

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра прикладной социологии

**ТЕЛО И ТЕЛЕСНОСТЬ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

39.03.01 Социология

Код и наименование направления подготовки/специальности

Социология маркетинга

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень квалификации выпускника: *бакалавр*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Тело и телесность в маркетинговых исследованиях потребительского поведения

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. соц. наук, доц. кафедры прикладной социологии Белова Н.И.

канд. соц. наук, доц. кафедры прикладной социологии Киселева Е.Е.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры прикладной социологии

№14 от 22 декабря 2025 года

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1 Цель и задачи дисциплины	4
1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
2. Структура дисциплины	9
3. Содержание дисциплины	9
4. Образовательные технологии	10
5. Оценка планируемых результатов обучения	11
5.1. Система оценивания	11
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине	12
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	15
6.1. Список источников и литературы	15
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	17
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	17
9. Методические материалы	18
9.1. Планы семинарских занятий	18
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	24
9.3. Методические рекомендации по подготовке курсовых работ	24
9.4. Иные материалы	26
Приложение 1. Аннотация	27
рабочей программы дисциплины	27

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – подготовить выпускника, обладающего знаниями о теоретических вопросах, связанных с изучением роли тела в процессах социального взаимодействия, а также применения этих знаний при проведении маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические основы и историю развития социологии тела и телесности;
- изучить теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве;
- ознакомиться с гендерными особенностями презентации тела, а также ролью социальных процессов в конструировании тела и воплощении в нем системы социальных отношений;
- развить навыки применения теоретических знаний в области социологии тела и телесности в маркетинговых исследованиях.

1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК 2 Способен планировать и проектировать фундаментальные и прикладные социологические исследования	ПК 2.1 Подготавливает и планирует проектное предложение по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования	<i>Знать:</i> предмет, основные задачи и категориальный аппарат социологии тела и телесности; основные направления развития социологии тела и телесности <i>Уметь:</i> анализировать и прогнозировать основные тенденции развития социологии тела и телесности, осуществлять социологическую экспертизу разработанных и принимаемых к реализации социальных программ, проектов, планов мероприятий, проектов нормативных правовых актов, методических материалов <i>Владеть:</i> практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов

		навыками работы с первичными и вторичными источниками
	<p>ПК 2.2 Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования</p>	<p><i>Знать:</i> предмет, основные задачи и категориальный аппарат социологии тела и телесности; основные направления развития социологии тела и телесности</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать и прогнозировать основные тенденции развития социологии тела и телесности, осуществлять социологическую экспертизу разработанных и принимаемых к реализации социальных программ, проектов, планов мероприятий, проектов нормативных правовых актов, методических материалов</p> <p><i>Владеть:</i> практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов навыками работы с первичными и вторичными источниками</p>
	<p>ПК 2.3 Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя фундаментального или прикладного социологического</p>	<p><i>Знать:</i> предмет, основные задачи и категориальный аппарат социологии тела и телесности; основные направления развития социологии тела и телесности</p> <p><i>Уметь:</i> анализировать и прогнозировать основные тенденции развития социологии тела и телесности, осуществлять социологическую экспертизу разработанных и принимаемых к реализации</p>

		<p>социальных программ, проектов, планов мероприятий, проектов нормативных правовых актов, методических материалов</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов</p> <p>навыками работы с первичными и вторичными источниками</p>
<p>ПК 4</p> <p>Способен организовать работы по сбору данных фундаментальных и прикладных социологических исследований</p>	<p>ПК 4.1</p> <p>Подготавливает сбор социологических и маркетинговых данных</p>	<p><i>Знать:</i></p> <p>теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве;</p> <p>гендерные особенности презентации тела</p> <p>социальные факторы, влияющие на конструирование тела</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>применять исследовательский аппарат социологии для выявления актуальных социальных проблем, находящихся в проблемном поле социологии тела и телесности, для идентификации потребностей и интересов различных социальных групп;</p> <p>использовать теоретические знания в области социологии тела и телесности для разработки учебно-методических материалов для преподавания социологических дисциплин</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов</p> <p>навыками работы с</p>

		первичными и вторичными источниками навыками использования полученных теоретических знаний на практике
	ПК 4.2 Осуществляет сбор данных из первичных и вторичных источников с применением современной аппаратуры, оборудования	<i>Знать:</i> теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве; гендерные особенности презентации тела социальные факторы, влияющие на конструирование тела <i>Уметь:</i> применять исследовательский аппарат социологии для выявления актуальных социальных проблем, находящихся в проблемном поле социологии тела и телесности, для идентификации потребностей и интересов различных социальных групп; использовать теоретические знания в области социологии тела и телесности для разработки учебно-методических материалов для преподавания социологических дисциплин <i>Владеть:</i> практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов навыками работы с первичными и вторичными источниками навыками использования полученных теоретических знаний на практике
	ПК 4.3 Контролирует собранные данные для последующей первичной обработки с	<i>Знать:</i> теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в

