

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра філософії, соціології та політології

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою

(пост. п. 31 від «08» 08 2022 р.)

Ректор

А. А. Мазаракі



**СОЦІОЛОГІЯ СПОЖИВАННЯ ТА ДОЗВІЛЛЯ /
SOCIOLOGY OF CONSUMPTION AND LEISURE**

**РОБОЧА ПРОГРАМА /
COURSE OUTLINE**

освітній ступінь	бакалавр/ bachelor
галузь знань	«Соціальні та поведінкові науки» / «Social and behavioral sciences»
спеціальність	«Соціологія»/ "Sociology"
спеціалізація	«Соціологія економічної діяльності»/ "Sociology of economic activity"

КИЇВ 2022

Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ заборонено

Автор: М.П. Кухта, доктор соціологічних наук
Н.М. Литвин, кандидат історичних наук, доцент

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри філософії, соціології та політології 24 травня 2022 р., протокол № 13 (27).

Рецензенти: Н.Б Шуст, доктор соціологічних наук, проф.
Н. І. Соболева, доктор соціологічних наук, с.н.с., провідний науковий співробітник ІС НАН України

СОЦІОЛОГІЯ СПОЖИВАННЯ ТА ДОЗВІЛЛЯ / SOCIOLOGY OF CONSUMPTION AND LEISURE

РОБОЧА ПРОГРАМА / COURSE OUTLINE

освітній ступінь	бакалавр/ bachelor
галузь знань	«Соціальні та поведінкові науки» / «Social and behavioral sciences»
спеціальність	«Соціологія»/ "Sociology"
спеціалізація	«Соціологія економічної діяльності»/ "Sociology of economic activity"

1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин/ кредитів	з них			
		лекції	Практичні (семінарські) заняття/ МК	самостійна робота студентів	
Тема 1. Споживання як об'єкт соціологічного аналізу.	9	2	2	5	Д, АР, П
Тема 2. Соціологія споживання в історичному контексті	9	2	2	5	П, Е, СВ, АР
Тема 3. Споживач в соціокультурному полі	10	2	2	6	РГ, П, О
Тема 4. Торговий простір як соціальне поле.	10	2	2	6	ДГ, АР, ТЗ, П
Тема 5. Споживання як стиль життя.	14	2	2	6	КС, П, СВ, АД, Д
Тема 6. Соціальні інститути як регулятори поведінки	10	2	2	6	АД, Т, П, Е
Тема 7. Споживання в соціальних спільнотах.	10	2	2	6	О, П, Т, СВ
Тема 8. Специфіка споживчої поведінки в умовах ринкової економіки	16	4	4	8	МС, П, РГ, СВ
Тема 9. Моделі індивідуальної і споживчої поведінки.	16	4	4	8	О, П, АР

Тема 10. Методи дослідження поведінки споживачів.	16	4	4	8	АД
Тема 11. Соціологічні основи вивчення вільного часу та дозвілля	16	4	4	8	О, П, АР
Тема 12. Особливості дозвілля різних соціальних груп	16	4	4	8	О, П, Т, СВ
Тема 13. Трансформація форм і змісту дозвілля в сучасних умовах	16	4	4	8	РГ, П, О
Тема 14. Концепція суспільства споживання та дозвілля на сучасному етапі	16	4	4	8	АД, ККР
Разом:	180/6	42	42	96	
Підсумковий контроль – екзамен					

Форми контролю:

- О – опитування;
- ТЗ – виконання творчого завдання;
- П – презентація проекту;
- СВ – вирішення ситуаційної справи;
- АР – виконання аналітичної роботи;
- КС – участь у круглому столі;
- ДГ - участь у діловій грі;
- МС – участь у моделюванні ситуацій;
- Д – підготовка дайджесту;
- Т – тестування;
- Е – підготовка есе;
- РГ - участь у рольовій грі;
- ККР – комплексна контрольна робота.

2. ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ СЕМІНАРСЬКИХ, ПРАКТИЧНИХ, САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Результати навчання	Навчальна діяльність*	Робочий час студента
<p>Знати: мету та завдання споживання, визначити місце дисципліни „Соціологія споживання” в системі інших соціальних наук.</p> <p>Вміти: аналізувати процес формування суспільства споживання.</p>	<p>Тема 1. Споживання як об’єкт соціологічного аналізу.</p> <p>Лекція. Соціологія споживання в системі наукового пізнання.</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Об’єкт, предмет, завдання соціології споживання. 2. Структура соціологічного знання. Теоретичний, емпіричний рівні в структурі соціологічного знання. 3. Поняття споживання в традиційній і сучасній інтерпретації <p>Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 6,7.</i> <i>Додатковий: 5,6,9</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6</i></p> <p>Практичне заняття.</p> <p>План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Науковий статус, зв’язок з соціологією, психологією, маркетингом, менеджментом. 2. Завдання, проблеми, основні категорії дисципліни. Феномен «Суспільства споживання». 3. Процес формування суспільства споживання. <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Написати дайджест на тему: «Вплив філософії «споживання» на формування дисципліни «Соціологія споживання». 2. Скласти словник термінів на основі лекції. 	<p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">5</p>
<p>Знати:</p>	<p>Тема 2. Соціологія споживання в історичному контексті</p>	

<p>теорії походження терміну «споживання», головні події історії виникнення соціології споживання.</p> <p>Вміти: визначати та аналізувати чинники формування поведінки споживання.</p>	<p>Лекція. Теорії споживання в працях відомих філософів. План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Історія вивчення споживчої поведінки. 2. Традиція психоаналізу в теорії споживання: концепція З. Фрейда, «мотиваційні дослідження». 3. Теорія мотивації А. Маслоу. Концепція когнітивного дисонансу. <p>Список рекомендованих джерел <i>Основний: 6,7.</i> <i>Додатковий: 1,4,5,6,19.</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p>Практичне заняття. План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Т.Веблен: теорія показного (престижного) споживання. 2. Г.Зіммель: теорія моди. В.Зомбарт: концепція розкошів. 3. П. Лазарсфельд: дослідження ринку товарів повсякденного попиту. <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виконати презентацію на тему: «Роль ринку та попиту в соціології споживання». 2. Прослідкувати історичне коріння виникнення соціології споживання. 3. Обговорення роботи Ж. Бодрійяра «Споживання як діяльність систематичного маніпулювання знаками». 	<p>2</p> <p>2</p> <p>5</p>
<p>Знати: причини і обставини особливої позиції споживача в соціокультурному просторі</p>	<p>Тема 3. Споживач в соціокультурному полі Лекція. Позиція споживача в соціумі. План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Споживач в соціокультурному полі. Феномен соціокультурного поля. 2. Статусна позиція споживача. 3. Силевий характер соціокультурного поля: ресурси (виробництво, ринок), культурна 	<p>2</p>

