

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра философии и социологии

Утверждена
решением кафедры
экономики и финансов
Протокол от «02» сентября 2019 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и
обучающихся инвалидов

Б1.В.ДВ.8.1. Социология моды
(индекс и наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Социальная структура, социальные институты и процессы

направленность (профиль)

Бакалавр

квалификация

очная

форма(ы) обучения

год набора - 2020

Волгоград, 2019 г.

Автор(ы)-составитель(и):

Преподаватель кафедры философии и социологии

Лещенко Л.А.

Заведующий кафедрой философии и социологии

Кузеванова А.Л.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	21
6.1. Основная литература	21
6.2. Дополнительная литература	21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	21
6.4. Нормативные правовые документы	21
6.5. Интернет-ресурсы	21
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	22
8. Приложение 1 РПД.....	23

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.8.1. «Социология моды» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	ПК-8.2	способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
формирование профессиональных действий, связанных с анализом, интерпретацией данных социологических и маркетинговых исследований	ПК-8.2 - способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	- Анализирует собранную комплексную социальную информацию - Применяет методы интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы профессиональной информации

2. Объем и место дисциплины в структуре адаптированной образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.8.1 «Социология моды» принадлежит к блоку вариативная часть, дисциплины по выбору. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 7 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа).

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.8.1 «Социология моды» реализуется после изучения: Б1.Б.2. Философия, Б1.Б.12 История социологии, Б1.Б.13 Основы социологии, Б1.В.ОД.16 Социология культуры.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 34 часов и на самостоятельную работу обучающихся – 38 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемос ти, промежуто чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
7 семестр								
Тема 1	Введение. Социология моды как наука	10	4	-	2	-	4	О
Тема 2	Социальные функции моды	8	2	-	2	-	4	О
Тема 3	Теоретические концепции изучение феномена моды	8	2	-	2	-	4	О
Тема 4	Социально-психологические механизмы моды	8	2	-	2	-	4	О,Т
Тема 5	Стиль как один из аспектов моды	8	2	-	-	-	4	Э
Тема 6	Символическая система моды	8	2	-	2	-	4	О
Тема 7	Мода, не-мода, анти-мода	6	2	-	-	-	4	Э
Тема 8	Мода как форма коммуникации: от производителя - к потребителю и обратно	8	2	-	2	-	4	О,Т
Тема 9	Мода, потребление, дизайн	8	2	-	2	-	6	О,Т
Промежуточная аттестация		-	-	-	-	-	-	зачёт
Всего:		72	20	-	14	-	38	2 ЗЕ

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), эссе (Э)

Содержание дисциплины

Тема 1. **ВВЕДЕНИЕ. СОЦИОЛОГИЯ МОДЫ КАК НАУКА**

Слово «мода», разнообразие и эволюция его значений. Социологический подход к этому явлению, отличие от других подходов. Влияние моды на культуру, ее присутствие в разных ее областях. Мода как одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам. Связь с другими социальными науками. Из истории социологических интерпретаций моды.

Мода как специфическая форма социальной регуляции. Не-модные регулятивы: обычай, традиция. Мода и социальная дифференциация. Мода, классы и статусы.

Тема 2. СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МОДЫ

В чем состоят социальные функции моды? 1) Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. 2) Инновационная функция. 3) Коммуникативная функция. 4) Функция социально-групповой дифференциации и нивелирования. 5) Функция социализации и идентификации. 6) Престижная функция. 7) Функция психофизиологической разрядки.

Тема 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИЗУЧЕНИЕ ФЕНОМЕНА МОДЫ

Античность: искусство есть ремесло. Новоевропейская теория творчества: от подражания к творчеству (мимесис и пойэсис). Эстетика как теория чувственного восприятия: А.Баумгартен. Немецкий романтизм. Ф.Шеллинг: диалог красоты и добра. И.Кант: прекрасное, возвышенное, критика вкуса. С.Кьеркегор: эстетизм как жизненная позиция (фигуры Дон Жуана, Фауста). Концепция подражания (Г.Тард, Г.Зиммель). Механизм «просачивания» модных образцов. Аристократия и высший класс как лидеры моды. Концепция «престижного» потребления (Г.Блумер, Ж.Бодрийяр). Экономическое обоснование распространения модных образцов. Эпоха постмодерна: искусство, которое «не знает, что оно искусство». Не мастерство подражания, но и не самовыражение художника, а умение найти вещам и объектам их выразительный ракурс. Перформанс, хэппенинг: ситуативность искусства. Узаконивание мимолетного в противоположность вечному: сближение моды и искусства

Тема 4. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ МОДЫ

Мода как искусство. Из истории моды. Haute couture, ее основатель Чарльз Фредерик Уорт (1821-1895). Феномен кутюрье. Поль Пуаре (1879-1914). «Золотой» век кутюрье: Пуаре, Шанель, Диор. История соперничества Г.Шанель и Э. Скиапарелли. New Look К.Диора. Ив Сен-Лоран как знаковая фигура. К.Лагерфельд в качестве главы дома «Шанель»: от «кутюра» к «прет-а-порте».