	<p>применением информационных технологий</p>	<p>социокультурном пространстве; гендерные особенности презентации тела социальные факторы, влияющие на конструирование тела <i>Уметь:</i> применять исследовательский аппарат социологии для выявления актуальных социальных проблем, находящихся в проблемном поле социологии тела и телесности, для идентификации потребностей и интересов различных социальных групп; использовать теоретические знания в области социологии тела и телесности для разработки учебно-методических материалов для преподавания социологических дисциплин <i>Владеть:</i> практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов навыками работы с первичными и вторичными источниками навыками использования полученных теоретических знаний на практике</p>
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Тело и телесность в маркетинговых исследованиях потребительского поведения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Социология культуры», «Социология здоровья» и др.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Неформальные коммуникации в обществе», «Производственная практика (Научно-исследовательская работа)».

2. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е., 180 часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	20
6	Семинары/лабораторные работы	34
Всего:		54

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 106 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	12
7	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		32

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 128 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Теоретические подходы к изучению тела и телесности в контексте исследования потребительского поведения	Тема 1. Социология тела и телесности как наука. Историческое развитие социологии тела и телесности, ключевые этапы и авторы. Предмет, задачи и категориальный аппарат социологии тела и телесности. Тело как биологический, социальный и культурный феномен. Взаимосвязь телесности, идентичности и повседневных практик потребления. Тема 2. Теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве. Репрезентация тела и телесности в культуре. Тело как социокультурный конструкт. Телесность как социокультурный феномен. Представления о культурных нормах телесности и тела. Социальное тело как эстетический объект. Трансформация образа тела в культуре. Модификации тела в современной культуре. Женское и мужское тело: способы репрезентации в культуре. Тема 3. Тело как средство коммуникации. Репрезентации тела в медиа и маркетинговых коммуникациях. Образы тела в рекламе, кино, сериалах, блогосфере и социальных сетях.

		Объективация и сексуализация тела, женское и мужское тело в маркетинговых стратегиях. Гендерные особенности репрезентации телесности, бодипозитив и инклюзивные практики. Влияние медиарепрезентаций на самооценку и потребительские практики. Коммуникативный феномен тела. Тело как носитель идентификационных значений и кодов. Тело как средство символического взаимодействия людей. «Язык тела»: вербальная и невербальная коммуникация. Визуальные практики презентации тела.
2	Исследование телесности в маркетинговых исследованиях потребительского поведения	<p>Тема 4. Особенности эмпирического исследования телесности и потребительского опыта. Телесность как измерение потребительского опыта. Значимость изучения телесности на различных рынках (одежда, косметика, спорт, медицина, питание, цифровые технологии). «Воплощённый опыт» использования товаров и услуг, его роль в формировании лояльности и брендинга.</p> <p>Тема 5. Социологические методы изучения тела и телесности в маркетинге. Особенности работы с чувствительными темами в маркетинговых исследованиях. Качественные методы: глубинные интервью, фокус-группы, наблюдение, этнография, дневниковые методы, визуальные методы (фото-, видео-дневники, анализ контента соцсетей), техники body mapping. Количественные методы оценки отношения к телу и телесным практикам. Этические аспекты: добровольность участия, анонимность, бережная презентация результатов. Использование инсайтов о телесности в разработке продуктов, услуг и коммуникационных стратегий.</p>

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела/темы	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Теоретические подходы к изучению тела и телесности в контексте исследования потребительского поведения	<p><i>Лекция</i></p> <p><i>Семинар</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p>Лекция-презентация.</p> <p>Дискуссия на семинарском занятии. Разбор домашних заданий.</p> <p>Подготовка к занятиям. Изучение источников и литературы по теме. Ответы на вопросы для самоконтроля. Выполнение домашних заданий.</p>
2.	Исследование телесности в маркетинговых исследованиях потребительского поведения	<p><i>Лекция</i></p> <p><i>Семинар</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p>Лекция-презентация.</p> <p>Дискуссия на семинарском занятии. Разбор домашних заданий.</p> <p>Подготовка к занятиям. Изучение источников и литературы по теме. Ответы на вопросы для</p>

			самоконтроля. Выполнение домашних заданий.
--	--	--	---

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

В ходе изучения дисциплины «Тело и телесность в маркетинговых исследованиях потребительского поведения» предполагается использование как текущего, так и промежуточного контроля.

