

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра общей и этнической социологии

Ф.Ф.ИШКИНЕЕВА, Ж.В.САВЕЛЬЕВА

СОЦИОЛОГИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Учебно-методическое пособие

Казань-2021

ВЫПИСКА

из протокола № 5 заседания учебно-методической комиссии
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
от 12 мая 2021 года

Состав комиссии: 5 человек

Присутствовало на заседании: 5 человек

СЛУШАЛИ: О рекомендации к размещению в базе учебно-методических ресурсов (электронной библиотеке) Научной библиотеки КФУ им. Н.И. Лобачевского учебно-методических пособий:

1. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Социология управления и организации: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

2. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Социология здоровья и медицины: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

3. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Основы исследования городского пространства: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

4. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Социология потребления: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

ПОСТАНОВИЛИ: Рекомендовать к размещению в базе учебно-методических ресурсов (электронной библиотеке) Научной библиотеки КФУ им. Н.И. Лобачевского учебно-методические пособия:

1. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Социология управления и организации: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

2. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Социология здоровья и медицины: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

3. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Основы исследования городского пространства: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

4. Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В. Социология потребления: учебно-методическое пособие для студентов основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 Социология. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021.

Председатель УМК ИСФНиМК,
профессор



Дорожук Е.С.

УДК 316
ББК 60.54

*Принято на заседании учебно-методической комиссии ИСФН и МК
Протокол № 5 от 12 мая 2021 года*

Ишкинеева Ф.Ф., Савельева Ж.В.

Социология потребления / Ф.Ф. Ишкинеева, Ж.В. Савельева. – Казань: Казан.ун-т, 2021. – 39 с.

Учебно-методическое пособие по курсу «Социология потребления» предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки 39.03.01 – «Социология». Составлено в соответствии с требованиями ФГОС ВО к обязательному минимуму содержания и уровня подготовки и учебным планом по направлению 39.03.01 "Социология" и программе для бакалавриата "Социальная теория и прикладное социальное знание". Излагается тематическое содержание курса, предлагаются темы семинарских занятий, темы рефератов, примеры тестовых и иных заданий и рекомендуемая литература.

Подготовлено на кафедре общей и этнической социологии Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ.

© Ишкинеева Ф.Ф., 2021

© Савельева Ж.В., 2021

©Казанский университет,2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ	5
2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КУРСА ПО ТЕМАМ И ВИДАМ РАБОТ.....	12
3. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА	14
4. ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	17
5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ.....	27
6. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ	31
7.ТЕСТЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ	34
8. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА	39

1.ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1. Цель курса

Цель курса состоит в том, чтобы познакомить обучающихся по бакалаврской программе "Социальная теория и прикладное социальное знание" с основными подходами и методами социологии потребления.

2. Задачи курса

В ходе изложения курса предполагается ознакомить студентов с классическими и современными подходами к изучению проблематики социологии потребления. В результате у студента должно сформироваться системное представление о месте и значении социальных процессов управления и о принципах функционирования социальных организаций.

Освоение курса должно способствовать:

– развитию способностей самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии, в том числе социологии потребления, решать их с помощью современных исследовательских методов, разработанных в данной отрасли социологической науки;

– выработке способностей определять круг задач, в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.07.02 Дисциплины (модули)" по выбору основной профессиональной образовательной программы 39.03.01 "Социология (Социальная теория и прикладное социальное знание)".

Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

В ходе изучения дисциплины предлагается взглянуть на подходы классической и неклассической социологической науки к потреблению, к процессам и принципам потребления в современном обществе, социальным функциям потребления, социологическим методам изучения потребления, типам потребления, альтернативным практикам потребления. В рамках дисциплины обучающийся знакомится с социологическими теориями и концепциями потребления, социальными характеристиками процессов потребления, углубляет знание методики социологического исследования потребления.

4. Требования к уровню освоения содержания курса «Социология потребления»

Спецкурс «Социология потребления» посвящен анализу актуальных вопросов в области социологического изучения потребления как социального процесса, характеризующего нынешнее состояние общества. Объектом изучения дисциплины является потребление. Предметом изучения выступает социальная обусловленность процессов потребления в современном обществе.

При организации учебного процесса по дисциплине устанавливается следующая цель ее преподавания: формирование комплекса теоретико-методологических знаний и практических навыков социологического изучения потребления.

В результате преподавания спецкурса могут быть решены следующие

задачи: ознакомление с понятием, видами, спецификой социологических классических и неклассических подходов к потреблению; изучение содержания и результатов современных социологических исследований потребления; овладение приемами практического анализа потребления как социального феномена. Бакалавр окончивший курс «Социология потребления» в результате освоения дисциплины студент должен знать основные классические и современные социологические теории и школы социологии потребления, тенденции социально-экономических, политических, культурных процессов в сфере потребления, основные подходы и методы изучения потребления. Студент должен овладеть умением производить, отбирать, обрабатывать и анализировать данные о потреблении как социальном процессе, участвовать в проектных формах работы по мониторингу потребления. Кроме того, студент должен владеть методологией и методикой социологического исследования потребления и демонстрировать способность и готовность применять приобретенные знания в практической профессиональной деятельности.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины предполагает выполнение обучающимися нескольких видов работ.