<p>Вміти: аналізувати потреби і рушійні сили споживача та його ставлення до цінностей і якості життя</p>	<p>програма, засоби комунікації (мова).</p> <p style="text-align: center;">Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 2,6, 7.</i> <i>Додатковий: 5,13,19.</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття.</p> <p style="text-align: center;">План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потреба як рушійна сила споживання. Ієрархія потреб по Маслоу. 2. Цінності в структурі споживання. Поняття «цінність». Функції цінностей. Речі в системі цінностей. 3. Поняття якість. Категорії якості. <p style="text-align: center;">Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Провести кейс метод в групі на тему «<i>Приховані потреби споживача</i>» 3. Виконайте творче завдання на тему: «<i>Рівні категорії «якість» на різних історичних етапах</i>». 	<p style="text-align: right;">2</p> <p style="text-align: right;">6</p>
<p>Знати: сутність та особливості явищ і процесів взаємовідносин між споживачем і покупцем.</p> <p>Вміти: аналізувати вплив брендінгу та шопінгу на свідомість споживача</p>	<p>Тема 4. Торговий простір як соціальне поле.</p> <p style="text-align: center;">Лекція. Апофеоз масового споживання.</p> <p style="text-align: center;">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості торгового простору як соціального поля. Взаємовідносини між покупцем і споживачем на різних історичних етапах 2. Товарний фетишизм. Художній фетишизм. Бренд як фетиш. 3. Шопінг як гра. Шопінг-терапія і шопінг-наркоманія <p style="text-align: center;">Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 3-7.</i> <i>Додатковий: 8,10,15.</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття.</p> <p style="text-align: center;">План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Східна і Західна стратегії брендінгу. 2. Управління брендом. Розширення і 	<p style="text-align: right;">2</p> <p style="text-align: right;">2</p>

	<p>розтягування бренда. Підходи до оцінки бренда. 3. Імідж як складова брендінгу.</p> <p>Завдання для самостійної роботи студентів 1. Виконайте творче завдання на тему: «Особливості використання брендінгу на українському споживчому ринку». 2. Підготуватися до обговорення питань семінару, вивчити рекомендовану літературу, зміст лекції на цю тему.</p>	6
<p>Знати: особливості та тонкості поведінки споживачів, дати кількісні і якісні характеристики поведінки.</p> <p>Вміти: характеризувати зміни у ставленні соціума до споживання в процесі впливу реклами та моди.</p>	<p>Тема 5. Споживання як стиль життя. Лекція. Поняття, структура та сутність поведінки споживачів План лекції 1. Споживча поведінка як діяльність. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на поведінку споживача. 2. Потреба як рушійна сила споживання. Види потреб. 3. Престижне споживання. Споживання як засіб підтримання репутації.</p> <p>Список рекомендованих джерел <i>Основний:</i> 3-7. <i>Додатковий:</i> 8,10,15,20. <i>Інтернет-ресурси:</i> 1-6.</p> <p>Практичне заняття. План заняття 1. Мода, дизайн і реклама як детермінанти споживання. 2. Сертифікація та стандартизація. 3. Штрих код та етикетування.</p> <p>Завдання для самостійної роботи студентів 1. Охарактеризуйте кількісні дослідження поведінки споживачів. 2. Охарактеризуйте якісні дослідження поведінки споживачів</p>	2
<p>Знати: передумови, причини, рушійні</p>	<p>Тема 6. Соціальні інститути як регулятори поведінки.</p>	6

<p>сили виникнення руху по захисту прав споживачів</p> <p>Вміти: аналізувати внутрішні обставини впливу сім'ї на споживчу поведінку.</p>	<p>Лекція. Законодавча складова соціології споживання. План лекції</p> <p>1. Поняття «Соціальний інститут», види соціальних інститутів. 2. Держава як соціальний інститут. Вплив споживачів на державну політику. 3. Законодавчий захист прав споживачів. Білль президента Кенеді 1962 р.</p> <p>Список рекомендованих джерел <i>Основний: 1,2,4,5.</i> <i>Додатковий: 5,20,21.</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p>Практичне заняття. План заняття</p> <p>1. Категорія сім'ї. Міжсімейні соціальні мережі. Види сімей. Розподіл ролей у сім'ї. Стратегія впливу на прийняття рішень у сім'ї. 2. Споживча соціалізація в сім'ї. Особливості споживчої поведінки в сім'ї. 3. Перші акції по захисту прав споживачів в США та Західної Європи.</p> <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <p>1. Охарактеризувати діяльність Союзу споживачів США 1936 р. 2. Виконайте творче завдання на тему: «<i>Причини виникнення інтересу до захисту прав споживачів</i>».</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>6</p>
<p>Знати: термінологію «суспільство масового споживання», «глобалізація»</p> <p>Вміти: аналізувати процес глобалізації і локалізації споживання.</p>	<p>Тема 7. Споживання в соціальних спільностях. Лекція. Людство як соціокультурна спільність. План лекції</p> <p>1. Категорія «соціальна спільність». Споживання в соціальних спільностях. 2. Споживачі як соціальна спільність. Види соціальних груп. 3. Глобалізація і локалізація споживання.</p> <p>Список рекомендованих джерел</p>	<p>2</p>