Промежуточный контроль знаний проводится в форме итоговой письменной работы, позволяющей продемонстрировать навыки аналитической работы, и оценивается до 40 баллов. В результате текущего и промежуточного контроля знаний студенты получают экзамен по курсу.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: -Экспресс-опрос по окончанию лекционного занятия	2 балла	20 баллов
-Письменная аналитическая работа	23 балл	23 балл
-Доклад по теме семинарского занятия	1 балл	17 баллов
Промежуточная аттестация (зачет) Письменная аналитическая работа	40 баллов	40 баллов
Итого за дисциплину экзамен		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D

50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень контрольных вопросов

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК-2 (ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3.) и ПК-4. (ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3.)

1. Предпосылки возникновения и исторические периоды развития социологии тела и телесности.
 1. Предмет и основные задачи социологии тела и телесности.
 2. Взаимосвязь проблемного поля социологии тела и социологии телесности.
 3. Формирование представлений о теле и телесности в зарубежной и отечественной социально-гуманитарной науке.
 4. Формирование представлений о теле и телесности в зарубежной и отечественной социологии.
 5. Понятие «социальное тело» в социологии.
 6. Социальная регламентация тела и телесности: нормы правила и нормы ожидания.
 7. Социальная регламентация тела и телесности: социальные агенты и социальные институты, влияющие на формирование норм тела и телесности.
 8. Тело и телесность в социологическом дискурсе.
 9. Тело как социокультурный конструкт.
 10. Телесность как социокультурный феномен.
 11. Представления о культурных нормах телесности и тела.
 12. Социальное тело как эстетический объект.

13. Трансформация образа тела в культуре.
14. Модификации тела в современной культуре.
15. Женское и мужское тело: способы репрезентации в культуре.
16. Коммуникативный феномен тела.
17. Тело как носитель идентификационных значений и кодов.
18. Тело как средство символического взаимодействия людей.
19. «Язык тела»: вербальная и невербальная коммуникация.
20. Визуальные практики презентации тела.
21. Гендерное тело и гендерная репрезентация.
22. Гендерные особенности презентации тела.
23. Презентация тела в виртуальной реальности.
24. Влияние биомедицинских технологий на представления о красивом теле.
25. Потребительские практики в области пластической и эстетической хирургии.
26. Body-modifications: основные виды и формы модификации тела (татуировки, пирсинг, экзотические и др. модификации).
27. Социальное тело как конструкт.
28. Социальные практики конструирования тела.
29. Конструирование красивого и здорового тела: общность и различия.
30. Социальное конструирование тела и потребительские практики.
31. Женское тело как объект потребительских манипуляций.

Примерная тематика рефератов и курсовых работ

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК-2 (ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3.) и ПК-4. (ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3.)

1. Предпосылки возникновения и исторические периоды развития социологии тела и телесности.
2. Социальная регламентация тела и телесности: нормы правила и нормы ожидания.
3. Социальная регламентация тела и телесности: социальные агенты и социальные институты, влияющие на формирование норм тела и телесности.
4. Тело и телесность в социологическом дискурсе.
5. Тело как социокультурный конструкт.
6. Телесность как социокультурный феномен.
7. Представления о культурных нормах телесности и тела.
8. Социальное тело как эстетический объект.
9. Трансформация образа тела в культуре.
10. Модификации тела в современной культуре.
11. Женское и мужское тело: способы репрезентации в культуре.
12. Коммуникативный феномен тела.
13. Тело как носитель идентификационных значений и кодов.
14. Тело как средство символического взаимодействия людей.
15. «Язык тела»: вербальная и невербальная коммуникация.
16. Визуальные практики презентации тела.
17. Гендерное тело и гендерная репрезентация.
18. Гендерные особенности презентации тела.
19. Презентация тела в виртуальной реальности.
20. Потребительские практики в области пластической и эстетической хирургии.
21. Социальное тело как конструкт.
22. Социальные практики конструирования тела.
23. Конструирование красивого и здорового тела: общность и различия.
24. Социальное конструирование тела и потребительские практики.

25. Женское тело как объект потребительских манипуляций.

Аналитическая письменная работа (объем 3-4 стр.)

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК-2 (ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3.) и ПКУ-4. (ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3.)

Работа представляет собой индивидуально выполненный проект, включающий в себя анализ процессов социального взаимодействия; роли социальных процессов в конструировании тела и воплощении в нем системы социальных отношений; а также символическом значении тела в культуре.

Студент должен:

Найти в научной литературе, Интернете или ином источнике, относящиеся к проблемному полю социологии тела и телесности результаты исследований (базы данных), крупных исследовательских центров (например, ВЦИОМ, ФОМ, Левада-Центр и др.), статистические данные Федеральной службы государственной статистики, и др.