Вид работ	Методические рекомендации
Посещение лекции	<p>Лекционные занятия проводятся с элементами дискуссии: перед студенческой аудиторией ставятся вопросы, ответы на которые должны навести обучающихся на логику того или иного подхода, положения той или иной теории. Это активизирует интерес студентов к лекционным занятиям и способствует развитию профессиональных компетенций. Лекции логически взаимосвязаны с практическими заданиями и другими видами работ.</p> <p>В ходе лекционных занятий следует вести конспектирование</p>

	<p>учебного материала и оставлять поля для пометок. Перед очередной лекцией желательно просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции для актуализации полученных знаний по дисциплине. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к преподавателю за консультацией.</p>
--	--

<p>Практические занятия</p>	<p>Практические задания нацелены на развитие практических навыков сбора и анализа социологической информации. Вопросы, подготовленные студентами к данному виду занятий, должны быть изложены полно, содержать примеры, опираться на несколько источников, достаточное количество научной литературы и учебных пособий. На практических занятиях преподавателю необходимо использовать проблемный подход при изучении тем занятий.</p> <p>В ходе подготовки к семинарам необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в научных журналах. Также необходимо учитывать рекомендации преподавателя и требования учебной программы. К практическому занятию следует подготовить текст выступления, составить план конспект, также можно отметить проблемные области и найти примеры или кейсы по теме занятия.</p>
<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Самостоятельная работа необходима для закрепления и углубления полученных на лекциях и семинарах знаний, направлена на развитие навыков профессиональной деятельности студентов-социологов. Она предусматривает выполнение задач, предусмотренных программой дисциплины. Самостоятельная работа</p>

	<p>ведется под руководством преподавателя, который описывает как работать с источниками информации и выполнять творческие задания.</p>
--	--

К основным способами самостоятельной работы по изучению дисциплины относятся чтение учебников, учебно-методических пособий и другой учебной литературы; регулярное чтение журналов, газет, просмотр визуальных материалов для подбора кейсов, подготовка докладов, планов, конспектов на полях лекционных материалов, выполнение заданий преподавателя.

<p>Дискуссия</p>	<p>Дискуссия формируется по узловым темам курса. Студентам необходимо разъяснить порядок организации дискуссии, правила ее проведения. Модератором дискуссии может быть как преподаватель, так и студент, которого выберете студенческая аудитория. Дискуссию целесообразно строить из вводной, активной части и подведения итогов. В ходе проведения дискуссии преподаватель не должен устраниваться, должен принимать в ней активное участие.</p>
<p>Контрольная работа</p>	<p>Контрольная работа проводится в конце семестра. Студентам на первых занятиях необходимо уяснить особенности балльно-рейтинговой системы по предмету и освоить в процессе изучения курса вопросы к контрольной работе. Контрольная работа проводится в письменной форме по вариантам и содержит 2 теоретических вопроса и один практический.</p>
<p>Творческое задание</p>	<p>Творческое задание может быть сформулировано студентами совместно с преподавателем и должно быть посвящено актуальной проблеме современного российского общества. Задание выполняется группами студентов, которые формируются игровым способом, и в последующем формируют коммуникативные компетенции, связанные с умением работать в команде. В ходе выполнения задания студенты воспроизводят все этапы социологического исследования.</p>

Зачет	<p>Для успешной сдачи зачета в ходе семестра необходимо набирать баллы: ознакомиться с основной литературой, изучить теоретическую часть по конспектам лекций, овладеть практическими навыками и уметь их продемонстрировать. Успешно проходит итоговый контроль только тот студент, кто хорошо усвоил учебный материал. При оценке теоретических знаний и практических навыков студентов на зачете учитывается участие в работе на лекциях и семинарских занятиях, выполнение контрольной работы и презентаций. По всем возникшим в ходе освоения курса вопросам студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовиться к зачету необходимо последовательно, с учетом контрольных вопросов, разработанных преподавателем. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованные научные работы, соответствующие разделы рекомендованных учебников. При этом полезно делать хотя бы самые краткие выписки и заметки. Работу над темой можно считать завершенной, если вы сможете ответить на все контрольные вопросы и дать определение понятий по изучаемой теме.</p>
-------	--

2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КУРСА ПО ТЕМАМ И ВИДАМ РАБОТ

N	Разделы дисциплины / модуля	С е м е с т р	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Потребление как социальный феномен.	7	2	0	0	2
2.	Потребление как объект социологического изучения. Социологические подходы к потреблению	7	2	0	0	2
3.	Социально-философские трактовки общества потребления. Культура потребления	7	0	4	0	6
4.	Специфика социологического анализа феномена потребления.	7	0	4	0	6
5.	Критический подход к потреблению. Экопотребление.	7	2	0	0	2
6.	Альтернативные практики потребления. Потребление секонд-хенд.	7	0	4	0	6
7.	Здоровье, тело и спорт в обществе потребления.	7	2	6	0	6
8.	Образование и образовательные услуги в обществе потребления.	7	2	0	0	2