	<p><i>Основний: 1,2,4,5.</i> <i>Додатковий: 5, 19, 20, 21.</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття. План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Етнічна та поселенська структура і споживання. Феномен етнічності. 2. Роль споживання в соціальному конструюванні етнічності. Поселенська структура і споживання. 3. Злам і стан кризи в соціології споживання. <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте вплив культурних факторів на поведінку споживачів. 1. Підготувати доповідь на тему: «Суспільство масового споживання як феномен глобалізації». 	<p>2</p> <p>6</p>
<p>Знати: поняття та сутність поведінки споживачів</p> <p>Вміти: аналізувати поведінку споживачів використанням різних методологічних підходів.</p>	<p style="text-align: center;">Тема 8. Специфіка споживчої поведінки в умовах ринкової економіки Лекція. Роль та місце споживача в концепції маркетингу. План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність маркетингу. Розвиток концепції маркетингу. 2. Визначення суті та моделі поведінки споживачів. 3. Підходи та етапи до аналізу поведінки споживачів. 4. Поняття, структура та сутність поведінки споживачів. <p style="text-align: center;">Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 3,4.</i> <i>Додатковий: 2,3,13.</i> <i>Інтернет-ресурси:1-6.</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття. План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Задоволення потреб споживача – головний орієнтир діяльності суб’єктів господарювання. 2. Принципи дослідження поведінки 	<p>3</p> <p>4</p> <p>4</p>

	<p>споживачів. Філософія зовнішнього і внутрішнього маркетингу.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Обмін, як процес, що поєднує споживача і маркетолога. 4. Реляційний обмін – основа маркетингових відносин. 5. Зміст мікроекономічного, психологічного, соціологічного та інтегрованих підходів до вивчення поведінки споживачів. <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготуйтеся до дискусії на тему: «Обмеження та перспективи розвитку досліджень поведінки споживачів». 2. Підготувати аналітичний звіт на тему: «Поведінка споживачів, що відносяться до різних соціальних груп». 	8
<p>Знати: теорії мотивації та фактори, що впливають на поведінку покупця</p> <p>Вміти: аналізувати мотиви поведінки покупців.</p>	<p>Тема 9. Моделі індивідуальної і споживчої поведінки.</p> <p>Лекція. Специфіка поведінки споживачів.</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Моделі індивідуальної споживчої поведінки. Модель ціле раціонального споживання. 2. Усвідомлення потреби і інтересу. Модель традиційної споживчої поведінки. 3. Фактори, що впливають на поведінку покупця. Психологічні фактори. 4. Мотив та його типи (раціональні, емоційні). Теорії мотивації та їх вплив на поведінку споживача. <p>Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний:</i> 3. <i>Додатковий:</i> 14. <i>Інтернет-ресурси:</i> 1-6.</p> <p>Практичне заняття.</p> <p>План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сприйняття та засвоєння інформації споживачем. 2. Особливості та етапи процесу прийняття рішень. 3. Оцінка варіантів перед покупкою. 	4

