

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение социально-политических наук



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Социология потребления Б1.В.ДВ.7

Направление подготовки: 39.03.01 - Социология

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Савельева Ж.В. , Черкасов М.Р.

Рецензент(ы):

Егорова Л.Г.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Шакирова А. Ю.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение социально-политических наук):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 94164616

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) Савельева Ж.В. ; инженер 1 категории Черкасов М.Р.
Кафедра общей и этнической социологии Отделение социально-политических наук ,
Mikhail.Tcherkasov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

ознакомление студентов с современным пониманием, подходами и трактовками потребления. Материал курса сформирован вокруг основных направлений исследований потребления с точки зрения теоретических подходов, а также с точки зрения объектов потребления, характерных для современных обществ западного типа. В ходе курса обсуждаются следующие вопросы: Что такое потребление? Кто такие потребители? Зачем и кому нужно изучать потребление? Какую роль потребление играет в современных обществах, и было ли потребление раньше? Есть ли устойчивые образцы структур потребления у разных социальных групп? Чем определяется потребительский выбор? Какие институты общества регулируют потребление? Как происходит изменение практик потребления со временем? Какие смыслы люди приписывают потребляемым благам? Ответы на эти и другие вопросы дают возможности лучшей ориентации бакалавров в обширном материале и формулировках данной дисциплины.

Учебная задача курса - сформировать у студентов концептуальное представление о потребительской деятельности, не просто как индивидуальной деятельности, регулируемой личными предпочтениями, вкусами и рациональным расчетом, но как деятельности социальной, то есть наделенной определенными смыслами, позволяющей социальную коммуникацию и общение, вписанную в институциональную и социальную структуру общества, анализ которой позволяет раскрыть многие сложные социальные механизмы и игры, ведущиеся в современных обществах.

Программа предусматривает проведение семинарских занятий, главная цель которых - приобщить студентов к самостоятельному анализу текстов, научить использовать широкий спектр понятий современной социологической теории для анализа актуальных общественных проблем, привить навыки анализа потребления как рабочего аппарата, предлагающего инструментарий для решения конкретных социологических задач.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.7 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 39.03.01 Социология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Социология потребления является отраслевой социологической дисциплиной, направленной на изучение одной из сторон жизни общества.

Предлагаемая программа рассчитана на студентов, прослушавших курсы "История социологии", "Социология культуры" Предполагается наличие навыков самостоятельного анализа текстов, умения самостоятельно работать с литературой, наличие базовой культуры письма, умения составлять презентации. А также бакалавр должен опираться на знания в отраслях общей социологии, экономической социологии, социологии труда, рекламоведения, социологии менеджмента и маркетинга.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-10	способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы
ок-6	стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-5	умение использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп
пк-9	способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организация работы маркетинговых служб

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

особенности социологии потребления как специальной области экономической социологии; категории социологии потребления, развитие институтов и сфер потребления; иметь представление о социально-экономических процессах, протекающих в сфере потребления;

2. должен уметь:

понимать и анализировать первоисточники по данной дисциплине;

3. должен владеть:

навыками практического использования теоретических знаний о классических теориях и современных социологических подходах к исследованию современного общества потребления; профессионального применения ключевых понятий и концепций в социологической работе; навыками получения профессиональной информации из различных типов источников, включая Интернет и зарубежную литературу (Интернет ресурсы, содержащие научную литературу по социологии потребления)

пониманию и анализу первоисточников по данной дисциплине; навыками практического использования теоретических знаний о классических теориях и современных социологических подходах к исследованию современного общества потребления; профессионального применения ключевых понятий и концепций в социологической работе;

навыками получения профессиональной информации из различных типов источников, включая Интернет и зарубежную литературу (Интернет ресурсы, содержащие научную литературу по социологии потребления)

особенности социологии потребления как специальной области экономической социологии; категории социологии потребления, развитие институтов и сфер потребления; иметь представление о социально-экономических процессах, протекающих в сфере потребления;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

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.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