История моды 20 века как чередование «пластического» (подчеркивающего естественное анатомическое строение тела) и «геометрического» (нивелирующего естественные пропорции) подходов к одежде. На грани вульгарности: Д.Версаче как идеолог «пластического» в моде. «Геометрический» стиль японцев (Р.Кавакубо, Й.Ямамото).

Лидеры моды и последователи (И.Бренингмайер, А.Гофман). Индивидуальный выбор и стереотипное поведение. Мода и социальная коммуникация. Индустрия моды и средства массовой коммуникации. Механизмы «заражения», «внушения», «подражания» и др., влияющие на процесс возникновения моды. Массовая культура: стандартизация и индивидуализм. Семья как социальный институт. Функции семьи. Традиционный и современный типы семьи. Семья как малая группа. Структура семьи. Типология семейных структур.

Модные журналы. Harper's Bazaar как старейший женский журнал Европы (1867). Легендарные редакторы Carmel Snow, Diana Vreeland, Anthony Mazzola; их роль в формировании вкусов. Модное искусство – плохое искусство? Ортега-и-Гассет: призыв к «дегуманизации». Непопулярность как требование.

Тема 5. СТИЛЬ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ МОДЫ

Понятие стиля. Предпосылки возникновения стиля. Концептуальные основания изучения стиля жизни (А.Адлер, П.Бурдьё, Р.Инглхарт). Стиль жизни как потребление, стиль жизни как культура предпочтения, стиль жизни как использование социально-значимых ресурсов. Социальная дифференциация в постиндустриальном обществе и индивидуализация жизненных выборов. Полистилизм в моде и воспроизводство стилей жизни. Основные стили в развитии цивилизации.

Тема 6. СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЫ

Символическая система одежды. Ролевые функции одежды как опознавательные знаки социальных характеристик личности. Гендерный аспект в изучении моды (Г.Мортон, Дж.Флюгель).

Мода как «риторическая система»: Р.Барт. «Мода-описание», ее приоритет перед «системой реальной Моды». Субстанция Моды – «сугубо интеллигибельная»; как целостность Мода не существует вне слова: реальная система одежды – всего лишь естественный горизонт, где Мода формирует свои значения.

Что значит «быть в моде»: психологические аспекты моды.

Э.Гофман: самость как «театральный эффект, порождаемый разыгрываемой сценой».

Особенности воздействия моды на процесс социализации личности. Мода и самооценка.

М.Томас: мода как способ «социального конструирования чувства идентификации». «Я одеваюсь – значит самовыражаюсь. Я одеваюсь – значит требую» (Ж.-П.Готье).

Пол – возраст: к проблеме мужской и молодежной моды. Феномен денди. В стиле GQ. Молодежь – самая модная?

Мода в политике: имидж «первых леди» (Ж.Кеннеди - Н.Хрущева, Н.Рейган – Р.Горбачева и др.). Мода на политику. Мода на «левых». Феномен Че Гевары. Посмертное тиражирование образа Гевары. Литературное («Воссоединение» Х.Кортасара, «Кубинский цикл» Е.Евтушенко и др.) и кинематографическое («Че» С.Содерберга, «Дневники мотоциклиста» В.Саллеса) прочтение.

Тема 7. МОДА, НЕ-МОДА, АНТИ-МОДА

Мода как феномен массового общества: как это понимать? «Вещизм» (Э.Фромм, Г.Маркузе), «массовость» (Х.Ортега-и-Гассет), «престижное потребление» (Т.Веблен): негативистика классической гуманитарной мысли. Постмодернистская «переоценка ценностей»: Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Бодрийяр и др. Ж.Бодрийяр: индустрия моды как процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Образец создается виртуально – не как вещь, но как образ (производство не модели, но «модности»). Мода как производство желаемого нами собственного образа.

Мода и другие формы социальной регуляции поведения. Регулятивный антипод моды: обычай. Обычай, традиция, ритуал. Социальные функции обычая, его роль в архаических, индустриальных и постиндустриальных обществах.

Мода и социальные институты. Модные институты. Мода как форма неинституционального поведения. Мода и социальные движения.

Тема 8. МОДА КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ: ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ - К ПОТРЕБИТЕЛЮ И ОБРАТНО

"Внутренняя" и "внешняя" типологии участников моды.

"Внутренние" типы (категории) участников: "производители", "распространители", "потребители". Типы внутри этих типов.

Процесс модной коммуникации: в чем он состоит и как он происходит? Пример проблемы курицы и яйца: дискуссии о том, кто важнее в моде.