9.	Стили жизни и потребление.	7	0	4	0	4
10.	Город как объект потребления	7	2	0	0	2
11.	Потребление и социальные группы.	7	0	4	0	4
12.	Медиапотребление и потребление в искусстве	7	2	0	0	2
13.	Потребление и маркетинг. Брендинг и потребительское поведение	7	2	6	0	4
14.	Источники эмпирических данных для исследования процессов потребления	7	2	0	0	2
15.	Потребление в современном российском обществе: анализ состояния и тенденций (презентация эссе)	7	0	4	0	4
	Итого	7	18	36	0	54

Форма итогового контроля: зачет в 7 семестре

3. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 1. Потребление как социальный феномен

Феномен потребления. Ключевые понятия курса «Социология потребления». Социобиологический характер индивидуального потребления. Трансформация производства и потребления. Предмет индивидуального потребления. Маркетинговая революция. Проблематика потребления в маркетинге.

Тема 2. Потребление как объект социологического изучения. Социологические подходы к потреблению

Проблематика потребления в социологии. Общество потребления и его генезис. Потребление материальных благ и услуг. Потребление и социальная дифференциация. Потребление и пространство стилей жизни. Потребление знаков. Потребление и распространение инноваций.

Тема 3. Критический подход к потреблению. Экопотребление

Парадоксы советского консьюмеризма. Креативный консьюмеризма, повседневный активизм и этическое потребление: причины возникновения и формы проявления. Зеленый консьюмеризм. Экомаркетинг. Нарративы зеленых потребителей. Экологическое потребление россиян.

Тема 4. Здоровье, тело и спорт в обществе потребления

Медицина и здоровье в обществе Модерна. Медицинские и спортивные услуги в обществе потребления. Трансформация спорта в обществе потребления. Спорт в российском обществе: от советской модели к потребительской. Спорт как зрелище и праздник. Здоровье и спорт как услуга и товар. Забота о себе (неонарциссизм) и практики ухода за телом в обществе потребления.

Тема 5. Образование и образовательные услуги в обществе потребления

Образование в обществе потребления и после. Образование как потребление. Образование в обществе потребления. Символическое потребление в сфере образования как способ идентификации индивида. Потребительское отношение к образованию. Образовательные услуги и студентоцентризм. Потребление образовательных услуг. Российские образовательные услуги в условиях конкуренции.

Тема 6. Город как объект потребления

Город, постиндустриальная экономика и общество потребления. Диверсификация городских мест. Город как арена культурного производства и потребления. Гибридные формы культурного производства и потребления в городе. Городские публичные места как объект потребления. Городские сцены и сценарии. Проблема изменения статуса городских территорий: горожане, бизнес, администрация. Город как арена спортивных мегасобытий в контексте потребления.

Тема 7. Медиапотребление и потребление в искусстве

Трактовки медиапотребления Медиадие́та и медиаменю. Потребление медиaproдукции и стиля жизни. Медиа потребление как декодирование. Неравенство россиян в сфере медиапотребления Культурное медиапотребление изображений и музыки. Источники эмпирических данных для исследования процессов медиапотребления: TNS, база «Интегрум», РМЭЗ, центры изучения общественного мнения (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр и др.).

Тема 8. Потребление и маркетинг. Брендинг и потребительское поведение

Социологические подходы к исследованию потребительского поведения. Потребительское поведение как социальное действие. Рациональное и иррациональное в потребительском поведении. Виды бренда. Факторы влияния на силу бренда в России. Критерии аудита бренда. Визуальные коммуникации бренда.

Тема 9. Источники эмпирических данных для исследования процессов потребления

Виды и формы предоставления данных о процессах потребления в российском обществе Федеральной службы государственной статистики РФ. Расходы и потребление домашних хозяйств в России. Базы данных Российского мониторинга экологического положения и здоровья: анализ тенденции процессов потребления.

4. ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 3. Социально-философские трактовки общества потребления.

Культура потребления

1. Общество потребления: понятие и характеристики.
2. Общество потребления в концепции Ж.Бодрийяра.
3. Понятие и характеристика культуры потребления.
4. Массовая культура и потребление.

Основная литература

Яценко О.Ю. Культура потребления и потребительское клише в эпоху глобализации // Венкова А. В.,Конева А. В.,Спивак Д. Л. Культура эпохи глобализма: сб. статей. СПб.: Эйдос, 2012. С. 379-390. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Иноземцев, В. Л. За пределами экономического общества: Научное издание [Электронный ресурс] / В. Л. Иноземцев. - М.: Academia - Наука, 1998. - 640 с. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Томбу Д. В.Социология рекламной деятельности: Учебное пособие / Д.В. Томбу. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 240 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=400778>

Дмитриева Л. М.Философия рекламной деятельности: Учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Д.К. Красноярова, Н.А. Анашкина. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 256 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=418039>

Шарков Ф.И. Коммуникология [Электронный ресурс] : Энциклопедический словарь-справочник. М.: Дашков и К, 2013. - 768 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=430299>

Дополнительная литература

Джеймсон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос. 2000 № 4. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/09.htm

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, Республика, 2006. – 269 с.

Бодрийяр Ж. Система вещей. Рудомино, 2001.