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

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

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные подходы к анализу потребления.	7	1-2	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст.	7	3-4	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Культура потребления.	7	5-6	2	2	0	дискуссия
4.	Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация.	7	7-8	2	2	0	письменная работа
5.	Тема 5. Потребление и социальные группы.	7	9-10	2	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Человек и вещи: овеществление людей и очеловечивание вещей.	7	11-12	2	2	0	письменная работа
7.	Тема 7. Современные формы потребления.	7	13-14	2	2	0	дискуссия
8.	Тема 8. Мода глазами социолога.	7	15-16	2	2	0	устный опрос
9.	Тема 9. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением.	7	17-18	2	2	0	письменная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основные подходы к анализу потребления.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Введение. Основные подходы к анализу потребления

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие и виды потребления. Производственное и индивидуальное потребление.

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

Критический подход к потреблению.

Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Потребление и знаки, потребление как текст Трудовая теория стоимости К.Маркса.

Полезность и стоимость у маргиналистов. Формирование ценности в концепции Г.Зиммеля

практическое занятие (2 часа(ов)):

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.Бодрийяра.

Тема 3. Культура потребления.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Культура потребления. Понятие культуры потребления/потребительская культура. Массовая культура, культурные индустрии и потребление

практическое занятие (2 часа(ов)):

Общество потребления как культурный феномен. Структура культуры потребления. Потребительская социализация. Массовая культура и потребление. Медиапотребление. Контркультура и потребление.

Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие стиля жизни. Подходы к определению понятия "стиль жизни". Стиль жизни и потребление в стратификационных теориях. Демонстративное потребление (Веблен). Потребление как инструмент воспроизводства социальных позиций.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Потребление и социальная дифференциация. Взгляды на потребление Дж.Дьюнзенберри, Х.Лейбенштейна. Концепция демонстративной праздности и "эффект Веблена". Стратификационная функция потребления. Цифровое неравенство в сфере медиапотребления.

Тема 5. Потребление и социальные группы.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие социальной группы. Роль референтных групп в формировании потребительского поведения. Сообщества потребителей. Потребление и гендер. Роль потребления в социальном конструировании пола. Потребительская социализация и гендерные границы. Гендерные особенности показного потребления

практическое занятие (2 часа(ов)):

Потребление социально-экономических групп. Слойная субкультура и потребление. Референтные группы, группы членства и процесс потребления. Позитивные и негативные эталонные группы. Информационные группы и группы самоидентификации. Гендерные модели потребления. Семья и потребление.

Тема 6. Человек и вещи: овеществление людей и очеловечивание вещей.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Человек в мире вещей. Система вещей: грамматика и лексика (Ж. Бодрийяр). Знаковая и символическая стоимость. Потребление знаков. Подарок, товар, сакральный предмет. Культурная биография вещей. Типы отношения людей к вещам

практическое занятие (2 часа(ов)):

Вещь как объект потребления в обществе потребления. Шопинг как социальная практика. Антропоморфизация животных как объекта потребления. Торгово-развлекательные комплексы как площадки потребления. Здоровье и тело в обществе потребления. Коммерциализация спорта, медицинских и иных услуг в обществе потребления.

Тема 7. Современные формы потребления.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Торговый центр, супермаркет, магазин, ресторан как современные формы потребления: основные принципы их организации. Практики их освоения потребителями. Шоппинг. Интернет и потребление. Глобализация потребления

практическое занятие (2 часа(ов)):

Потребление секунд-хенд. Альтернативные формы потребления: дарообменники, дауншифтинг и др. Коллаборативное потребление в современной России. Инновационные практики потребления. Этическое и эко-потребление.

Тема 8. Мода глазами социолога.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные подходы в исследованиях моды. Мода и конструирование социальных границ. Мода и социальная иерархия. Динамика моды. Модные стандарты. Модная индустрия. Высокая мода. Мода, политика и идеология

практическое занятие (2 часа(ов)):

Феномен моды. Мода как искусство и массовая культура. Мода и социально-психологические факторы потребления. Структура потребителей моды. Мода и демонстративное потребление. Позитивные и негативные эталонные группы. Информационные группы и группы самоидентификации.