Смена мод как смена сообщений. "Звезды" как сообщения. Звезды - люди и звезды - вещи. Феномен фасцинации.

Основные проблемы и стратегии модной коммуникации.

Тема 9. МОДА, ПОТРЕБЛЕНИЕ, ДИЗАЙН

Кто делает моду – дизайнеры или рекламщики? Fashion-рынок и fashion-маркетинг. Модное то, что продается. Модный бренд: стратегии формирования торговых марок. Проблема желаемой и воспринимаемой идентичности fashion-ритейлера. Особенности мерчандайзинга в индустрии моды. Феномен флагманских магазинов.

«Тренд» - необязательно «модный»: понятие тренда в точных науках.

Тренд как направленность изменений показателей временного ряда (то есть последовательности значений некоторой переменной величины). Тренд-анализ как способ прогнозирования: тенденция, связанная с распространением закономерностей, действующих в изучаемом периоде, экстраполируется за его пределы. Астрофизика и геология как идеальные области для применения тренд-анализа. «Неестественно-научный» статус общественнознания, или почему моду предсказывать сложнее.

Трендсеттинговые агентства: история вопроса. «Бюро стиля» Trend Union (1985), Nelly Rodi (1985), Kjaer Global (1988), Future Laboratory (2001). Принципы их работы. Trend-books.

Модный прогноз: сравнительный анализ «тетрадей тенденций» Nelly Rodi и Promostyl.

Модный сезон: основные этапы принятия решений. Британская и Парижская группы по текстилю и цвету. Крупнейшие выставки: нитей и пряжи Filo (Милан); тканей Tissu Premier (Лилль) и Premiere Vision (Париж); специализированные выставки-ярмарки готовой продукции Bread & Butter (Барселона) и Magic Marketplace (Лас-Вегас). Недели моды. Дизайнерские показы прет-а-порте (сентябрь-октябрь) и кутюр (январь).

Современные тенденции модного бизнеса: оденься в сети (электронный фэшн-бизнес), сам себе стилист (имиджелогия).

Потребности в вещах: ориентир для проектирования или объект регулирования? Три аспекта потребностей в вещах. Еще одна псевдодилемма: мода и стиль. Быть и иметь: что такое "престижное потребление"? Три формы участия социологии в современном индустриальном дизайне: 1) "Социология дизайна"; 2) "Социология в дизайне"; 3) "Социология для дизайна".

Мода и маркетинг. Мода и политика.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.8.1 «Социология моды» используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Введение. Социология моды как наука	Устный опрос
Тема 2	Социальные функции моды	Устный опрос
Тема 3	Теоретические концепции изучение феномена моды	Устный опрос
Тема 4	Социально-психологические механизмы моды	Устный опрос, Письменный тест
Тема 5	Стиль как один из аспектов моды	Эссе
Тема 6	Символическая система моды	Устный опрос
Тема 7	Мода, не-мода, анти-мода	Эссе
Тема 8	Мода как форма коммуникации: от производителя - к потребителю и обратно	Устный опрос, Письменный тест
Тема 9	Мода, потребление, дизайн	Устный опрос, Письменный тест

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета методом выполнения практических контрольных заданий.

При необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к зачёту, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачёте. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Типовые оценочные материалы по теме 1. *ВВЕДЕНИЕ. СОЦИОЛОГИЯ МОДЫ КАК НАУКА*

Вопросы для устного опроса:

1. Слово «мода», разнообразие и эволюция его значений.
2. Социологический подход к этому явлению, отличие от других подходов. Влияние моды на культуру, ее присутствие в разных ее областях.
3. Мода как одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам. Связь с другими социальными науками. Из истории социологических интерпретаций моды.
4. Мода как специфическая форма социальной регуляции. Не-модные регулятивы: обычай, традиция.
5. Мода и социальная дифференциация. Мода, классы и статусы.

Типовые оценочные материалы по теме 2. *СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МОДЫ*

Вопросы для устного опроса:

1. В чем состоят социальные функции моды? 1) Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. 2) Инновационная функция. 3) Коммуникативная функция. 4) Функция социально-групповой дифференциации и нивелирования. 5) Функция социализации и идентификации. 6) Престижная функция. 7) Функция психофизиологической разрядки.