Произвести сравнительный анализ данных разных лет, выявить тенденции и сделать обобщающие выводы и рекомендации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература

1. Гидденс Э. Социология: [пер. с англ.] / Энтони Гидденс ; при участии Карен Бердсолл. - Изд. 2-е, выполн. по 4-му англ. изд., полностью перераб. и доп.. - М. : УРСС, 2005. - 629 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр ; [пер. С. Н. Зенкина]. - [3-е изд.]. - М. : Добросвет : КДУ, 2009. - 389 с.
3. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585402>.
4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21917-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582444>.
5. Фуко М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы / пер. с фр. В. Наумова под ред. И. Борисовой. - М. : Ad Marginem, 1999. - 478 с.

Дополнительная литература

1. Аверина М.В. Образы тела и физического совершенства в рекламе от западной провокативности до восточного аскетизма // Вестник МГПУ. Серия: Естественные науки. 2021. №2 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-tela-i-fizicheskogo-sovershenstva-v-reklame-ot-zapadnoy-provokativnosti-do-vostochnogo-asketizma>
2. Антонова Н.Л. Женский телесный образ в рекламе на маркетплейсах как фактор неудовлетворенности телом // Теория и практика общественного развития. 2025. № 9. С. 17–24.
3. Архипова С.В. Особенности социокультурной телесности в современном обществе / С.В. Архипова // Вопросы культурологии. 2011. N 9 (сентябрь). С. 70-74
4. Бруард К. Маскулинность как мода: мужская обувь и современность / Кристофер Бруард; пер. с англ. Е. Канищевой// Теория моды: одежда, тело, культура. 2012. Вып. 3: Осень. С. 164-182.

5. Ваньке А. В. Как можно было бы помыслить тело? К опыту исследований телесности в немецком языковом пространстве: Чувство, тело, движение / Под ред. К. Вульфа, В. Савчука. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2011; Körperwissen / Hrsg. R. Keller, M. Meuser. Wiesbaden: VS // Социологический журнал. 2011. № 3. С. С. 164-172.
6. Гольман Е.А. О реальных и воображаемых женских телах: проблема соотношения тела и гендера // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16, № 3. С. 188-205
7. Джонс М. Эстетическая медицина и «модное» лицо / Меридит Джонс; пер. с англ. Екатерины Демидовой // Теория моды: одежда, тело, культура. 2012-2013. Вып. 4: Зима. С. 173-197
8. Евсеева Я.В. Социология тела: новые исследования // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-tela-novye-issledovaniya>
9. Кетова Т.Н. Телесность как произведение искусства в эпоху антропологических трансформаций / Т. Н. Кетова// Вестник Московского университета. Сер. 7, Философия. 2013. № 4. С. 88-97
10. Круткин В.Л. Техники тела и движения человека // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. Т. 17, № 2. С. 167-179
11. Кузин И.В. Социально-философские перспективы аналитики телесности / И. В. Кузин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 6, Философия, культурология, политология, право, международные отношения. 2011. № 4. С. 14-18
12. Лисович И.И. Концепт тела в европейской культуре раннего Нового времени: от Дюрера до Ньютона // Обсерватория культуры: журнал-обозрение. 2013. № 3. С. 134-141
13. Орех Е.А. Между телом эпохи и телом киборга: полюса и точки роста социологических исследований телесности // Социология власти. 2014. № 1. С. 89-112
14. Пивоваров А.М. Социология тела в поисках своей идентичности: анализ исследовательских программ /А.М. Пивоваров // Социологический журнал. 2019. Том 25. № 4. С. 9–27. URL: <https://zdes.spbu.ru/images/6814-12693-1-PB.pdf>
15. Романовский Н.В. Человеческая телесность как объект социокультурного анализа (история проблемы и методологические принципы ее анализа) / Н.В. Романовский // Социологические исследования. 2006. № 4. С. 16-25.
16. Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. Тело и телесность в контексте визуальных практик постинформационного общества // Общество: философия, история, культура. 2019. №1 (57). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telo-i-telesnost-v-kontekste-vizualnyh-praktik-postinformatsionnogo-obschestva> .
17. Старостина Дарья Антоновна Социология тела как самостоятельное исследовательское направление: предпосылки становления и предметное поле // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-tela-kak-samostoyatelnoe-issledovatel'skoe-napravlenie-predposylki-stanovleniya-i-predmetnoe-pole>
18. Тупикова С.В. «Телесность» в социологическом дискурсе: общенаучные и социокультурные детерминанты теоретизирования // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/4201352/pdf_105
19. Шмитц Г. Феноменология телесности / Герман Шмитц ; предисл. и пер. с нем. Кирилла Лощевского // Социология власти. 2014. № 1. С. 200-235
20. Янбарисова Д.М. Телесность как маркер взросления: культурсоциологический анализ нарративов молодых людей. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. №6. С. 153.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
2. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>

