

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.01.2025 09:55:26
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к
рабочей программе
дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Социология потребления и потребительское поведение</i>
Направление подготовки / Специальность	<i>39.03.01 Социология</i>
Направленность (профиль) / Специализация	<i>Социальная теория и прикладное социальное знание</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Разработчик(и)	<i>Худякова Марина Владимировна, доцент кафедры общей и экономической социологии</i>

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися
Отсутствуют.

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи/Темы	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)
1	2	3	4	5	6
1.	Предмет социологии потребления. Различия экономического и социологического подходов к изучению потребления	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
		Подготовка эссе	Эссе	2	4
2.	Потребление как предмет социологического анализа	Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
		Подготовка к дискуссии	Участие в дискуссии	1	1
3.	Внешние факторы потребительского поведения	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
		Подготовка к дискуссии	Участие в дискуссии	1	1
4.	Внутренние факторы потребительского поведения	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
		Подготовка к дискуссии	Участие в дискуссии	1	1
5.	Сегментация потребительского рынка	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
6.	Процесс принятия потребительского решения	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1

		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
		Подготовка эссе	Эссе	2	4
7.	Особенности делового покупательского поведения	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
		Подготовка к дискуссии	Участие в дискуссии	1	1
8.	Маркетинг отношений с потребителем	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка доклада	Представление и презентация доклада	1	2
9.	Современная трансформация потребления	Подготовка к практическому занятию	Индивидуальный опрос	-	1
		Подготовка к дискуссии	Участие в дискуссии	1	1
		Выполнение проекта (реферат)	Реферат	6	4
10.	Зачет	Подготовка зачёту	Устный ответ на вопросы к зачёту	-	3
	Итого			33	44

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Подготовка к устному опросу:

осуществляется в соответствии с перечнем вопросов для обсуждения, опубликованных в МУП (ИС «Модеус»). Рекомендуется проработать лекционный материал по соответствующей теме, изучить обязательную литературу, рекомендуемую преподавателем и/или указанную в ИС «Модеус» по каждой учебной встрече. Более глубокой подготовке способствует изучение дополнительных источников, в том числе самостоятельно подобранных, в соответствии с планом семинарского занятия.

Все виды опроса проходят в течении практического занятия.

Оцениваются уровень подготовки студентов по теме, знание и глубина понимания изучаемого материала, способность ясно и логично излагать материал, навыки критической оценки информации, с которой обучающийся работал в процессе подготовки к занятию.

Критерии оценивания:

- полнота и правильность, аргументированность - это правильный, полный ответ;
- правильный, но неполный или неточный ответ без аргументации;
- правильный, но неполный или неточный ответ;
- неправильный ответ.

Подготовка доклада:

В данном случае предполагается короткое сообщение по одной из тем, представленной в оценочных средствах по определенной теме дисциплины. Для подготовки доклада используются информационные источники, не включенные в список рекомендованных по дисциплине, отражают актуальную информацию. Представление доклада предполагает использование самостоятельно подготовленной презентации, которая включает 7-10 слайдов, отражающих ключевые моменты сообщения и основные выводы по рассматриваемому вопросу.

В ходе представления доклада на семинарском занятии обучающийся должен продемонстрировать проработанность рассматриваемой проблемы, давая развернутые аргументированные ответы на вопросы и поддерживая дискуссию по теме. Время выступления не должно превышать 5-7 минут.

Подготовка к написанию эссе:

вне зависимости от метода написания эссе рекомендуется внимательно прочитать тему, заданную преподавателем, и выделить главную мысль. До написания эссе рекомендуется определить основной тезис, который будет доказываться на протяжении работы. Далее следует собрать полезную информацию по теме работы, используя опубликованные результаты эмпирических исследований, научных статей и другую авторитетную литературу; повторить пройденный материал по теме и обязательно использовать его в своей работе.

Следует учитывать, что все аргументы должны подкрепляться научной информацией, высказываниями известных людей, эмпирическими или фактическими данными. Работа должна демонстрировать умение обучающегося излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценивания:

- работа должна быть авторской (уровень оригинальности - не менее 70%);
- соответствие эссе выбранной теме;
- личностный характер восприятия проблемы и ее осмысление (эссе должно содержать личное мнение автора по проблеме);
- аргументированность;
- внутреннее смысловое единство, согласованность ключевых тезисов и утверждений, непротиворечивость личностных суждений;
- эссе должно быть изложено грамотным научным и профессиональным языком.

