Пошук інформації. Оцінка варіантів перед придбанням. Купівля. Споживання. Оцінка результатів споживання. Фактори, що формують процес прийняття рішення. Індивідуальні відмінності. Вплив середовища. Психологічні процеси.

Тема 4. Культура як фактор споживчої поведінки

Фактори впливу на поведінку споживачів. Загальна характеристика впливу культури на поведінку споживачів. Вплив культури на поведінку перед закупівлею і покупку. Вплив культури на споживання і звільнення від товару. Вплив цінностей та норм на поведінку споживачів.

Тема 5. Вплив референтних груп на поведінку споживачів

Групові комунікації як фактор прийняття споживчих рішень. Ідентифікаційний вплив референтних груп на поведінку споживачів. Інформаційний вплив референтних груп на поведінку

споживачів. Нормативний вплив референтних груп на поведінку споживачів. Вплив референтної групи на вибір товарної категорії та бренду

Теми практичних занять

Тема 1. Споживання як предмет наукового вивчення та соціальне явище.

Соціологія споживання: об'єкт і предмет наукової дисципліни. Фактори зовнішнього середовища бізнесу, що впливають на зміну підходів до аналізу споживчої поведінки. Економічний підхід до аналізу споживчої поведінки. Інституційний напрямок аналізу споживчої поведінки. Т. Веблен. Сучасний соціологічний підхід до аналізу споживачів. Продуктивне й індивідуальне споживання. Індивідуальне споживання як відтворення людини. Сучасні зрушення в індивідуальному споживанні.

Тема 2. Суспільство масового споживання.

Загальна характеристика суспільства споживання. Маркетингова революція як передумова суспільства споживання. Масове споживання в постіндустріальному суспільстві. Консюмеризм - громадянська релігія суспільства споживання. Політика свободи споживчого вибору. Політичний маркетинг.

Тема 3. Прийняття рішення споживачем.

Континуум процесу рішення і його параметри. Види покупок. Первинна покупка. Повторні покупки. Імпульсні покупки. Способи прийняття рішення. Пошук різноманітності в споживанні.

Тема 4. Культура як фактор споживчої поведінки.

Консервативна та інноваційна функції культури. Дуальність культури. Феномен високої культури в споживанні. Культура як практика і засіб комунікації.

Тема 5. Вплив референтних груп на поведінку споживачів

Від пропаганди до реклами. Споживча цінність реклами. Реклама як інструмент «зомбування». Конструювання проблеми в рекламі. Імідж. Конструювання іміджу. Соціальна конструкція. Влада. Влада експертів. Влада «Зірок».

Теми лабораторних робіт

Лабораторні роботи в рамках дисципліни не передбачені.

Самостійна робота

Курс передбачає виконання індивідуального завдання у вигляді презентацій за темою курсу, яку студент вільно обирає з числа тем, які пропонуються або узгоджує з викладачем ініціативну тематику. Студент здійснює бібліографічний пошук, 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. Основний зміст презентації доповідається у вільній формі на семінарському занятті, і студент отримує оцінку (20 балів), що додаються до загального рейтингу

Література та навчальні матеріали

Основна 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., Севідова 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>

Додаткова література:

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

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% підсумкової оцінки складаються з результатів оцінювання у вигляді заліку (20%) та поточного оцінювання (80%).

Залік: тестові завдання за темами курсу.

Поточне оцінювання: контрольні роботи (20%), індивідуальні завдання/проекти (презентації) (30%) та тестові завдання по кожному практичному заняттю (30%)

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХП»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХП» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри
Володимир МОРОЗ

30.06.2023

Дата погодження, підпис

Гарант ОП
Марина БІРЮКОВА

30.06.2023