3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. РОМИР // Режим доступа: <https://romir.ru/>
6. Институт социологии РАН // Режим доступа: <http://www.isras.ru/>
7. Научная библиотека РГГУ // Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
8. Федеральная служба государственной статистики // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
9. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>
10. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
11. Znanium: электронная библиотечная система // Режим доступа: <http://znanium.com>
12. Сайт «Тело и телесность» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://telesnost.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины «Тело и телесность в маркетинговых исследованиях потребительского поведения» используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые доской, компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

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 слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1 (4 ч.) Социология тела и телесности как наука

Цель занятия: сформировать представление о социологии тела и телесности как научной дисциплине, её предмете, задачах и категориальном аппарате.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов выполнения домашних заданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Предпосылки возникновения и исторические периоды развития социологии тела и телесности
2. Предмет и основные задачи социологии тела и телесности
3. Тело как биологический, социальный и культурный феномен
4. Взаимосвязь телесности, идентичности и повседневных практик потребления

Контрольные вопросы:

1. Каковы ключевые этапы исторического развития социологии тела и телесности?
2. В чем заключается специфика социологического подхода к изучению тела в сравнении с биологическим или медицинским подходами?
3. Каким образом телесность связана с потребительскими практиками?

Список источников и литературы:

Литература

Основная

- Гидденс Э. Социология : пер.сангл. / Энтони Гидденс ; при участии Карен Бердсолл. - Изд. 2-е, выполн. по 4-му англ. изд., полностью перераб. и доп.. - М. : УРСС, 2005. - 629 с.
- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр ; [пер. С. Н. Зенкина]. - [3-е изд.]. - М. : Добросвет : КДУ, 2009. - 389 с.
- Фуко М. Надзирать и наказывать : Рождение тюрьмы / пер. с фр. В. Наумова под ред. И. Борисовой. - М. : Ad Marginem, 1999. - 478 с.

Дополнительная

- Евсеева Я.В. Социология тела: новые исследования // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11, Социология. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-tela-novye-issledovaniya>
- Лисович И.И. Концепт тела в европейской культуре раннего Нового времени: от Дюрера до Ньютона / И. И. Лисович// Обсерватория культуры: журнал-обозрение. 2013. № 3. С. 134-141
- Пивоваров А.М. Социология тела в поисках своей идентичности: анализ исследовательских программ /А.М. Пивоваров // Социологический журнал. 2019. Том 25. No 4. С. 9--27. URL: <https://zdes.spbu.ru/images/6814-12693-1-PB.pdf>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 2 (4 ч.) Теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве. Репрезентация тела и телесности в культуре

Цель занятия: изучить основные теоретические подходы к анализу тела как социокультурного конструкта и способы репрезентации телесности в культуре.

Форма проведения – устный опрос, дискуссия, обсуждение результатов выполнения домашних заданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Тело как социокультурный конструкт: основные теоретические концепции
2. Представления о культурных нормах телесности и тела
3. Трансформация образа тела в культуре: исторический и современный контекст
4. Модификации тела в современной культуре
5. Женское и мужское тело: способы репрезентации в культуре

Контрольные вопросы:

1. Что означает утверждение о том, что тело является социальным конструктом?

2. Каковы основные культурные нормы телесности в современном обществе?
3. Какие виды телесных модификаций существуют в современной культуре и каково их социальное значение?

Список источников и литературы:

Литература

Основная

- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр ; пер.С.Н.Зенкина. - 3 – еизд.. - М. : Добросвет : КДУ, 2009. - 389 с.
- Фуко М. Надзирать и наказывать : Рождение тюрьмы / пер. с фр. В. Наумова под ред. И. Борисовой. - М. : Ad Marginem, 1999. - 478 с.

Дополнительная

- Архипова С.В. Особенности социокультурной телесности в современном обществе / С.В. Архипова // Вопросы культурологии. 2011. № 9 (сентябрь). С. 70-74
- Круткин В.Л. Техники тела и движения человека // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. Т. 17, № 2. С. 167-179
- Тупикова С.В. «Телесность» в социологическом дискурсе: общенаучные и социокультурные детерминанты теоретизирования // Электронныйресурс. -- Режим доступа: http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/4201352/pdf_105

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 3 (6 ч.) Тело как средство коммуникации. Репрезентации тела в медиа и маркетинговых коммуникациях

Цель занятия: выработать представление о теле как средстве коммуникации и изучить особенности репрезентации тела в медиа и маркетинговых практиках.