Тема 9. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Знания и отношение потребителей к товару, и их изучение. Понятие маркетинга и продвижения товаров. Воздействие на потребителя: стимулы, информация, реклама. Классификация потребительских практик. Сегментирование рынка. Виды сегментирования рынка. Позиционирование товара. Бренды как инструмент управления потребительским поведением

практическое занятие (2 часа(ов)):

Специфика маркетингового подхода к потреблению. Исследование покупательского поведения, поведения потребителей, потребителей и потребления. Иррациональное потребительское поведение. Типы поведения потребителя. Игра как вид социального поведения в обществе потребления.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Основные подходы к анализу потребления.	7	1-2	семинар	8	отчет
2.	Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст.	7	3-4	семинар	8	отчет
3.	Тема 3. Культура потребления.	7	5-6	семинар	8	отчет
4.	Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация.	7	7-8	деловая игра	4	отчет
				коллоквиум	4	отчет
5.	Тема 5. Потребление и социальные группы.	7	9-10	семинар	8	отчет
6.	Тема 6. Человек и вещи: овеществление людей и очеловечивание вещей.	7	11-12	семинар	8	отчет
7.	Тема 7. Современные формы потребления.	7	13-14	семинар	8	отчет
8.	Тема 8. Мода глазами социолога.	7	15-16	семинар	8	отчет

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
9.	Тема 9. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением.	7	17-18	семинар	8	отчет
	Итого				72	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе обучения студентов в рамках дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Форма проведения занятий: лекции и семинары. Самостоятельная работа по курсу предполагает подготовку к семинарским занятиям (чтение рекомендованной литературы, анализ эмпирического материала, выступление с докладами).

Форма контроля. Текущая - участие в семинарах, домашние задания - аналитическая работа с текстами из ридера по дисциплине к каждому семинару. К отдельным семинарам студенты должны подготовить домашние задания. В качестве домашних заданий предполагается подготовить обзор какого либо подхода к анализу потребления, проанализировать различные потребительские практики по материалам СМИ или самостоятельно собранных эмпирических материалов. Контрольная работа - письменные ответы на вопросы по текстам и аналитическим материалам курса (вопросы даются заранее) и итоговая - зачет (презентация результатов самостоятельного исследования).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Основные подходы к анализу потребления.

отчет , примерные вопросы:

Понятие и виды потребления. Производственное и индивидуальное потребление. Потребление в экономической теории и маркетинге. Проблематика потребления в социологии. Критический подход к потреблению.

Тема 2. Потребление и знаки. Потребление как текст.

отчет , примерные вопросы:

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.

Тема 3. Культура потребления.

отчет , примерные вопросы:

Общество потребления как культурный феномен. Структура культуры потребления. Потребительская социализация. Массовая культура и потребление. Медиапотребление. Контркультура и потребление. Структуры повседневности и история материальной культуры (Ф. Бродель). Антропологический подход к изучению потребления (М. Дуглас, Б. Ишервуд) Основные гипотезы о функции потребления.

Тема 4. Вкус и стиль жизни. Потребление и социальная стратификация.

отчет , примерные вопросы:

Потребление и социальная дифференциация. Взгляды на потребление Дж.Дьюнзенберри, Х.Лейбенштейна. Концепция демонстративной праздности и "эффект Веблена". Стратификационная функция потребления. Цифровое неравенство в сфере медиапотребления.

отчет , примерные вопросы:

Потребление и социальная дифференциация. Взгляды на потребление Дж.Дьюнзенберри, Х.Лейбенстайна. Концепция демонстративной праздности и "эффект Веблена". Стратификационная функция потребления. Цифровое неравенство в сфере медиапотребления.

Тема 5. Потребление и социальные группы.

отчет, примерные вопросы:

Потребление социально-экономических групп. Слоевая субкультура и потребление. Референтные группы, группы членства и процесс потребления. Позитивные и негативные эталонные группы. Информационные группы и группы самоидентификации. Гендерные модели потребления. Семья и потребление.

Тема 6. Человек и вещи: овеществление людей и очеловечивание вещей.

отчет, примерные вопросы:

Вещь как объект потребления в обществе потребления. Шопинг как социальная практика. Антропоморфизация животных как объекта потребления. Торгово-развлекательные комплексы как площадки потребления. Здоровье и тело в обществе потребления. Коммерциализация спорта, медицинских и иных услуг в обществе потребления.

Тема 7. Современные формы потребления.

отчет, примерные вопросы:

Потребление секонд-хенд. Альтернативные формы потребления: дарообменники, дауншифтинг и др. Коллаборативное потребление в современной России. Инновационные практики потребления. Этическое и эко-потребление.

Тема 8. Мода глазами социолога.

отчет, примерные вопросы:

Феномен моды. Мода как искусство и массовая культура. Мода и социально-психологические факторы потребления. Структура потребителей моды. Мода и демонстративное потребление. Позитивные и негативные эталонные группы. Информационные группы и группы самоидентификации.

Тема 9. Потребление и маркетинг. Управление потребительским поведением.

отчет, примерные вопросы:

Специфика маркетингового подхода к потреблению. Исследование покупательского поведения, поведения потребителей, потребителей и потребления. Иррациональное потребительское поведение. Типы поведения потребителя. Игра как вид социального поведения в обществе потребления.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы на зачет:

Специфика социологического подхода к феномену "потребление".

"Потребление" в маркетинге и экономике.

Общество потребления.

Концепции потребления.

Критический подход к потреблению.

Специфика "зелёного" или эко- потребления.

Общество потребления как культурный феномен. Структура культуры потребления.

Потребительская социализация.

Массовая культура и потребление.

Потребление и социальная дифференциация.

Взгляды на потребление Дж.Дьюнзенберри, Х.Лейбенстайна.

Концепция демонстративной праздности и "эффект Веблена". Стратификационная функция потребления.

Цифровое неравенство в сфере медиапотребления.

Медиапотребление.

Контркультура и потребление.

Потребление социально-экономических групп. Слоевая субкультура и потребление.

Референтные группы, группы членства и процесс потребления.

Позитивные и негативные эталонные группы.

Информационные группы и группы самоидентификации.

Гендерные модели потребления. Семья и потребление.

Исследования в области эко-потребления.

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.Бодрийяра.

Трансформация современного образования в обществе потребления. Образовательные услуги.

Образование как объект потребления. Конкурентоспособность российских образовательных услуг.

Потребление как стиль жизни, как символическая система и как инновационный процесс.

Здоровье как объект потребления. Конструирование нормы и патологии в рекламе.

Город в условиях постиндустриальной экономики: авторы, подходы, тенденции.

Городские публичные места как ресурс культурного производства и потребления: авторы, подходы, тенденции.

Основные источники эмпирической (статистической) информации для социологического изучения процесса потребления.

Понятие медиа-потребления. Виды медиа-потребления и их особенности.

Сущность понятия "медиа-потребление". Цифровое неравенство россиян в сфере медиапотребления.

Специфика социологического подхода к феномену "потребление". "Потребление" в маркетинге и экономике.

Общество потребления. Концепции потребления.

Критический подход к потреблению.

Понятие и виды потребления.

Производственное и индивидуальное потребление.

Потребление в экономической теории и маркетинге.

Проблематика потребления в социологии.

7.1. 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. Добренъков, 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>

7.2. 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>

7.3. Интернет-ресурсы:

образовательный портал - www.ecsocman.edu.ru

проблемы выпускников - www.newseducation.ru

сайт В.И.Ильина - <http://www.consumers.narod.ru/>

социология в сети - <http://www.sociology.net.ru>

Центр Социологического и Политологического образования - <http://www.sociology.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Социология потребления" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Материально-техническое обеспечение данной дисциплины - телевизор и DVD-плеер или любая другая аппаратура для показа видеоматериала.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 39.03.01 "Социология" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Черкасов М.Р. _____

Савельева Ж.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Егорова Л.Г. _____

"__" _____ 201__ г.