Типовые оценочные материалы по теме 3. *ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИЗУЧЕНИЕ ФЕНОМЕНА МОДЫ*

Вопросы для устного опроса:

1. Античность: искусство есть ремесло.
2. Новоевропейская теория творчества: от подражания к творчеству (мимесис и пойкисис). Эстетика как теория чувственного восприятия: А.Баумгартен. Немецкий романтизм. Ф.Шеллинг: диалог красоты и добра. И.Кант: прекрасное, возвышенное, критика вкуса. С.Кьеркегор: эстетизм как жизненная позиция (фигуры Дон Жуана, Фауста).
3. Концепция подражания (Г.Тард, Г.Зиммель,).
4. Механизм «просачивания» модных образцов. Аристократия и высший класс как лидеры моды. Концепция «престижного» потребления (Г.Блумер, Ж.Бодрийяр).
5. Экономическое обоснование распространения модных образцов.
6. Эпоха постмодерна: искусство, которое «не знает, что оно искусство». Не мастерство подражания, но и не самовыражение художника, а умение найти вещам и объектам их выразительный ракурс.
7. Перформанс, хэппенинг: ситуативность искусства. Узаконивание мимолетного в противоположность вечному: сближение моды и искусства.

Типовые оценочные материалы по теме 4. *СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ МОДЫ*

Вопросы для устного опроса:

- 1.Мода как искусство. Из истории моды. Haute couture, ее основатель Чарльз Фредерик Уорт (1821-1895). Феномен кутюрье. Поль Пуаре (1879-1914). «Золотой» век кутюрье: Пуаре, Шанель, Диор. История соперничества Г.Шанель и Э. Скиапарелли. New Look К.Диора. Ив Сен-Лоран как знаковая фигура. К.Лагерфельд в качестве главы дома «Шанель»: от «кутюра» к «прет-а-порте».
- 2.История моды 20 века как чередование «пластического» (подчеркивающего естественное анатомическое строение тела) и «геометрического» (нивелирующего естественные пропорции) подходов к одежде. На грани вульгарности: Д.Версаче как идеолог «пластического» в моде. «Геометрический» стиль японцев (Р.Кавакубо, Й.Ямамото).
- 3.Лидеры моды и последователи (И.Бренингмайер, А.Гофман). Индивидуальный выбор и стереотипное поведение. Мода и социальная коммуникация. Индустрия моды и средства массовой коммуникации. Механизмы «заражения», «внушения», «подражания» и др., влияющие на процесс возникновения моды. Массовая культура: стандартизация и индивидуализм. Семья как социальный институт. Функции семьи. Традиционный и современный типы семьи. Семья как малая группа. Структура семьи. Типология семейных структур.
- 4.Модные журналы. Harper's Bazaar как старейший женский журнал Европы (1867). Легендарные редакторы Carmel Snow, Diana Vreeland, Anthony Mazzola; их роль в формировании вкусов. Модное искусство – плохое искусство? Ортега-и-Гассет: призыв к «дегуманизации». Непопулярность как требование.

Тест

1.Мода – это: (выберите все правильные варианты)

- А. одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам.
- Б. один из основных принципов эстетики, в самом общем смысле — подражание искусства действительности.
- В. временное господство определённого стиля в какой-либо сфере жизни или культуры.
- Г. форма современного искусства, в котором произведение составляют действия художника или группы в определённом месте и в определённое время.

2.Мода становится ценностью, когда:

- А. индивид протестует против установленных обществом идеалов, правил и норм
- Б. внешняя норма модного поведения принимается индивидом
- В. создаются высокохудожественные модели одежды, а также аксессуаров к ним

3.Ониомания – это:

товарный знак, торговая марка, клеймо, т.е. марка товара

- а. искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании
- б. средствами массовой коммуникации и психологического воздействия
- в. непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия
- г. «передача информации от человека к человеку»

4.Одним из первых проявлений антимоды было:

- А.движение инкрояблей времен великой французской революции
- Б.движение битников, которые вместо традиционных костюмов и стиля ньюлук выбирали джинсы и водолазки
- В.движение хиппи

Ответы: 1г,2б,3в,4а.

Типовые оценочные материалы по теме 5. СТИЛЬ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ МОДЫ

Темы для эссе:

1. Понятие стиля. Предпосылки возникновения стиля. Концептуальные основания изучения стиля жизни (А.Адлер, П.Бурдьё, Р.Инглхарт). Стиль жизни как потребление, стиль жизни как культура предпочтения, стиль жизни как использование социально-значимых ресурсов.
2. Социальная дифференциация в постиндустриальном обществе и индивидуализация жизненных выборов.
3. Полистилизм в моде и воспроизводство стилей жизни.
4. Основные стили в развитии цивилизации.

Типовые оценочные материалы по теме 6. СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЫ

Вопросы для устного опроса:

1. Символическая система одежды. Ролевые функции одежды как опознавательные знаки социальных характеристик личности.
2. Гендерный аспект в изучении моды (Г.Мортон, Дж.Флюгель).
3. Мода как «риторическая система»: Р.Барт. «Мода-описание», ее приоритет перед «системой реальной Моды». Субстанция Моды – «сугубо интеллигентная»; как целостность Мода не существует вне слова: реальная система одежды – всего лишь естественный горизонт, где Мода формирует свои значения.
4. Что значит «быть в моде»: психологические аспекты моды.