Форма проведения – устный опрос, дискуссия, анализ кейсов, обсуждение результатов выполнения домашних заданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Коммуникативный феномен тела: тело как носитель идентификационных значений и кодов
2. «Язык тела»: вербальная и невербальная коммуникация
3. Визуальные практики презентации тела
4. Образы тела в рекламе, кино, сериалах и социальных сетях
5. Объективация и сексуализация тела в маркетинговых стратегиях
6. Гендерные особенности репрезентации телесности
7. Бодипозитив и инклюзивные практики в современном маркетинге
8. Влияние медиарепрезентаций на самооценку и потребительские практики

Контрольные вопросы:

1. Каким образом тело функционирует как средство символического взаимодействия?
2. В чем заключаются гендерные различия в репрезентации тела в рекламе и медиа?
3. Как движение бодипозитива изменило маркетинговые коммуникации брендов?
4. Какое влияние оказывают медиарепрезентации тела на потребительское поведение?

Список источников и литературы:

Литература

Основная

- Гидденс Э. Социология : пер.сангл. / Энтони Гидденс ; при участии Карен Бердсолл. - Изд. 2-е, выполн. по 4-му англ. изд., полностью перераб. и доп.. - М. : УРСС, 2005. - 629 с.

- Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585402>
- Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21917-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582444>

Дополнительная

- Антонова Н.Л. Женский телесный образ в рекламе на маркетплейсах как фактор неудовлетворенности телом // Теория и практика общественного развития. 2025. № 9. С. 17–24.
- Бруард К. Маскулинность как мода: мужская обувь и современность / Кристофер Бруард; пер. с англ. Е. Канищевой // Теория моды: одежда, тело, культура. 2012. Вып. 3: Осень. С. 164-182.
- Гольман Е.А. О реальных и воображаемых женских телах: проблема соотношения тела и гендера // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2013. - Т. 16, № 3. - С. 188-205

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 4 (6 ч.) Особенности эмпирического исследования телесности и потребительского опыта

Цель занятия: изучить особенности исследования телесности в контексте потребительского поведения и сформировать понимание роли воплощённого опыта в маркетинговых исследованиях.

Форма проведения – устный опрос, дискуссия, разбор кейсов, обсуждение результатов выполнения домашних заданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Телесность как измерение потребительского опыта
2. Значимость изучения телесности на различных рынках: одежда, косметика, спорт, медицина, питание, цифровые технологии
3. «Воплощённый опыт» использования товаров и услуг
4. Роль телесного опыта в формировании лояльности и брендинга
5. Социальное конструирование тела и потребительские практики
6. Потребительские практики в области пластической и эстетической хирургии

Контрольные вопросы:

1. Что понимается под «воплощённым опытом» в контексте потребительского поведения?
2. Каким образом телесность влияет на выбор товаров и услуг на разных рынках?
3. Какова роль телесного опыта в формировании потребительской лояльности?

Список источников и литературы:

Литература

Основная

- Гидденс Э. Социология : пер.сангл. / Энтони Гидденс ; при участии Карен Бердсолл. - Изд. 2-е, выполн. по 4-му англ. изд., полностью перераб. и доп.. - М. : УРСС, 2005. - 629 с.
- Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585402>

- Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21917-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582444>

Дополнительная

- Кетова Т.Н. Телесность как произведение искусства в эпоху антропологических трансформаций // Вестник Московского университета. Сер. 7, Философия. 2013. № 4. С. 88-97
- Янбарисова Д.М. Телесность как маркер взросления: культуросоциологический анализ нарративов молодых людей. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. №6. С. 153.

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 5 (8 ч.) Социологические методы изучения тела и телесности в маркетинге

Цель занятия: изучить качественные методы исследования телесности в маркетинговом контексте и выработать навыки их применения.

Форма проведения – устный опрос, дискуссия, практические упражнения, обсуждение результатов выполнения домашних заданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности работы с чувствительными темами в маркетинговых исследованиях
2. Качественные методы изучения телесности: глубинные интервью и фокус-группы
3. Наблюдение и этнография в исследованиях телесности
4. Дневниковые методы в изучении телесных практик
5. Визуальные методы: фото- и видео-дневники, анализ контента социальных сетей
6. Техники body mapping и другие проективные методы

Контрольные вопросы:

1. Какие методологические сложности возникают при исследовании телесности как чувствительной темы?
2. В чем преимущества качественных методов в изучении телесности по сравнению с количественными?
3. Каким образом можно использовать визуальные методы для исследования телесных практик?