Мамычева Д.И. От детоцентризма к потреблению детства. // Философия права. 2011. № 4. С. 79-82. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16404921>

Ильин В.И. Культура потребления. Динамика культуры потребления. / Социология потребления. URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Корнев В.В. Потребление потребления // Лабиринт. 2012. № 4. URL: <http://journal-labirint.com/wp-content/uploads/2012/11/kornev.pdf>

Хорошкевич Н. Г. Культура потребления в «обществе потребления» и перспективы ее развития / Н. Г. Хорошкевич // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 1 (123). С. 209-215. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/24013>

Тема 4. Специфика социологического анализа феномена потребления

1. Понятие и сущность потребления
2. Социально-экономические характеристики потребления
3. Подходы к изучению потребления в различных науках: философия, экономика, психология
4. Потребление как социологическая категория
5. Типы личности потребителя

Основная литература

Франк, Р. Х. Микроэкономика и поведение [Электронный ресурс] / Р. Х. Франк. - М. : ИНФРА-М, 2000. - XVI, 696 с. URL:

Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник. М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=417069>

<http://znanium.com/bookread.php?book=392041>

Дополнительная литература

Гурова О.Ю. Шопинг, одежда и типология потребителей в Санкт-Петербурге // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Гурова О. Институционализация социологии потребления в России // Экономическая социология. 2014. Т.15. №2. URL:

http://ecsoc.hse.ru/data/2014/03/31/1317148973/ecsoc_t15_n2.pdf#page=24

Ибрагимова Д. Х. Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996–2010): теоретико-методологические основы исследования // Экономическая социология. 2014. Т.15. №2. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/03/31/1317148973/ecsoc_t15_n2.pdf#page=99

Тема 6. Альтернативные практики потребления. Потребление секонд-хенд

1. Коллаборативное потребление.
2. Феномен дарообменников.
3. Дауншифтинг как явление общества потребления.
4. Секонд-хенд потребление.

Основная литература

Степанова Т. Е. Потребительский спрос в постиндустриальной экономике (теория и практика): Учебное пособие / Т.Е. Степанова, О.А. Рыбалкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=419721>

Соколова Г. Н.. Экономическая социология. Учебник. Минск: Вышэйшая школа. 2013. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Дополнительная литература

Полухина Е.В., Стрельникова А.В. От избыточного потребления — к устойчивому: феномен онлайн-дарообмена// Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Яковлева А.А. Потребительский ретретизм: альтернативный стиль жизни в обществе потребления // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Бочарова Е.А., Ечевская О.Г. Коллаборативное потребление в современной России: формы организации и практики включения на примере сообщества «DaruDar» // Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Задорин И.В., Мальцева Д.В., Хомякова А.П., Шубина Л.В. Альтернативные сельские поселения в России: стихийная внутренняя эмиграция или осознанный

трансфер в будущее // Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Зарицкая Н.Ю. Альтернативные стилежизненные практики в украинском обществе (на материалах кейс-стади в г. Киеве)// Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Булах Т. В погоне за брендами, или возрождение «потребительского сафари» в секонд-хенд потреблении в современной Украине // Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Егерова Ю.В., Гурова О.Ю. «Хантеры» и секонд-хенд потребление в Санкт-Петербурге// Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

И. М. Безман Из «Меги» в «секи»: молодежное потребление одежды секонд-хенд в Санкт-Петербурге// Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Ссорин-Чайков Н. В. Медвежья шкура и макароны: о социальной жизни вещей в сибирском совхозе и перформативности различий дара и товара // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 2. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2012/06/29/1255784750/ecsoc_t13_n2.pdf#page=59

Тема 7. Здоровье, тело и спорт в обществе потребления

1. Здоровье и тело в обществе Модерна и Постмодерна.
2. Здоровье как объект потребления.
3. Спорт как объект потребления.
4. Тело как объект потребления.

Основная литература

Батракова Л. Г. Социально-экономическая статистика: учебник. М.: Логос. 2013. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Медик В. А. Общественное здоровье и здравоохранение: медико-социологический анализ / В.А. Медик, А.М. Осипов. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=243641>

Братановский, С. Н. Государство, право и спорт (теоретико-правовое исследование) [Электронный ресурс] : монография / С. Н. Братановский, И. Б. Воробьев.

- М. : РИОР, 2013. - 229 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=418599>

Дополнительная литература.

Бердышева Е.С. Социальное конструирование качества на московском рынке стоматологических услуг// Экономическая социология. 2014. Т. 15. № 5. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/11/30/1104593268/ecsoc_t15_n5.pdf#page=9

Ильин В.И. Социология потребления (Лекция 8.) URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Савельева Ж.В. Потребление медицинских услуг или оказание медицинской помощи: конструирование образов платной и бесплатной медицины СМК // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Романенко В.В. Коммерциализация сексуальности в контексте общества потребления// ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Харченко Ю., Гурова О. Спортинг: спорт, досуг и стили потребления в современной России // Экономическая социология. 2010. Т. 11. № 2. С. 73–90 (текст доступен через E-Library)

Романовский, Н.В. Тело человека – новые горизонты социального познания / Н.В.Романовский // Социологические исследования. – 2006. – № 4.

