

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 15:05:21

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f4153b27a10ee37e75819

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра социологии и политологии

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Социология потребления

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Профиль подготовки: Социология социокультурных изменений

Квалификация: бакалавр

Факультет философии, социологии и культурологии

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя	18		
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	приобретение знаний и умений по осмыслению теоретико-методологических подходов к изучению потребления в социологии и экономике, основных институтов потребления, специфики структуры и содержания потребительского поведения разных социальных категорий населения в современном обществе, маркетинга; развитие способности к самостоятельному получению и анализу информации о потребительском поведении различных социальных общностей и групп, использованию этих данных при решении профессиональных задач; формирование общекультурных и профессиональных компетенций.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.6
--------------------	-----------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Знать:

- содержание потребления и его институтов, сущность потребительского поведения, его проявления, механизм, факторы

Уметь:

- определять характерные черты отдельных видов потребления, специфику факторов, воздействующих на потребительское поведение населения, в том числе и маркетинга

Владеть:

- знанием теории потребления, особенностей потребления и его институтов
- навыками анализа маркетинговых данных

ПК-5: способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб

Знать:

- типы потребления, их основные черты
- основные теоретические модели, описывающие процесс потребления, и методы его исследования

Уметь:

- анализировать особенности потребительских предпочтений и поведения различных социальных общностей и групп, идентификации групп интересов и их специфики (стилей) потребления
- применять теоретические модели потребления при анализе конкретной проблемы, связанной с процессом потребления и потребительского поведения

Владеть:

- знанием теории потребительского поведения отдельных социальных общностей и групп в современном обществе
- умением применять знания и навыки по теории потребления при решении профессиональных задач
- навыками анализа социологических данных