Типовые оценочные материалы по теме 7. МОДА, НЕ-МОДА, АНТИ-МОДА

Темы для эссе:

1. Мода как феномен массового общества: как это понимать? «Вещизм» (Э.Фромм, Г.Маркузе), «массовость» (Х.Ортега-и-Гассет), «престижное потребление» (Т.Веблен): негативистика классической гуманитарной мысли.
2. Постмодернистская «переоценка ценностей»: Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Бодрийяр и др. Ж.Бодрийяр: индустрия моды как процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Образец создается виртуально – не как вещь, но как образ (производство не модели, но «модности»).
3. Мода как производство желаемого нами собственного образа.
4. Мода и другие формы социальной регуляции поведения. Регулятивный антипод моды: обычай. Обычай, традиция, ритуал. Социальные функции обычая, его роль в архаических, индустриальных и постиндустриальных обществах.
5. Мода и социальные институты. Модные институты. Мода как форма неинституционального поведения. Мода и социальные движения.

Типовые оценочные материалы по теме 8. МОДА КАК ФОРМА КОММУНИКАЦИИ: ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ - К ПОТРЕБИТЕЛЮ И ОБРАТНО

Вопросы для устного опроса:

1. "Внутренняя" и "внешняя" типологии участников моды. "Внутренние" типы (категории) участников: "производители", "распространители", "потребители". Типы внутри этих типов.
2. Процесс модной коммуникации: в чем он состоит и как он происходит? Пример проблемы курицы и яйца: дискуссии о том, кто важнее в моде.
3. Смена мод как смена сообщений. "Звезды" как сообщения. Звезды - люди и звезды - вещи. Феномен фасцинации.
4. Основные проблемы и стратегии модной коммуникации.

Тест

1. Социальная дифференциация означает:

- а) разделение общества на группы, занимающие разное социальное положение;

- б) превращение среднего класса в наиболее многочисленную общественную группу;
- в) усиление социального контроля над различными общественными группами;
- г) появление новых политических партий.

2. «Социальная роль» -

- а) степень влияния личности в социальной группе или в обществе;
- б) совокупность усвоенных и выполняемых человеком социальных функций и соответствующих им образцов поведения;
- в) положение человека в обществе, занимаемое им в соответствии с возрастом, полом, происхождением, профессией, семейным положением;
- г) оценка обществом или социальной группой общественной значимости тех или иных позиций, занимаемых людьми.

3. Слово "культура" у древних римлян означало:

- а) принятие закона;
- б) возрождение традиций;
- в) обработку земли;
- г) строительство зданий.

4. Классиками цивилизационного подхода к изучению культуры считаются:

- а) Маркс, Шпенглер, Тойнби;
- б) Маркс, Дюркгейм, Тойнби;
- в) Данилевский, Шпенглер, Тойнби;
- г) Данилевский, Дюркгейм, Тойнби.

Ответы: 1а,2б,3в,4в.

Типовые оценочные материалы по теме 9. МОДА, ПОТРЕБЛЕНИЕ, ДИЗАЙН

Вопросы для устного опроса:

1. Кто делает моду – дизайнеры или рекламщики? Fashion-рынок и fashion-маркетинг. Модное то, что продается.
2. Модный бренд: стратегии формирования торговых марок. Проблема желаемой и воспринимаемой идентичности fashion-ритейлера. Особенности мерчандайзинга в индустрии моды. Феномен флагманских магазинов.
3. «Тренд» - обязательно «модный»: понятие тренда в точных науках. 4. Модный прогноз: сравнительный анализ «тетрадей тенденций» Nelly Rodi и Promostyl.
- Модный сезон: основные этапы принятия решений.
5. Потребности в вещах: ориентир для проектирования или объект регулирования? Три аспекта потребностей в вещах. Еще одна псевдодилемма: мода и стиль. Быть и иметь: что такое "престижное потребление"? Три формы участия социологии в современном индустриальном дизайне: 1) "Социология дизайна"; 2) "Социология в дизайне"; 3) "Социология для дизайна".
6. Мода и маркетинг. Мода и политика.

Тест

1. Социализация – это:

- а) процесс усвоения норм поведения в обществе;
- б) процесс перехода из одной культуры в другую;
- в) потеря индивидуальности;
- г) активная общественная деятельность.

2. Что такое личность?

- а) выражение социальной сущности и содержания человека как субъекта деятельности и общественных отношений.
- б) совокупность общественных отношений людей.

- в) социальный институт и малая группа, в основе которой лежат родственные связи.
- г) отрасль социологии, которая изучает культуру как общественное явление.

3. Модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных и межличностных отношений, это...?

- а) Социальная мобильность.
- б) Социальная конвергенция.
- в) Социальная роль.
- г) Социальная диалектика.

4. Основные социологические теории личности?