Омельченко, Е. Культурная география мужских тел / Е. Омельченко // В тени тела; под ред. Н.Нартовой, Е.Омельченко. – Ульяновск : УГУ, 2008. – С. 17-44.

Тема 9. Стили жизни и потребление

1. Роль, стиль и образ потребления.
2. Вещь как объект потребления.
3. Шоппинг как социокультурный феномен.
4. Одежда как текст.

Основная литература

Экономическая социология: Учебное пособие / Г.Г. Силласте. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 480 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=408927>.

Павленок, П. Д. Социология [Электронный ресурс] : Учебное пособие / П. Д. Павленок, Л. И. Савинов, Г. Т. Журавлев. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. - 736 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=415010>

Дополнительная литература.

Тихазе Д.К., Курилова А.С. Вещь как объект потребления в обществе потребления// ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Иванов П.В. Потребление как агент легкой социальности в городском пространстве // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Ирсетская Е.А., Китайцева О.В. Торгово-развлекательный комплекс как идеальная площадка для потребления в российском мегаполисе// ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Повилайтис Р., Каминскас Р. Социокультурные особенности стиля жизни жителей провинции: вариант Литвы// ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Ильин В.И. Социология потребления (Лекция 9.) URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Ильин В.И. Социология потребления (Лекция 10.) URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Сохань И.В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Ильин В.И. Социология потребления (Лекция 6.) URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Тема 11. Потребление и социальные группы

1. Роль референтных групп в формировании потребительского поведения. Сообщества потребителей.
2. Потребление и социальная дифференциация.
3. Слоевая субкультура и потребление.
4. Гендерное потребление и конструирование гендерной идентичности.

Основная литература

Наумов В. Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 248 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=439646>

Соколова Г. Н.. Экономическая социология. Учебник. Минск: Вышэйшая школа. 2013. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Дополнительная литература.

Рощина Я. М., Мартыненко П. А. Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах // Экономическая социология. 2014. Т. 15. № 1. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2014/02/01/1328851429/ecsoc_t15_n1.pdf#page=20

Ильин В.И. Потребление социально-экономических групп и слоев. Демонстративное потребление / Социология потребления. URL: <http://www.consumers.narod.ru/lections/socec.html>

Ильин В.И. Семья и потребление / Социология потребления. URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Ильин В.И. Социология потребления (Лекция 16.) URL: <http://www.consumers.narod.ru/content.html>

Семенова М.А. Потребительское поведение в структуре гендерных стереотипов // Теория и практика общественного развития 2012. № 1.

Громашева О.А. Мужское и женское в практиках питания: интерпретации петербургских родителей и детей // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Тема 12. Медиапотребление и потребление в искусстве

1. Понятие и виды медиапотребления.
2. Музыкальное потребление.
3. Потребление визуальных образов.
4. Потребление искусства.

Основная литература

Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика». М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=391919>

Шарков Ф.И. Коммуникология [Электронный ресурс] : Энциклопедический словарь-справочник. М.: Дашков и К, 2013. - 768 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=430299>

Антипов К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс]/ Учебник М.: Дашков и К, 2012. - 328 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=415267>

Хапенков В. Н. Рекламная деятельность в торговле: Учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=371157>

Дополнительная литература.

Трещев В.В. Российская DIY культура и музыкальное потребление // Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Ятина Л.И., Калинина Т.С. Изображение стиля жизни молодежи в российском кинематографе: трансформация практик в обществе потребления // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Ерофеева М.А., Фёдоров А.А. Производство и потребление изображений в цифровую эпоху// Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Негров О.Е. Консюмеризм в охранительном дискурсе современной России: парадоксы взаимодействия// Лабиринт. 2014. № 2. URL: <http://journal-labirint.com/>

Лысакова А.А. Contemporary art как предмет потребления в системе арт-рынка новейшего времени // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Бершадская Л.А. Электронные государственные услуги: структура потребления в России// ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Зверева Е.А. Роль масс-медиа в распространении консюмеризма как идеологии постмодерна// ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Титова Ю.М. Общество с высоким уровнем потребления и общество потребления:

социальная роль рекламы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV. № 5. С. 356-363. URL:

Полудина В.П. Информационный шум в Интернете как проблема потребления коммуникации // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Тулчинский Г.Л. Динамика рынка и стилистическая интеграция массовой литературы. Фэнтези и персоналогический брендинг // ЖССА. 2011. Т. XIV. № 5. URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2011_5

Тема 15. Потребление в современном российском обществе: анализ состояния и тенденций

1. Гастрономическая культура потребления.
2. Потребление россиянами одежды.
3. Потребление контрафактной продукции в России.

Защита эссе.

Основная литература.

Денисова Е.С. Поведение потребителей : учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт. 2010. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Беляевский И.К., Данченко Л.А., Татаркова Н.В., Коротков А.В.. Статистика рынка товаров и услуг : учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт. 2009. URL: <http://www.bibliorossica.com>

Дополнительная литература.