	<p>Процес покупки.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Вплив групи на споживчу поведінку індивіда. 5. Форми прояву групової влади у сфері споживання: влада винагороди, влада примусу, легітимна влада, влада самоідентифікації. <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготуватися до експрес-опитування за темою. 2. Написати аналітичну доповідь на тему: <i>«Специфіка прийняття рішень різними категоріями споживачів у залежності від дії різних факторів» (категорії та фактори на вибір здобувачів вищої освіти).</i> 	8
<p>Знати: методи дослідження поведінки споживачів</p> <p>Вміти: обирати методи дослідження поведінки споживачів.</p>	<p>Тема 10. Методи дослідження поведінки споживачів.</p> <p>Лекція. Специфіка поведінки споживачів</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність кількісних та якісних методів. Вивчення пізнавальної реакції споживачів. 2. Вимір емоційної реакції та поведінкової реакції споживачів за допомогою кількісних методів. 3. Аналіз відомої марки: спонтанна відомість, відомість з підтримкою, кваліфікаційна відомість. 4. Показники здатності згадати рекламу. <p>Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 3</i> <i>Додатковий: 3,14.</i> <i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p>Практичне заняття.</p> <p>План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вимірювання емоційної реакції споживачів. 2. Анкети для вивчення відношення споживачів до моделі. Оцінка 	4

	<p>відношення споживачів до товару за багатofакторною моделлю Фішбейна.</p> <p>3. Вимірювання поведінкової реакції споживачів. Аналіз прихильності до торгової марки.</p> <p>4. Методи вимірювання задоволеності/незадоволеності споживача.</p> <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <p>1. <i>Написати програму соціологічного дослідження задоволеності споживачів певними послугами /товарами (послуги/товари на вибір здобувачів вищої освіти).</i></p> <p>2. <i>Підготувати презентацію (10-12 слайдів) на тему: «Сучасні дослідження споживацької поведінки у різних країнах».</i></p>	8
<p>Знати: основні концепції вільного часу та дозвілля</p> <p>Вміти: класифікувати види дозвілля та проводити соціологічне дослідження дозвіллевих практик .</p>	<p>Тема 11. Соціологічні основи вивчення вільного часу та дозвілля</p> <p>Лекція. Соціологічний вимір розгляду часу</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні концепції вивчення вільного часу та дозвілля. 2. Специфіка конкретно-соціологічних досліджень вільного часу та дозвілля. Час як міра соціального життя. 3. Особливості застосування фактору часу в процесі вивчення соціологічних явищ. Соціальні функції часу. 4. Значення вивчення проблем часу в процесі аналізу сучасної соціокультурної реальності. 5. Специфіка конкретно-соціологічних досліджень вільного часу та дозвілля. 6. Значення вивчення проблем часу в процесі аналізу сучасної соціокультурної реальності. <p>Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 2</i></p> <p><i>Додатковий: 10,11.</i></p>	4

	<p><i>Інтернет-ресурси:1-6.</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття.</p> <p style="text-align: center;">План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вільний час та дозвілля в структурі поведінки індивіда. 2. Сутність робочого, позаробочого та вільного часу. 3. Класифікація видів діяльності у вільний час. 4. Параметри організації та проведення дозвілля: місце, соціальне оточення, матеріальне забезпечення. 5. Взаємозв’язок основних соціальних інститутів зі сферою дозвілля. 6. Значення дозвілля для розвитку особистості. 7. Соціалізація в дозвіллевій сфері. <p style="text-align: center;">Завдання для самостійної роботи студентів</p> <p><i>1.Створити анкету (10 запитань) щодо дослідження дозвілля різних груп населення.</i></p> <p><i>2.Підготувати доповідь на тему: «Перспективи соціологічних досліджень дозвіллевої сфери».</i></p>	<p style="text-align: center;">4</p> <p style="text-align: center;">8</p>
<p>Знати: типологію соціальних груп за характером проведення дозвілля</p> <p>Вміти: Визначати фактори, що зумовлюють обрання певного типу хобі та дозвілля.</p>	<p style="text-align: center;">Тема 12. Особливості дозвілля різних соціальних груп</p> <p style="text-align: center;">Лекція. Специфіка дозвілля в залежності від типу соціальної групи</p> <p style="text-align: center;">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типологія соціальних груп за характером проведення дозвілля. 2. Ціннісні орієнтації у сфері дозвілля. 3. Класифікація хобі. 4. Вільний час та дозвілля молоді: поведінка, ціннісні орієнтації, проблеми. 5. Вільний час та дозвілля людей середнього та старшого віку <p style="text-align: center;">Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 2</i></p> <p><i>Додатковий: 10,11.</i></p> <p><i>Інтернет-ресурси:1-6.</i></p> <p style="text-align: center;">Практичне заняття.</p>	<p style="text-align: center;">4</p>

