

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

**Вопросы к экзамену по дисциплине «Методология и методика  
социологического исследования поведения потребителей»**

**39.04.01 Социология (заочная форма обучения)**

1. История социологии потребления на западе
2. История социологии потребления в России
3. Социальные предпосылки становления социологии потребления
4. Место социологии потребления в структуре социологического знания
5. Объект и предмет социологии потребления
6. Различия экономического и социологического подходов к изучению потребления
7. Описание проблемной ситуации определения понятия потребления
8. Подходы в определении понятия потребления в социально-гуманитарных науках: потребление как покупка
9. Подходы в определении понятия потребления в социально-гуманитарных науках: потребление как утилизация
10. Подходы в определении понятия потребления в социально-гуманитарных науках: потребление как рационализация
11. Подходы в определении понятия потребления в социально-гуманитарных науках: потребление как применение
12. Сравнительный анализ определения понятия потребления в экономических подходах (Ильин, Верховин)
13. Социально- психологический подход в определении понятия потребление Э. Фромма.
14. Сущность метафорического способа определения понятий
15. Основные метафоры в определении понятия потребления: потребление как огонь потребление как еда
16. Сущность социокультурного подхода к определению понятия потребления
17. Концепция Ж. Бодрийяра в определении понятия потребление
18. Особенности теории общества постмодерна
19. Теория общества постмодерна Ф. Джеймсона
20. Концепция общества постмодерна Ж. Бодрийяра
21. Концепция симулятивной реальности Ж. Бодрийяра
22. Сущностные черты потребления постмодерна
23. Функции потребления в обществе постмодерна
24. Феномен идентичности в обществе постмодерна
25. Причины масштабности потребления в обществе
26. Методологические основания нормативной модели в объяснении потребления
27. Факторы потребления в нормативной модели: компаративистская референтная группа.
28. Факторы потребления в нормативной модели: мотивационная референтная группа
29. Методологические основания субъективистской модели в объяснении потребления.
30. Факторы потребления в субъективистской модели: мотив самореализации
31. Методологические основания социокультурной модели в объяснении потребления
32. Факторы потребления в социокультурной модели: жизненный проект
33. Желание как основание феномена потребления
34. Механизмы и приемы стимулирования потребления.