Гурова О. Ю. «Выглядеть по-русски». Российские мигранты в Финляндии: социальные характеристики и потребление одежды Экономическая социология. 2013. Т. 14. № 1. URL: http://ecsoc.hse.ru/2013-14-2/annot.html#doc_79408545

Сохань И. В. Трансформации современной гастрономической культуры и тоталитет фастфуда // Экономическая социология. 2013. Т. 14. № 5. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/12/07/1336014987/ecsoc_t14_n5.pdf#page=171

Доморацкая Ю. Выбор потребителями торговых форматов в сфере продуктов питания в современной России // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 1. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2012/06/29/1255784835/ecsoc_t13_n1.pdf#page=46

Храмова Е. Амбивалентность отношения потребителей к контрафактной продукции России // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 4. URL: http://ecsoc.hse.ru/2012-13-4/annot.html#doc_66006229

Фирсова Н. Ю. Предикторы инновационных потребительских практик: освоение интернет-шопинга в российских домохозяйствах Экономическая социология. 2013. Т. 14. № 4. URL: http://ecsoc.hse.ru/data/2013/10/10/1278186619/ecsoc_t14_n4.pdf#page=27

5.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ (ТЕМАТИКА ЗАДАНИЙ)

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

Студент в течение семестра должен набрать от 28 до 50 баллов, проводя самостоятельную работу по подготовке докладов к семинарам, эссе, контрольной работе. Доклад оценивается в диапазоне от 2 до 6 баллов в зависимости от качества выступления (использование мультимедиа, подготовка презентации поощряется в размере 2 баллов). Максимальный балл за контрольную работу – 10, за эссе – 10 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

Виды самостоятельной работы студентов включают подготовку эссе, написание контрольной работы, подготовка устных докладов для выступлений на семинарских занятиях.

Примерная тематика эссе:

1. Феномен благотворительных магазинов: специфика процесса потребления (на примере г. Казани).
2. Потребление медицинских услуг на рынке здоровья.
3. Мотивы и факторы покупки полиса добровольного страхования жизни.
4. Феномен обмена услугами (free exchange) (на примере г.Казани).
5. Животные как объект потребления.
6. Интернет-потребление в сфере медицинских услуг: проблема ответственности
7. Потребление алкоголя россиянами: анализ ситуации

8. Репертуар эко-потребления студентов г. Казани
9. Рынок образовательных услуг в г. Казани: социологический аспект
10. Специфика образовательных услуг в частных и государственных вузах.
11. Специфика медиа-потребления рекламы фармацевтических препаратов.
12. Спорт как объект потребления (на примере г. Казани).
13. Публичные места г. Казани как ресурс культурного производства и потребления.
14. Стиль пищевого потребления российских и иностранных студентов г.Казани.
15. Потребление услуг пластической хирургии в г. Казани.
16. Шоппинг в мегаполисе: особенности гендерных стратегий потребления.
17. Стиль потребления воцерковленных женщин: опыт написания программы исследования.
18. Дарообменники / антикафе / альтернативный культурный центр «СМЕНА» как объект прикладного эмпирического исследования.

Вопросы к контрольной работе по дисциплине «Социология потребления»

Понятие и виды потребления.

Производственное и индивидуальное потребление.

Потребление в экономической теории и маркетинге. Проблематика потребления в социологии.

Критический подход к потреблению.

Потребление и знаки.

Трудовая теория стоимости К.Маркса. Полезность и стоимость у маргиналистов.

Характеристика ценности в концепции Г.Зиммеля

Знаковая стоимость продукта и услуги.

Институты производства символической реальности. Постмодернизм и общество потребления.

Потребление как текст.

Социально-философская трактовка потребления как обмена знаками в концепции Ж.Бодрийера.

Понятие культуры потребления/потребительская культура.
Массовая культура, культурные индустрии и потребление
Понятие стиля жизни. Подходы к определению понятия "стиль жизни".
Стиль жизни и потребление в стратификационных теориях.
Демонстративное потребление в концепции Т.Веблена.
Потребление как инструмент воспроизводства социальных позиций.
Виды и характеристики эко-потребления.
Взаимосвязь ценностей и медиапотребления.
Отношение Ислама и Православия к практикам потребления.
Особенности бренда Республики Татарстан.
Советское потребление и «советское» как объект потребления.
Выбор брендов в современных потребительских практиках городской молодежи.
Особенности визуального потребления туристических достопримечательностей города Казани.

Дидактические особенности и методы обучения

Данный курс является дисциплиной по выбору. В рамках дисциплины даются теоретические и практические знания по социологии потребления, необходимые для бакалавра-социолога. Курс включает как методологические, так и методические вопросы, ориентирован на формирование теоретических знаний, практических навыков изучения потребления и самостоятельного анализа данного процесса.

Основное внимание следует уделять усвоению методологических принципов, методов работы с информацией. Обучение студентов проводится на базе чтения лекций, проведения семинарских занятий, подготовки студентами докладов по избранным темам, проведения дискуссий. Целесообразно при обращении к той или иной теме проводить обучение в форме дискуссий.

Контрольные работы предназначены для промежуточного контроля и проверки усвоения материала. Предлагаемые темы контрольных работ соответствуют различным темам курса. Вопросы сформулированы таким образом, чтобы развивать способности студентов к увязке теоретического материала с практикой социальной жизни и личным

ОПЫТОМ.

Выполнение СРС и контрольные точки отчетности

Контрольные задания предназначены для промежуточного контроля. Некоторые задания выполняются коллективно. Контрольные задания предназначены для промежуточного контроля. Некоторые задания (эссе) могут быть выполнены не только индивидуально, но и коллективно. Коллективная работа при выполнении заданий способствует развитию навыков сотрудничества, эффективного взаимодействия, повышает объем выполненных работ, способствует росту образовательного и квалификационного потенциала слушателей. Данный вид работы также предполагает совместное обсуждение результатов выполненных заданий с целью повышения самоконтроля, взаимной заинтересованности в поиске правильных ответов, закрепления пройденного материала. Доклад к семинарскому занятию готовится на основании нескольких источников из списка основной и дополнительной литературы, подобранных слушателем самостоятельно. Отчет по заданиям проводится каждую неделю обучения.

Промежуточная аттестация складывается из баллов, полученных в течение семестра за участие в работе на семинарских занятиях, выполнение контрольной работы и итогового эссе.

6. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

Формулировки зачетных вопросов:

Социобиологический характер индивидуального потребления.
Трансформация производства и потребления.

Предмет индивидуального потребления.

Маркетинговая революция. Проблематика потребления в маркетинге.

Проблематика потребления в социологии.

Общество потребления и его генезис.

Потребление и социальная дифференциация.

Потребление и пространство стилей жизни.

Потребление знаков.

Потребление и распространение инноваций.

Парадоксы советского консюмеризма. Креативный консюмеризма, повседневный активизм и этическое потребление: причины возникновения и формы проявления.

Зеленый консюмеризм. Экомаркетинг.

Нарративы зеленых потребителей. Экологическое потребление россиян.

Медицина и здоровье в обществе Модерна. Медицинские и спортивные услуги в обществе потребления.

Трансформация спорта в обществе потребления. Спорт в российском обществе: от советской модели к потребительской.

Здоровье и спорт как услуга и товар.

Забота о себе (неонарциссизм) и практики ухода за телом в обществе потребления.

Здоровье и тело в обществе Модерна и Постмодерна.

Здоровье, спорт и тело как объект потребления.

Роль, стиль и образ потребления.

Вещь как объект потребления.

Шоппинг как социокультурный феномен.

Одежда как текст.

Образование в обществе потребления.

Символическое потребление в сфере образования как способ идентификации индивида. Потребительское отношение к образованию и образовательные услуги.

Российские образовательные услуги в условиях конкуренции.

Город, постиндустриальная экономика и общество потребления.

Город как арена культурного производства и потребления. Городские публичные места как объект потребления.

Городские сцены и сценарии. Проблема изменения статуса городских территорий: горожане, бизнес, администрация.

Город как арена спортивных мегасобытий в контексте потребления.

Подходы к определению медиапотребления. Медиадиета и медиаменю. Потребление медиапродукции и стиля жизни. Медиа потребление как декодирование.

Неравенство россиян в сфере медиапотребления

Культурное медиапотребление изображений и музыки.

Понятие и виды медиапотребления.

Музыкальное потребление. Потребление визуальных образов. Потребление искусства.

Источники эмпирических данных для исследования процессов медиапотребления: TNS, база «Интегрум», РМЭЗ, центры изучения общественного мнения (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр и др.).

Потребление и маркетинг.

Брендинг и потребительское поведение. Визуальные коммуникации бренда.

Виды и критерии аудита бренда. Факторы влияния на силу бренда в России.

Источники эмпирических данных для исследования процессов потребления

Виды и формы предоставления данных о процессах потребления в российском обществе: ФСГС и ВМЭЗ.

Социально-философские трактовки общества потребления.

Культура потребления

Специфика социологического анализа феномена потребления.

Подходы к изучению потребления в различных науках: философия, экономика, психология

Потребление как социологическая категория

Типы личности потребителя

Коллаборативное потребление.

Феномен дарообменников.

Дауншифтинг как явление общества потребления.

Секонд-хенд потребление.

Роль референтных групп в формировании потребительского поведения. Сообщества потребителей.

Потребление и социальная дифференциация. Слойная субкультура и потребление.

Гендерное потребление и конструирование гендерной идентичности.

Актуальные проблемы российского общества потребления (на пример, гастрономическая культура потребления в России, потребление россиянами одежды и т.п.).

4. ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ

1. В рамках социологии потребление изучается как использование полезных свойств предметов или процессов, благодаря которым они приобретают характер блага. Данное утверждение верно?

- 1) да
- 2) нет

2. В рамках социологии потребление изучается как использование полезных свойств того или иного блага, сопряженное с удовлетворением личных потребностей человека и расходом (уничтожением) стоимости данного блага. Данное утверждение верно?

- 1) да
- 2) нет

3. Сегодня фактически любой продукт или услуга, помимо изначальных потребительских свойств, все более нагружается символами – многозначными образами, с помощью которых человек определяет смысл происходящих хозяйственных процессов и свое место в этих процессах. Данное утверждение

- 1) верно
- 2) неверно

4. Рассогласование целей культуры и средств, предоставляемых обществом (Р.Мертон), как причина возникновения проблем рассматривается в подходе

- 1) символического интеракционизма
- 2) марксизма
- 3) структурного функционализма

5. К какому типу социальных групп относится следующее определение: «реально существующая или воображаемая группа, служащая для индивида эталоном, образцом поведения, и с позиции, которой он сравнивает и оценивает свои действия»?