	<p align="center">План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття культури вільного часу. 2. Проблеми організації дозвіллевої діяльності. 3. Індикатори визначення рівня культури та організації вільного часу. 4. Фактори, що визначають характер та культуру дозвілля. <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Написати есе на тему: «Проблеми дозвілля сучасної молоді». 2. Здійснити компаративний аналіз хобі та дозвілля у різних культурах. 3. Підготуватися до експрес-опитування. 	<p>4</p> <p>8</p>
<p>Знати: основні тенденції у сфері дозвілля</p> <p>Вміти: аналізувати процес трансформації дозвіллевого практик в сучасному світі.</p>	<p align="center">Тема 13. Трансформація форм і змісту дозвілля в сучасних умовах</p> <p>Лекція. Дозвіллеві тенденції в сучасному світі</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інноваційні тенденції у сфері вільного часу та дозвілля. 2. Динаміка модернізації організаційної структури вільного часу. 3. Сучасні дозвіллеві практики як прояв культурного різномайття. 4. Індустрія сучасного дозвілля. 5. Новітні форми дозвілля та девіації. <p>Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний: 2,5.</i></p> <p><i>Додатковий: 4,6,8,9.</i></p> <p><i>Інтернет-ресурси: 1-6.</i></p> <p align="center">Практичне заняття.</p> <p align="center">План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дозвілля як стиль життя. 2. Вплив дозвіллевої діяльності на соціальні процеси в сучасному суспільстві. 3. Соціальні проблеми в дозвілєвій сфері. 4. Механізми регуляції вільного часу. 5. Об'єктивні та суб'єктивні чинники виникнення проблем в сфері вільного 	<p>4</p> <p>4</p>

	<p>часу та дозвілля.</p> <p>Завдання для самостійної роботи студентів</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготуватися до дискусії щодо чинників виникнення проблем у сфері дозвілля та способів їх подолання. 2. Підготувати презентацію на тему: «Споживацтво як стиль життя». 	8
<p>Знати: концепції суспільства споживання та дозвілля</p> <p>Вміти: проводити компаративний аналіз дозвіллевих практик у різних культурах.</p>	<p>Тема 14. Концепція суспільства споживання та дозвілля на сучасному етапі</p> <p>Лекція. Специфіка поведінки споживачів</p> <p>План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Суспільство споживання» Радикальна концепція постмодерну Ж. Бодрійяра. 2. Поява homo consumans (людини-споживача) у сучасному суспільстві. 3. Знаково-символьний характер сучасного споживання. 4. Компенсаторний характер поведінки споживача. Символічний обмін. 5. Кредит як новий засіб соціалізації людини. <p>Список рекомендованих джерел</p> <p><i>Основний:</i> 3,4. <i>Додатковий:</i> 2,10,13. <i>Інтернет-ресурси:</i> 1-6.</p> <p>Практичне заняття.</p> <p>План заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Жіноча та чоловіча моделі поведінки у рекламі. Концепція «втраченої особистості». 2. Культ краси та еротизму у суспільстві споживання. «Новий нарцисизм». 3. Особливості споживання продукції ЗМІ. 4. Актуальність дослідження проблем вільного часу та дозвілля в сучасних умовах розвитку суспільства. 5. Порівняльна характеристика проведення вільного часу на прикладі країн Західної Європи та України. 	4

