

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины Б1.В.02 Социология предпринимательства, финансово-экономического поведения и потребления**

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Направленность (профиль): Экономическая социология и маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины «Социология предпринимательства, финансово-экономического поведения и потребления» является формирование у студентов представления о сущности предпринимательства, финансово-экономического и потребительского поведения на основе изучения особенностей социологического подхода к потреблению, понимания сущности потребительской культуры и методов исследования современного общества потребления.

Объем дисциплины: 9 з.е, 324 часа

Семестр: 5,6

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Изучение феномена потребления с позиций социологического знания. Финансово-экономическое поведение как объект социологического анализа.
2	Предпринимательство: понятие, сущность. Виды предпринимательства. Формы предпринимательской деятельности. Функции предпринимательской деятельности.
3	Понятие и сущность феномена покупательского поведения. Потребительское поведение: понятие, сущность. Классификация стратегий потребительского поведения. Теоретические основы изучения потребительского поведения. Потребительская культура. Социальный портрет современного покупателя. Сущность и модели экономического поведения. Типы финансового поведения населения. Исследование моделей потребительского и покупательского поведения. Методы изучения покупательского поведения.
4	Сущность и содержание социального предпринимательства. Предпринимательство – основные типы, виды и формы. Социальный характер предпринимательства. Теоретико-методологические аспекты социального предпринимательства. Социальные проекты и их реализация. Бизнес-планирование в социальном предпринимательстве. Финансирования в социальном секторе. Фандрайзинг. Оценки социально-экономической эффективности проектов.
5	Введение в финансовый маркетинг. Выбор ценовой стратегии. Ценовой политики. Разработка и анализ плана маркетинга.
6	Эволюция взглядов на потребление. Модель потребительского поведения. Демонстративное потребление и теория праздного класса (Т. Веблен) Общество потребления. Структура потребления. Культура потребления в современном обществе. Особенности российского «общества потребления». Потребительские стереотипы. Мода как фактор потребления.

Форма промежуточной аттестации: экзамен