Список источников и литературы:

Литература

Основная

- Гидденс Э. Социология : пер.сангл. / Энтони Гидденс ; при участии Карен Бердсолл. - Изд. 2-е, выполн. по 4-му англ. изд., полностью перераб. и доп.. - М. : УРСС, 2005. - 629 с.
- Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585402>
- Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21917-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582444>

Дополнительная

- Круткин В.Л. Техники тела и движения человека // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. Т. 17, № 2. С. 167-179
- Орех Е.А. Между телом эпохи и телом киборга: полюса и точки роста социологических исследований телесности / Е. Орех // Социология власти. - 2014. - № 1. - С. 89-112
- Шмитц Г. Феноменология телесности / Герман Шмитц ; предисл. и пер. с нем. Кирилла Лощевского // Социология власти. - 2014. - № 1. - С. 200-235

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 5 (6 ч.) **Социологические методы изучения тела и телесности в маркетинге**

Цель занятия: изучить количественные методы и этические аспекты исследования телесности в маркетинговых исследованиях, а также способы использования полученных инсайтов.

Форма проведения – устный опрос, дискуссия, разбор практических кейсов, обсуждение результатов выполнения домашних заданий.

Вопросы для обсуждения:

1. Количественные методы оценки отношения к телу и телесным практикам
2. Шкалы и опросники для измерения удовлетворённости телом
3. Этические аспекты исследования телесности: добровольность участия, анонимность, конфиденциальность
4. Бережная презентация результатов исследований телесности
5. Использование инсайтов о телесности в разработке продуктов и услуг
6. Применение результатов исследований телесности в коммуникационных стратегиях брендов

Контрольные вопросы:

1. Какие количественные методы наиболее эффективны для изучения отношения к телу?
2. Каковы основные этические принципы исследования телесности?
3. Каким образом инсайты о телесности могут быть использованы для разработки маркетинговых стратегий?

Список источников и литературы:

Литература

Основная

- Гидденс Э. Социология : пер.сангл. / Энтони Гидденс ; при участии Карен Бердсолл. - Изд. 2-е, выполн. по 4-му англ. изд., полностью перераб. и доп.. - М. : УРСС, 2005. - 629 с.
- Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585402>
- Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21917-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582444>

Дополнительная

- Ваньке А. В. Как можно было бы помыслить тело? К опыту исследований телесности в немецком языковом пространстве: Чувство, тело, движение / Под ред. К. Вульфа, В. Савчука. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2011; Körperwissen /

Hrsg. R. Keller, M. Meuser. Wiesbaden: VS // Социологический журнал. 2011. № 3. С.164-172.

- Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. Тело и телесность в контексте визуальных практик постинформационного общества // Общество: философия, история, культура. 2019. №1 (57). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telo-i-telesnost-v-kontekste-vizualnyh-praktik-postinformatsionnogo-obschestva>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменная аналитическая работа (объем не менее 4 стр.)

Работа представляет собой индивидуально выполненный проект, заключающийся в подготовке аналитической записки на основе статистических данных и данных социологических исследований. Студент должен:

- Найти по выбранной теме данные (статистические, социологических исследований), размещенные на официальных сайтах (См. «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины») за последние пять лет.
- Произвести систематизацию и анализ вторичных данных. Охарактеризовать процессы, явления, (динамику, тенденции) в рамках изучаемой темы.
- Оформить проведенный анализ в формате аналитической записки.

9.3. Методические рекомендации по подготовке курсовых работ

Курсовая работа является необходимым элементом самостоятельной работы и формой контроля учебной работы обучающихся. Курсовая работа, выполняемая в рамках дисциплины «Социология тела и телесности», направлена на формирование необходимых компетенций, применение полученных знаний об особенностях применения методов сбора, обработки и интерпретации социальной информации и владеющего навыками, необходимыми для осуществления аналитической деятельности.

Примерный перечень тем курсовых работ ежегодно разрабатывается и утверждается на заседании кафедры прикладной социологии.

Курсовая работа является самостоятельным исследованием или проектом, выполняемым под руководством преподавателя, читающего дисциплину, и научного руководителя.

Подготовленная работа проходит проверку на системе «Антиплагиат. ВУЗ». Курсовая работа исключает прямое заимствование текста (плагиат). Оригинальный текст работы должен составлять не менее 75%. Курсовая работа бакалавра, содержащая большой процент заимствований (т.е. цитируемый текст без ссылок на автора) или пространное цитирование, не допускается к аттестации.

Требования к структуре, содержанию и оформлению курсовой работы

Структура курсовой работы включает следующие элементы:

- титульный лист;
- оглавление (содержание);
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список источников и литературы;
- приложения

Введение содержит актуальность темы, формулировку цели и задач работы, определение объекта и предмета исследования, определение степени разработанности данной темы, эмпирическую базу, а также определения (интерпретация) основных понятий.

Основная часть курсовой работы включает главы (разделы), разделенные, как правило, на параграфы (подразделы). Эта часть строится на основе научной литературы, нормативно-правовых и методических документов, статистического материала, материалов письменных аналитических работ.

В *заключении* подводятся итоги проделанной работы, обобщенно излагаются основные результаты и выводы по сформулированным задачам работы, теоретические обобщения, практические рекомендации и предложения, намечаются перспективы дальнейшей разработки темы.