- А) структурная, функциональная, теоретическая концепции.
- Б) профессиональная, познавательная, развлекательная концепции.
- В) психоаналитическая, ролевая, социальная, эволюционная концепции.
- Г) ролевая концепция, концепция личности Фрейда, поведенческая концепция, деятельностный подход.

Ответы: 1а,2а,3а,4в.

Материалы текущего контроля успеваемости предоставляются в формах, адаптированных к конкретным ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся:

для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла, в печатной форме на языке Брайля.

для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа.

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ВИУ РАНХиГС или могут использоваться собственные технические средства.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

4.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной	ПК-8.2	способность использовать методы интерпретации комплексной социальной

	социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности		информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности
--	---	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-8.2 способность использовать методы интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	Анализирует собранную комплексную социальную информацию Применяет методы интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы профессиональной информации	Всесторонне анализирует собранную комплексную социальную информацию Использует широкий спектр методов интерпретации социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены или могут использоваться собственные технические средства;

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий.

Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме на языке Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика).

Доступная форма предоставления заданий оценочных средств: в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода).

Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно на языке Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Практические контрольные задания

1. Разработайте анкету по теме: «Мое модное поведение».
2. Разработайте гайд для интервью по теме: «Одежда наших детей».
3. Разработайте программу для проведения контент-анализа на тему: «История моды XVI-XIX вв. в Царицыне».
4. Составить программу качественного социологического исследования на тему: Воспроизводство стилей в моде и стилей жизни поколений: на примере волгоградских семей.
5. Разработать программу качественного исследования на тему: Читательская мода как феномен культуры.

Полный комплект оценочных материалов для промежуточной аттестации представлен в Приложении 1 РПД

Шкала оценивания

60% - 100% - «зачтено»;

менее 60% - «не зачтено».

Установлены следующие критерии оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические

	навыки профессиональной деятельности не сформированы.
--	---

4.4. Методические материалы

Процедура оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в ФГБОУ ВО РАНХиГС и Регламентом о балльно-рейтинговой системе в Волгоградском институте управления - филиале РАНХиГС.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов. При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине. Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.

е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Рекомендации по подготовке эссе

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Тема не должна инициировать изложение лишь определений понятий, ее цель — побуждать к размышлению. Тема эссе должна содержать в себе вопрос, проблему, мотивировать на размышление. Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе:

Титульный лист;

Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать (и ответить на вопрос, хорош ли замысел). Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на

применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Рекомендации по выполнению практических контрольных заданий

Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную. В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи;

Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6. «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС
1	2	3
1	Введение. Социология моды как наука	Слово «мода», разнообразие и эволюция его значений. Социологический подход к этому явлению, отличие от других подходов. Влияние моды на культуру, ее присутствие в разных ее областях. Мода как одна из социальных норм, присущих, прежде всего, индустриальному и постиндустриальному обществам. Связь с другими социальными науками. Из истории социологических интерпретаций моды. Мода как специфическая форма социальной регуляции. Не-модные регулятивы: обычай, традиция. Мода и социальная дифференциация. Мода, классы и статусы.
2	Социальные функции моды	В чем состоят социальные функции моды? 1) Функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. 2) Инновационная функция. 3) Коммуникативная функция. 4) Функция социально-групповой дифференциации и нивелирования. 5) Функция социализации и идентификации. 6) Престижная функция. 7) Функция психофизиологической разрядки.
3	Теоретические концепции изучение феномена моды	Античность: искусство есть ремесло. Новоевропейская теория творчества: от подражания к творчеству (мимесис и пойэсис). Эстетика как теория чувственного восприятия: А.Баумгартен. Немецкий романтизм. Ф.Шеллинг: диалог красоты и добра. И.Кант: прекрасное, возвышенное, критика вкуса. С.Кьеркегор: эстетизм как жизненная позиция (фигуры Дон Жуана, Фауста). Концепция подражания (Г.Тард, Г.Зиммель,). Механизм «просачивания» модных образцов. Аристократия и высший класс как лидеры моды. Концепция «престижного» потребления (Г.Блумер, Ж.Бодрийяр). Экономическое обоснование распространения модных

		образцов. Эпоха постмодерна: искусство, которое «не знает, что оно искусство». Не мастерство подражания, но и не самовыражение художника, а умение найти вещам и объектам их выразительный ракурс. Перформанс, хэппенинг: ситуативность искусства. Узаконивание мимолетного в противоположность вечному: сближение моды и искусства
4	Социально-психологические механизмы моды	Мода как искусство. Из истории моды. Haute couture, ее основатель Чарльз Фредерик Уорт (1821-1895). Феномен кутюрье. Поль Пуаре (1879-1914). «Золотой» век кутюрье: Пуаре, Шанель, Диор. История соперничества Г.Шанель и Э. Скиапарелли. New Look К.Диора. Ив Сен-Лоран как знаковая фигура. К.Лагерфельд в качестве главы дома «Шанель»: от «кутюра» к «прет-а-порте». История моды 20 века как чередование «пластического» (подчеркивающего естественное анатомическое строение тела) и «геометрического» (нивелирующего естественные пропорции) подходов к одежде. На грани вульгарности: Д.Версаче как идеолог «пластического» в моде. «Геометрический» стиль японцев (Р.Кавакубо, Й.Ямамото). Лидеры моды и последователи (И.Бренингмайер, А.Гофман). Индивидуальный выбор и стереотипное поведение. Мода и социальная коммуникация. Индустрия моды и средства массовой коммуникации. Механизмы «заражения», «внушения», «подражания» и др., влияющие на процесс возникновения моды. Массовая культура: стандартизация и индивидуализм. Семья как социальный институт. Функции семьи. Традиционный и современный типы семьи. Семья как малая группа. Структура семьи. Типология семейных структур. Модные журналы. Harper's Bazaar как старейший женский журнал Европы (1867). Легендарные редакторы Carmel Snow, Diana Vreeland, Anthony Mazon; их роль в формировании вкусов. Модное искусство – плохое искусство? Ортега-и-Гассет: призыв к «дегуманизации». Непопулярность как требование.
5	Стиль как один из аспектов моды	Понятие стиля. Предпосылки возникновения стиля. Концептуальные основания изучения стиля жизни (А.Адлер, П.Бурдьё, Р.Инглхарт). Стиль жизни как потребление, стиль жизни как культура предпочтения, стиль жизни как использование социально-значимых ресурсов. Социальная дифференциация в постиндустриальном обществе и индивидуализация жизненных выборов. Полистилизм в моде и воспроизводство стилей жизни. Основные стили в развитии цивилизации.
6	Символическая система моды	Символическая система одежды. Ролевые функции одежды как опознавательные знаки социальных характеристик личности. Гендерный аспект в изучении моды (Г.Мортон, Дж.Флюгель). Мода как «риторическая система»: Р.Барт. «Мода-описание», ее приоритет перед «системой реальной Моды». Субстанция Моды – «сугубо интеллигибельная»; как целостность Мода не существует вне слова: реальная система одежды – всего лишь естественный горизонт, где Мода формирует свои значения. Что значит «быть в моде»: психологические аспекты моды. Э.Гофман: самость как «театральный эффект»,

		порождаемый разыгрываемой сценой». Особенности воздействия моды на процесс социализации личности. Мода и самооценка. М.Томас: мода как способ «социального конструирования чувства идентификации». «Я одеваюсь – значит самовыражаюсь. Я одеваюсь – значит требую» (Ж.-П.Готье). Пол – возраст: к проблеме мужской и молодежной моды. Феномен денди. В стиле GQ. Молодежь – самая модная? Мода в политике: имидж «первых леди» (Ж.Кеннеди - Н.Хрущева, Н.Рейган – Р.Горбачева и др.). Мода на политику. Мода на «левых». Феномен Че Гевары. Посмертное тиражирование образа Гевары. Литературное («Воссоединение» Х.Кортасара, «Кубинский цикл» Е.Евтушенко и др.) и кинематографическое («Че» С.Содерберга, «Дневники мотоциклиста» В.Саллеса) прочтение.
7	Мода, не-мода, анти-мода	Мода как феномен массового общества: как это понимать? «Вещизм» (Э.Фромм, Г.Маркузе), «массовость» (Х.Ортега-и-Гассет), «престижное потребление» (Т.Веблен): негативистика классической гуманитарной мысли. Постмодернистская «переоценка ценностей»: Ж.-Ф. Лиотар, Ж.Бодрийяр и др. Ж.Бодрийяр: индустрия моды как процесс воспроизводства социальной реальности в виде ее симуляции. Образец создается виртуально – не как вещь, но как образ (производство не модели, но «модности»). Мода как производство желаемого нами собственного образа. Мода и другие формы социальной регуляции поведения. Регулятивный антипод моды: обычай. Обычай, традиция, ритуал. Социальные функции обычая, его роль в архаических, индустриальных и постиндустриальных обществах. Мода и социальные институты. Модные институты. Мода как форма неинституционального поведения. Мода и социальные движения.
8	Мода как форма коммуникации: от производителя - к потребителю и обратно	"Внутренняя" и "внешняя" типологии участников моды. "Внутренние" типы (категории) участников: "производители", "распространители", "потребители". Типы внутри этих типов. Процесс модной коммуникации: в чем он состоит и как он происходит? Пример проблемы курицы и яйца: дискуссии о том, кто важнее в моде. Смена мод как смена сообщений. "Звезды" как сообщения. Звезды - люди и звезды - вещи. Феномен фасцинации. Основные проблемы и стратегии модной коммуникации.
9	Мода, потребление, дизайн	Кто делает моду – дизайнеры или рекламщики? Fashion-рынок и fashion-маркетинг. Модно то, что продается. Модный бренд: стратегии формирования торговых марок. Проблема желаемой и воспринимаемой идентичности fashion-ритейлера. Особенности мерчандайзинга в индустрии моды. Феномен флагманских магазинов. «Тренд» - необязательно «модный»: понятие тренда в точных науках. Тренд как направленность изменений показателей временного ряда (то есть последовательности значений некоторой переменной величины). Тренд-анализ как способ прогнозирования: тенденция, связанная с распространением закономерностей, действующих в изучаемом периоде, экстраполируется за его пределы. Астрофизика и геология как идеальные области для применения тренд-анализа. «Неестественно-научный» статус обществознания, или почему моду предсказывать сложнее.

		Трендсеттинговые агентства: история вопроса. «Бюро стиля» Trend Union (1985), Nelly Rodi (1985), Kjaer Global (1988), Future Laboratory (2001). Принципы их работы. Trend-books. Модный прогноз: сравнительный анализ «тетрадей тенденций» Nelly Rodi и Promostyl. Модный сезон: основные этапы принятия решений. Британская и Парижская группы по текстилю и цвету. Крупнейшие выставки: нитей и пряжи Filo (Милан); тканей Tissu Premier (Лилль) и Premiere Vision (Париж); специализированные выставки-ярмарки готовой продукции Bread & Butter (Барселона) и Magic Marketplace (Лас-Вегас). Недели моды. Дизайнерские показы прет-а-порте (сентябрь-октябрь) и кутюр (январь). Современные тенденции модного бизнеса: оденуться в сети (электронный фэшн-бизнес), сам себе стилист (имиджелогия). Потребности в вещах: ориентир для проектирования или объект регулирования? Три аспекта потребностей в вещах. Еще одна псевдодилемма: мода и стиль. Быть и иметь: что такое "престижное потребление"? Три формы участия социологии в современном индустриальном дизайне: 1) "Социология дизайна"; 2) "Социология в дизайне"; 3) "Социология для дизайна". Мода и маркетинг. Мода и политика.
--	--	---

Рекомендации по работе с литературой

При работе с литературой необходимо обратить внимание на следующие вопросы. Основная часть материала изложена в учебниках, включенных в основной список литературы рабочей программы дисциплины. Основная и дополнительная литература предназначена для повышения качества знаний студента, расширения его кругозора.

При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Афанасьева И.В. Культура и общество [Электронный ресурс]: сб. науч. ст.— Кемерово.— 151 с. Кемеровский государственный институт культуры, 2013.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29680>

6.2. Дополнительная литература

1. Волков Ю.Е. Социология [Электронный ресурс] : учебное пособие для магистрантов / Ю.Е. Волков. — М. : Дашков и К, 2014. — 398 с. — 978-5-394-01793-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10979.html>
2. Кравченко А. И. Социология: учеб. для академич. бакалавриата.- М.: Юрайт, 2014. - 529
2. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика и теория искусства XX века: хрестоматия. М.: Прогресс-Традиция, 2007.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7250>. — ЭБС «IPRbooks».
3. Кравченко А. И. История социологии. В 2 т.: учебник и практикум. Т. 1. - М.:, - 290, [1] с. Юрайт, 2014.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Кукушкина Е. И. История социологии: учебник. - М. ИНФРА, 2014- 463с.
2. Мельников М.В. История социологии. Классический период.- учеб. пособие.- Новосибирск, 2013.- 342 с.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не предусмотрены

6.5. Интернет-ресурсы

1. eLibrary – <http://elibrary.ru>
2. Образовательный портал «Экономика, социология и менеджмент» www.ecsocman.edu.ru
3. Официальный сайт Института социологии РАН <http://www.isras.ru/>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

Обеспечивается возможность беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория располагается на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- с нарушениями зрения:

Принтер Брайля braille embosser everest-dv4

Электронный ручной видеоувелечитель САНЭД

- с нарушениями слуха:

средства беспроводной передачи звука (FM-системы);

акустический усилитель и колонки;

тифлофлешплееры, радиоклассы.

- с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

передвижные, регулируемые эргономические парты с источником питания для индивидуальных технических средств;

компьютерная техника со специальным программным обеспечением;

альтернативные устройства ввода информации;

других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по адаптационной дисциплине (включая электронные базы периодических изданий), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Содержание адаптационной дисциплины размещено на сайте информационно-коммуникационной сети Интернет: Ссылка: <http://vlgr.ranepa.ru/sveden/education/> ...

Информационные средства обучения, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся:

электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные пособия, технические средства предъявления информации (мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы). ЭБС «Айбукс», Информационно-правовые базы данных («Консультант Плюс», «Гарант»).

Мультимедийный комплекс в лекционной аудитории.