Подготовка к дискуссии:

Для подготовки к дискуссии студентам предлагается заранее ознакомиться с перечнем обсуждаемых вопросов или темой. А также предлагается определенный материал с целью оказания помощи в подборе аргументов для решения дискуссионных вопросов:

- ряд домашних заданий, которые необходимы для комментирования разных точек зрения;
- теоретический материал, помогающий студентам ознакомиться с научными исследованиями в области информационного взаимодействия власти и общества.

Подготовка проекта:

данный вид самостоятельной работы используется как форма текущего контроля подготовки обучающегося по дисциплине. Проект реализуется в форме реферата, осуществляется на основе тем, представленных в оценочных средствах, а также предложенных самим обучающимся в соответствии с проблематикой дисциплины. Предполагает систематизацию материала, представление результатов решения

определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы, опубликованных в открытых источниках. В ходе подготовки проекта (реферата) используются информационные источники, не включенные в список рекомендованных по дисциплине, отражают актуальную информацию.

Реализация работы включает несколько этапов:

1. Изучение литературы. Формирование списка источников.
2. Описание проблемы
3. Сбор данных
4. Анализ данных
5. Разработка выводов
6. Оформление реферата
7. Защита проекта

Структура доклада не регламентирована, основное условие – отражение всех этапов работы и ее результатов.

Конечные результаты работы представляются в форме доклада с презентацией (до 10 слайдов). Время выступления не должно превышать 10 минут.

Критерии оценивания:

- самостоятельность работы;
- глубина раскрытия темы;
- достоверность, актуальность и целесообразность используемых источников;
- обоснованность выводов;
- качество подготовки презентации;
- аргументированность ответов на вопросы к докладчику;
- личная заинтересованность автора, творческий подход к работе; участие в обсуждении других проектов.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

В целях эффективной организации самостоятельной подготовки к промежуточной аттестации обучающимся рекомендуется повторение лекционного материала по всем темам курса, а также изучение обязательной учебной литературы, рекомендованной МУП в ИС «Модеус».

Перечень вопросов опубликован в МУП (ИС «Модеус»), а также доводится до обучающихся до промежуточной аттестации.

Зачет проводится в форме устного собеседования по утвержденным вопросам к зачету.

Критерии оценивания: полнота и правильность ответа. Ответы обучающегося должны быть выстроены логично, студент должен уметь доступно излагать материал, оперировать основными понятиями и теоретическими концепциями для выражения собственной позиции, аргументировать выводы.

Вопросы к зачету

1. Основные понятия потребительского поведения.
2. Развитие наук о потреблении.
3. Методология и значение исследований поведения потребителей.
4. Сегментирование рынка потребителей, его основные принципы.
5. Процесс принятия потребительского решения и его факторы.
6. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.
7. Культурные вариации в потребительском поведении.
8. Особенности кросс-культурных и глобальных маркетинговых стратегий: потребительский аспект.
9. Социальное положение потребителя и его маркетинговое значение.
10. Формы влияния референтных групп на потребительский выбор.
11. Модели процессов персонального влияния.

12. Диффузия инноваций, скорость освоения инноваций потребителями.
13. Ролевое поведение и социализация потребителя в маркетинговых решениях.
14. Внутренние факторы поведения потребителей.
15. Процесс обработки информации потребителем.
16. Восприятие и его роль в обработке информации потребителем.
17. Управление экспозицией и вниманием в процессе потребительского восприятия.
18. Основные характеристики и методы обучения потребителей.
19. Память, ее виды и использование в маркетинговых сообщениях.
20. Мотивы потребительского поведения.
21. Личность и ее значение в потребительском поведении.
22. Эмоции и их использование в маркетинге.
23. Жизненный стиль потребителей, его влияние на потребительское поведение.
24. Ресурсы потребителей.
25. Компоненты отношения потребителей к продукту.
26. Мультиатрибутивные модели отношения потребителей к продукту и их значение в маркетинге.
27. Измерение отношения потребителя к продукту.
28. Роль и типы ситуационных факторов в принятии решения о покупке.
29. Активация осознания проблемы потребителем.
30. Принятие решений о выборе потребительских альтернатив.
31. Маркетинг отношений.
32. Типы деловых покупателей и решений о покупке.
33. Деловое покупательское поведение: особенности и модель.
34. Консюмеризм — история и глобальные перспективы.
35. Защита прав потребителей.