	<p>Завдання для самостійної роботи студентів <i>1. Підготуватися до дискусії на тему: «Відмінності у дозвіллевих практиках чоловіків та жінок».</i> <i>2. Підготувати есе на тему: «Вплив ЗМІ на розвиток суспільства споживання».</i></p>	8
Разом		180
Підсумковий контроль		

** Курсивом визначено інтерактивні завдання з навчальної дисципліни «Соціологія політики»*

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Про захист прав споживачів: Закон України, прийнятий Верховною Радою України 12 травня 1991 р. Редакція від 16.10.2020 // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
2. Скибінський С.В. Поведінка споживачів у маркетингу: навч. посіб./ Укоспілка; Львівська комерційна академія. — Л.: ЛКА, 2019. — 260 с.
3. Цимбалюк Н. М. Соціологія дозвілля: Навчальний посібник. — К.: ДАКККіМ, 2012. — 214 с.
4. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: підручник / А. В. Войчак (ред.). — К.: КНЕУ, 2017. — 408 с.
5. Дудла І.О. *Захист прав споживачів: Навч. Посібник для студентів вищих навч. закладів.* — К.: Центр учбової літератури, 2017. — 447 с.

Додатковий

1. Балакірева О. М. Трансформація ціннісних орієнтацій в українському суспільстві / О. М. Балакірева // *Укр. соціум.* — 2012. — № 1. — С. 21–32.
2. Наумова М. «Матеріалізм» і «постматеріалізм» як типи ціннісних преференцій населення України / М. Наумова // *Соціокультурні ідентичності та практики / під ред. А. Ручки.* — К., 2018. — 315 с.
3. Зоська, Я.В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні. Запоріжжя, 2011.- 350 с.
4. Бедратий В. Якість життя та захист прав споживачів // *Стандартизація, сертифікація, якість.* — К., 2018. - №3. — С. 60 – 66.
5. Іваненко Л.М. *Реалізація права споживачів на придбання товару належної якості // Право України, 2013. - №8. — С. 73 – 77.*
6. Мандибура В. Розвиток системи захисту прав споживачів як умова зростання якості життя населення України // *Україна: аспекти праці.* — К., 2017. - №8. — С. 3 – 9.
7. Микитюк І. Захист прав споживачів в Україні: історія і сучасність // *Гуманітарні науки і сучасність.* — К., 2012. — С. 103 – 109.
8. Язвінська О.М. *Історія консюмеризму в США // Гуманітарні науки і сучасність.* — К., 2002. — С. 93-103.
9. Язвінська О.М. *Консюмерський Інтернаціонал – або глобальна організація захисту інтересів споживачів // Науковий світ.* — 2003. — № 7. — С. 18-19.
10. Скляр С.Ю. Соціокультурні трансформації дозвіллевого простору молоді в умовах суспільних перетворень в Україні / С. Ю. Скляр // *Соціальні технології.* — 2010. — № 10. — С. 206–214.
11. Цимбалюк Н. Цивілізація дозвілля: як перспективний проект розвитку сучасного суспільства / Цимбалюк Н. // *Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей: тези доповідей учасників I конгресу Соціологічної асоціації України.* — Х., 2009. — С. 299.

12. Smart Barry Consumer Society: Critical Issues & Environmental Consequences .- University of Portsmouth, UK SAGE Publications Lt, - 2010 – 264 p.
13. Stillerman Joel. The Sociology of Consumption: A Global Approach Polity Press, Cambridge, 2015, 228 pp.
14. Slater D. Consumer Culture & Modernity. Cambridge: Polity Press, 2010.

Інтернет-ресурси

1. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет кафедри маркетингу.
5. Сайт Державного комітету статистики України. –Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Держспоживстандарт- [www. dssu.gov.ua](http://www.dssu.gov.ua)

**курсив – визначено джерела та літературу, яка наявна в бібліотеці ДТЕУ.*