- 1) большие группы;
- 2) гендерные группы;
- 3) референтные группы.

6. Сложную сеть отношений, представляющих собой официально установленную структуру статусов, программу деятельности и совокупность норм и правил, называют:

- 1) формальной организацией;
- 2) неформальной организацией;

3) внеформальной организацией.

7. Экспресс-исследование как разновидность социологического исследования выделяется ...

- 1) по цели исследования
- 2) по объекту исследования
- 3) по срокам исследования

8. Методами сбора социологической информации о социальных проблемах не является ...

- 1) опрос
- 2) шкалирование
- 3) наблюдение

9. Можно ли в рамках социологии потребления использовать контент-анализ?

- 1) да
- 2) нет

10. Какие из перечисленных образований относятся к малой группе?

- 1) демографические группы;
- 2) нация;
- 3) семья.

11. Самым углубленным видом социологического исследования потребления является:

- 1) описательное;
- 2) разведывательное;
- 3) аналитическое.

12. Метод сбора социологических данных, в котором источниками информации о потреблении выступают текстовые сообщения, называется:

- 1) интервьюированием;
- 2) анкетированием;
- 3) анализом документов.

13. Если социолог для проведения исследования потребления присоединился к покупателям в магазине, то он проводит:

- 1) эксперимент,
- 2) включенное наблюдение;
- 3) невключенное наблюдение.

14. Можно ли в рамках социологии потребления использовать дискурс-анализ?

- 1) да
- 2) нет

15. Источниками критического подхода к потреблению послужили работы

- 1) К.Маркса
- 2) О.Конта
- 3) М.Вебера

16. Эмпирическим методом социологии в сфере изучения потребления как правило НЕ является

- 1) тестирование
- 2) опрос
- 3) анализ документов

17. Методом анализа социологических данных о потреблении НЕ является ...

- 1) ранжирование
- 2) наблюдение
- 3) опрос

18. Материальный объект, содержащий в зафиксированном виде, по установленным нормам и правилам информацию, необходимую для научных исследований и практический целей – это ...

- 1) объект
- 2) предмет
- 3) документ

19. Выявлением наиболее вероятных и желательных изменений в организации в пределах ближайшего или отдаленного будущего занимается ... функция социологии потребления:

- 1) образовательная
- 2) познавательная
- 3) прогностическая

20. К методам социологии в сфере потребления проблем не относится:

- 1) опрос
- 2) классификация
- 3) наблюдение

21. Изучение социальных явлений и групп с момента возникновения, их становление, развитие, выявление взаимосвязей - это ...

- 1) принцип историзма
 - 2) принцип объективности
- анализ документов

22. Какую аналитическую операцию можно проводить с эмпирическими социологическими данными по потреблению ...

- 1) форматировать
- 2) редактировать
- 3) кодировать

23. Метод получения первичной социологической информации о потреблении, основанный на непосредственной или опосредованной связи между исследователем и респондентом с целью получения данных в форме ответов на поставленные вопросы – это ...

- 1) эксперимент
- 2) наблюдение
- 3) опрос

24. В классической политической экономии этой проблематике не уделялось внимание

- 1) производство
- 2) распределение и обмен
- 3) потребление

25. Объемы потребления существенно зависят не от абсолютного, а от относительного уровня дохода – потребители сравнивают свои возможности с потреблением других, более обеспеченных групп, которые тем самым оказывают на них постоянное культурное давление, понуждающее наращивать объемы потребления. Данное утверждение

- 1) верно
- 2) неверно

26. стратегия демонстративной праздности все более уступает место второй стратегии высшего класса – демонстративному потреблению, утверждал

- 1) П.Сорокин
- 2) Т.Веблен
- 3) О.Конт

27. Практики демонстративного потребления не ограничиваются высшими классами, они распространяются и на нижние слои общества. Данное утверждение

- 1) верно
- 2) неверно

28. Совокупностей практик потребления и проведения досуга – это

- 1) стиль жизни
- 2) здоровый образ жизни
- 3) уровень качества жизни

29. Рост экономических возможностей человека может не приводить к соответствующему росту потребления. Данное утверждение...

- 1) верно
- 2) неверно

30. Какой из институтов, формирующих «социальный порядок» экономических отношений, обеспечивает «сцепление» экономических ресурсов с экономическими субъектами?

- 1) институт денег;
- 2) институт экономического обмена;
- 3) институт собственности

8. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

Поведение потребителей: Учеб. пособие / Г.А. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 410 с

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=214583>

Основы прикладной социологии: Учебное пособие / Г.П. Смехнова. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 240 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=133368>

Социология: Учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко; Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 624 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=390404>

Дополнительная литература

Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. Социологический словарь. 2-е изд.- М.: Экономика, 2004. - 620 с.

Социология: учебник / Ю.Г. Волков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. - 448 с.: ил. <http://znanium.com/bookread.php?book=180829>