Список использованных источников и литературы включает в себя перечень ссылок на различные источники, материалы которых использовались при написании работы. В качестве таковых могут выступать: монографии и словари, статьи периодических изданий (научные журналы, газеты), нормативные и правовые документы и инструктивные материалы, статистические сборники и информационно-аналитические материалы, страницы интернет-ресурсов, веб-сайтов и другие источники.

Список использованных источников и литературы оформляется в соответствии с требованиями, изложенными в действующих нормативно-методических материалах. Общие требования и примеры оформления списка литературы и источников имеются на библиотечном ресурсе РГГУ.

Приложения оформляют как продолжение работы после списка использованных источников и литературы, располагая их в порядке ссылок в тексте. В Приложении размещают схемы, громоздкие таблицы, графики, а также текстовые, справочные и другие социологические материалы.

Общие рекомендации к объему и оформлению курсовой работы

Работа выполняется на одной стороне стандартных листов бумаги формата А4.

Нумерация страниц сквозная, номер страницы располагается в правом нижнем углу листа. На первой странице (титул) нумерация страниц не указывается, но подразумевается.

Каждый раздел работы (введение, главы, заключение, список использованных источников, приложения и т.д.) начинаются с новой страницы, а подразделы (параграфы) располагаются друг за другом.

Нумерация глав (разделов) сквозная, нумерация подразделов (параграфов) сквозная в пределах главы (раздела) курсовой работы.

Заголовки структурных элементов основной части центруются (выравнивание по центру) относительно верхнего поля.

Названия глав (разделов) печатаются ПРОПИСНЫМИ буквами без точки в конце. Расстояние между заголовками главы и текстом – 1 пустая строка.

Основной текст и список литературы курсовой работы печатается:

- шрифт Times New Roman
- размер шрифта - 14 пт
- через 1,5 интервала

Поля: верхнее и нижнее – 2,5 см (25 мм), левое – 3 см (30 мм), правое – 1,0 см (10 мм).

Рекомендуемый объем курсовой работы 3 курса – от 30 до 35 страниц печатного текста без учета Списка использованных источников и литературы и Приложений.

Список использованных источников и литературы должен содержать не менее 30 наименований.

Оформление Приложений. Каждое приложение следует начинать с нового листа в правом верхнем углу словом «Приложение (полужирным шрифтом)» и нумеровать последовательно арабскими цифрами (без знака №), например, Приложение 1, Приложение 2 и т.д. В Приложении допускается использование шрифта меньшего размера.

9.4. Иные материалы

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Тело и телесность в маркетинговых исследованиях потребительского поведения» реализуется на социологическом факультете кафедрой прикладной социологии.

Цель дисциплины: подготовить специалиста, обладающего знаниями о теоретических вопросах, связанных с изучением роли тела в процессах социального взаимодействия, а также применения этих знаний при проведении маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические основы и историю развития социологии тела и телесности;
- изучить теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве;
- ознакомиться с гендерными особенностями презентации тела, а также ролью социальных процессов в конструировании тела и воплощении в нем системы социальных отношений;
- развить навыки применения теоретических знаний в области социологии тела и телесности в маркетинговых исследованиях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-2.1. Подготавливает и планирует проектное предложение по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования.
- ПК-2.2. Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования.
- ПК-2.3. Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя фундаментального или прикладного социологического исследования.
- ПК-4.1. Подготавливает сбор социологических и маркетинговых данных.
- ПК-4.2. Осуществляет сбор данных из первичных и вторичных источников с применением современной аппаратуры, оборудования.
- ПК-4.3. Контролирует собранные данные для последующей первичной обработки с применением информационных технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- предмет, основные задачи и категориальный аппарат социологии тела и телесности;
- и основные направления развития социологии тела и телесности;
- теоретические подходы к осмыслению тела и телесности в социокультурном пространстве;
- гендерные особенности презентации тела;
- социальные факторы, влияющие на конструирование тела.

Уметь:

- применять исследовательский аппарат социологии для выявления актуальных социальных проблем, находящихся в проблемном поле социологии тела и телесности, для идентификации потребностей и интересов различных социальных групп;
- анализировать и прогнозировать основные тенденции развития социологии тела и телесности, осуществлять социологическую экспертизу разработанных и принимаемых к реализации социальных программ, проектов, планов мероприятий, проектов нормативных правовых актов, методических материалов;

- использовать теоретические знания в области социологии тела и телесности для разработки учебно-методических материалов для преподавания социологических дисциплин.

Владеть:

- практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов;
- навыками работы с первичными и вторичными источниками;
- навыками использования полученных теоретических знаний в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии).

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц.