Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра політичної соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

директор навчально-наукового інституту
соціології та медіакомунікацій



_____ Олена МУРАДЯН

«28» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Соціологія споживання

рівень вищої освіти _бакалавр

галузь знань _ 05_соціальні та поведінкові науки __
(шифр і назва)

спеціальність ___054_Соціологія
(шифр і назва)

освітня програма _ соціально-політичні та маркетингові дослідження
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни за вибором
(обов'язкова / за вибором)

факультет _ННІ соціології та медіакомунікацій_____

2026 / 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ соціології та медіакомунікацій

“26” серпня 2026 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Бойко Дмитро Миколайович, к. соц. н., завідувач кафедри політичної соціології, Литовченко Артем Дмитрович, к. соц. н., доцент, доцент ЗВО кафедри політичної соціології ННІ соціології та медіа комунікацій, Нехаєнко Оксана Василівна, докт. філ-ії з соц-ії, доцент ЗВО кафедри політичної соціології ННІ соціології та медіакомунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології

Протокол від “26” серпня_2026 року № 1

Завідувач кафедри політичної соціології

_____ Бойко Д. М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) «Соціально-політичні та маркетингові дослідження»
назва освітньої програми

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми
«Соціально-політичні та маркетингові дослідження»

_____ Мурадян О. С.
(підпис) **(прізвище та ініціали)**

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ соціології та медіакомунікацій

Протокол від “ 26 ”_серпня_2026 року № 1

Голова науково-методичної комісії ННІ соціології та медіакомунікацій

_____ Сорока Ю. Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Соціологія споживання» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 054-Соціологія освітньо-професійної програми «Соціально-політичні та маркетингові дослідження»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів професійно-соціологічного погляду на процеси та практики споживання в сучасному суспільстві. Курс побудовано на перетині сучасних трендів в соціології: «повороті до матеріального», урбаністиці, активізації соціологічних досліджень технологій тощо.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни:

1. визначити передумови формування соціології споживання як окремої галузі соціологічного знання.
2. розкрити зміст наукових та філософських понять, що лежать в основі сучасної соціології споживання;
3. проаналізувати евристичний потенціал класичних соціологічних теорій для вивчення процесів та практик споживання;
4. проаналізувати та проінтерпретувати сучасні соціологічні теорії споживання;
5. вивчити основні засади використання соціологічних методів для дослідження процесів і практик споживання;
6. сформувати в студентів практичні навички застосування соціології споживання в сфері маркетингу та соціального інжинірингу

1.3. Кількість кредитів 3

1.4. Загальна кількість годин 90*

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
-й	2-й
Семестр	
-й	4-й
Лекції	
год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	
год.	4 год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
год.	76 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
10 год. (за рахунок с.р.)	

** у разі формування малочисельних груп обсяг аудиторного навчального навантаження, відведеного на вивчення навчальної дисципліни, зменшується відповідно до Положення про планування й звітування науково-педагогічних працівників Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.*

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

ЗК 08 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
ЗК 10 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
СК01 Здатність оперувати базовим категоріально- понятійним апаратом соціології
СК03 Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому
СК 06 Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації
СК07 Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

ПРН 01 Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності
ПРН 03 Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі
ПРН 04 Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач
ПРН 08 Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури
ПРН 11 Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців
ПРН 13 Відтворювати факти (дати, події, принципи й закономірності суспільного розвитку), встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між подіями, явищами, робити висновки, аргументувати свої думки

1.8. Пререквізити: Соціологія: основи теорії; Основи теорій маркетингу; Методи збору соціологічної інформації

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Феномен споживання в історії суспільства та в соціологічному пізнанні

Споживання у соціологічному фокусі: коли, як, навіщо. Галузеві соціології та їхній інструментарій дослідження споживання. Історико-соціальний контекст споживання як процесу. Соціологія споживання сьогодні та у перспективі.

Тема 2. Соціологи про споживання: становлення, еволюція та сучасний стан поглядів і підходів

Концепції Карла Маркса, Макса Вебера, Георга Зіммеля (мода), Торстейна Веблена, Вернера Зомбарта, Дйордя Лукача, Герберта Маркузе, Еріха Фромма, Нікласа Лумана, Мішеля Фуко, Пьєра Бурдьє, Жана Бодрійара, Фредеріка Джеймісона, Девіда Гребера, Наомі Кляйн, Єви Іллуз et cetera в перспективі соціології споживання.

Тема 3. Виробництво, споживання, виробник, споживач: поля та актори

Соціологічне розуміння виробництва, товару, товарної вартості, споживання. Товар як соціальний конструкт. Бренд як торгівельна марка та як феномен сприйняття. Товар та фетиш. Фетишізація та споживацтво. Аутопойесіс як нерозділення виробника зі споживачем. Варіації теоретико-аналітичної оптики щодо полів та акторів виробництва й споживання: марксизм, розуміюча соціологія, символічний інтеракціонізм, критична соціологія, культурний марксизм, феноменологія, соціологія речей, ANT et cetera.

Тема 4. Споживання як спосіб та стиль життя

Спосіб життя: соціологічні засади концепції. Концепція «стилю життя» в класичних соціологічних теоріях та у версії П'єра Бурдьє. Споживання крізь призму концептів способу та стилю життя: форма дії та форма тексту.

Повсякденність й свято як моделі споживання. Мода: соціокультурні та дискурсивні виміри. Драматургія споживання. Шопінг. Торговельно-розважальні центр: алеф способу й стилю. Теологія споживання: храмовий вимір ТРЦ та (тематичних) парків розваг.

Тема 5. Споживання як дискурс

Споживання як текст. Дискурсивне поле споживання. Міфи споживання. Реклама як дискурсивна формація. Дискурсивні засади маркетингу та піару. Дискурсивні спільноти контролерів споживання. Інституційний вимір регуляції споживання: контроверза чи структурний відповідник дискурсивного поля?

Тема 6. Суспільство споживання, культура споживання, практики споживання

Жан Бодрійяр про систему речей, суспільство споживання, символічний обмін, кітч, гаджет та симулякр. Культура споживання та її динаміка: потреби, інтереси, цінності споживання. Подарунок: артефакт безвиробницького споживання чи інструмент заперечення виробницько-споживацьких відносин? Торстейн Веблен про демонстративне споживання. Жиль Дельоз, Фелікс Гваттарі про споживання, капіталізм і шизофренію. Формування бажання володіти речами. Фредерік Джеймісон та культура споживання. Споживацька поведінка: тактики, стратегії, моделі. Дозвілля як поле консолідації й конденсації споживацьких практик. Споживання ризиків (У. Бек, О. Яницький).

Тема 7. Споживання як глобальний процес

Простор та час споживання як соціального процесу. Маркетплейси та соціальні мережі як вузли споживання. Глобалізаційні впливи на локальні моделі й практики споживання. Туризм як механізм культурного споживання. Від транснаціонального виробництва до транснаціонального споживання. Глокалізація споживання. Ризикогенність споживання. Споживання медіа та медіація споживання.

Тема 8. Емпіричні дослідження споживання

Кількісні та якісні методи в соціології споживання. Опитування та big data. Включене спостереження споживання й споживацтва. Біографічний метод дослідження споживання. Експеримент, розрив повсякденності та «гарфінкелінг».

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р		л	п	лаб.	інд.	с. р.
Тема 1. Феномен споживання в історії суспільства та в соціологічному пізнанні							10	1				9
Тема 2. Соціологи про споживання: становлення, еволюція та сучасний стан поглядів і підходів							12	1	1			10
Тема 3. Виробництво, споживання, виробник, споживач: поля та актори							10	1				9
Тема 4. Споживання як спосіб та стиль життя							12	1	1			10
Тема 5. Споживання як дискурс							12	2				10

Тема 6. Суспільство споживання, культура споживання, практики споживання							12	2				10
Тема 7. Споживання як глобальний процес							11	1	1			9
Тема 8. Емпіричні дослідження споживання							11	1	1			9
Усього годин							90	10	4			76

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна)	Кількість годин (заочна)
1	*Соціологічний, економічний, маркетинговий, антропологічний, психологічний підходи до споживання*		
2	*Класичні, сучасні та новітні теорії споживання*		1
3	*Від суспільства виробництва до суспільства споживання*		
4	*Стилі споживання і стилі життя*		1
5	*Споживання дискурсу і дискурсивне споживання*		
6	*Стратегії та практики споживання*		
7	*Товарне і культурне споживання у глобальному вимірі*		1
8	*Методи соціології споживання*		1
Усього годин			**4**

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (денна)	Кількість годин (заочна)
1	*Підготовка тематичного огляду* Феномен споживання в історії суспільства та в соціологічному пізнанні		8
2	*Підготовка тематичного огляду* Соціологи про споживання: становлення, еволюція та сучасний стан поглядів і підходів		8
3	*Підготовка тематичного огляду* Виробництво, споживання, виробник, споживач: поля та актори		8
4	*Складання карти концептів* Споживання як спосіб та стиль життя		10
5	*Підготовка тематичного огляду* Споживання як дискурс		8
6	*Підготовка тематичного огляду* Суспільство споживання, культура споживання, практики споживання		8
7	*Підготовка тематичного огляду* Споживання як глобальний процес		8
8	*Складання сценарію ділової гри* Емпіричні дослідження споживання		10
Підготовка і написання індивідуального завдання (звіт)			10
Усього годин			**76**

6. Індивідуальні завдання

Аналітичний звіт

7. Методи навчання

Лекції, презентації, семінари, робота в групі, розв'язання аналітичних практичних професійних задач

8. Методи контролю

Контрольна робота, передбачена навчальним планом, аналітичний звіт, робота на семінарах (виступ, письмовий реферат, презентація).

9. Схема нарахування балів

<table>
<tr><td colspan="8" rowspan="2">Поточний контроль та самостійна робота</td><td>Контрольна робота, передбачена навчальним планом</td><td>Аналітичний звіт</td><td>Сума</td></tr>
<tr><td rowspan="3">30</td><td rowspan="3">40</td><td rowspan="3">100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5</td><td>Т6</td><td>Т7</td><td>Т8</td></tr>
<tr><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td></tr>
<tr><td colspan="4">15</td><td colspan="4">15</td></tr>
</table>

Критерії оцінювання контрольної роботи

Виконана без помилок або з однією-двома незначними помилками	25-30 балів
Виконана з трьома-чотирма значними й незначними помилками	18-24 бали
Виконана не повністю та (або) із суттєвими помилками	11-17 балів
Виконана не повністю, містить суттєві помилки	до 10 балів
Виконання часткове, не відповідає поставленим завданням	0 балів

Аналітичний звіт

Завдання - використовуючи підходи, представлені в курсі, дані власного емпіричного дослідження та / або дані інших досліджень підготувати розгорнутий аналітичний звіт стосовно окремої практики / процесу споживання.

Що має включати аналітичний звіт?

(щонайменше 5 аспектів з перерахованих)

- інтерпретацію основних понять і категорій (із посиланнями на першоджерела)
- системний аналіз об'єкту дослідження (за результатами розвідувального кабінетного аналізу)
- структурний або наративний аналіз якісних даних
- наглядне представлення кількісних даних у одновимірних та двовимірних розподілах
- побудову багатовимірної моделі на основі кількісних даних (факторний, кластерний, регресійний аналіз, багатовимірне шкалювання, дерево рішень тощо)
- розгорнуту інтерпретацію даних на перетині кількісної і якісної методології
- змістовні теоретичні висновки
- змістовні практичні рекомендації та інсайти

Орієнтовний обсяг тексту - 30 тис. знаків з пробілами.

Критерії оцінювання аналітичного звіту

Високий рівень 30 - 40 балів	- відповідь характеризується: повними і глибокими знаннями з предмету; вільним володінням спеціальною термінологією; творчим креативним підходом. Студент демонструє навички правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування та використовування посилань, логічної та послідовної роботи з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом, знання основних концепцій соціології споживання. У роботі в коректно та доцільно використаний весь зазначений арсенал методів аналізу даних. Надані глибокі висновки та конкретні рекомендації.

Середній рівень 20-29 балів	- відповідь характеризується: повними і глибокими знаннями з предмету; вільним володінням термінами, поняттями; допущенням неточностей у викладі матеріалу; помилками при відповідях на питання. Студент демонструє навички правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування та використовування посилань, логічної та послідовної роботи з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом (з незначними помилками), знання деяких концепцій соціології споживання. У роботі в коректно та доцільно використана більша частина арсеналу методів аналізу даних. Надані достатні висновки та змістовні рекомендації.
Низький рівень 10-19 балів	- відповідь характеризується: слабким знанням теоретичного матеріалу; допущенням деяких помилок у відповідях на питання. Студент демонструє окремі академічні навички (правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування або використовування посилань), робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом нелогічна, показане знання лише однієї концепції соціології споживання. У роботі в коректно та доцільно використана деяка частина арсеналу методів аналізу даних. Надані загальні висновки та рекомендації.
Незадовільний рівень 0-9 балів	- відповідь характеризується: дуже слабким знанням теоретичного матеріалу; допущенням грубих помилок у відповідях на питання.Студент демонструє окремі академічні навички (правильної роботи з науковими першоджерелами, коректного цитування або використовування посилань), робота з дефініціями, класифікаціями, термінологічним апаратом нелогічна, не показане знання жодної концепції соціології споживання. Методи аналізу не використані та / або використані некоректно і недоречно. Висновки та рекомендації беззмістовні або відсутні.

Орієнтовні теми аналітичного звіту:

1) Практики споживання слабоалкогольних напоїв
2) Практики споживання суші
3) Практики споживання електроінструментів
4) Практики отримання банківських послуг
5) Практики беттінгу
6) Практики здорового харчування
7) Практики споживання водостічних систем
8) Практики споживання бутербродних закусок
9) Практики отримання послуг з манікюру
10) Практики прослуховування музики

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, модульних контрольних робіт, екзамену (заліку), якщо інше не визначено викладачем, інших видів оцінювання, для яких викладачем встановлено обмеження щодо використання ШІ.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ.

Недекларованe використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
0-49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Appadurai A. The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective. Cambridge, 1986. 329 p.
2. Boiko, D. (2018). Евристичний потенціал акторно-мережевої теорії у вивченні ієрархічних соціальних відносин та структур. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи», 39, 95-100. https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/9896
3. Boiko, D. (2019). Things in the tools of symbolic violence in postmodern society: dissertation paper on PhD on Sociology: 22.00.01 / V. N. Karazin Kharkiv National University. Kharkiv. 223 p. http://dissertations.karazin.ua/sociology/resources/e39af893d7fb467dee2860495f52ce0c.pdf
4. Boiko, D.; Dykan, B. (2019). The Applying of the Discourse-analysis to the Studying of the Discourse Level of the Ontology of Things: Capabilities and Limitations.Science and Education a New Dimension, VII(32), Issue 192, 85-88. https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-20
5. Chapter: Goffman's frame analysis and modern micro-sociological paradigms, Publisher: Sage Publications, Editors: H. J. Helle, S.N. Eisenstadt, pp.71-100 https://www.researchgate.net/publication/250003096_Goffman's_frame_analysis_and_modern_micro-sociological_paradigms
6. Denzin N., Keller Ch. Frame analysis reconsidered // Erving Goffman: Vol. 4 / Ed. by G.A. Fine, G. Smith. London: Sage Publications, 2000. P. 65-79. http://lup.lub.lu.se/search/ws/files/48739087/9781317133544_preview.pdf
7. Ferguson C. Consumer Behavior: A Marketing Perspective / Carroll Ferguson. - CLANRYE International, 2020. 212 p.

8. Gulnara Z. Karimova & Amir Shirkhanbeik | Claudia Alvares (Reviewing Editor) (2015) Society of things: An alternative vision of Internet of things, Cogent Social Sciences, 1:1, DOI: 10.1080/23311886.2015.1115654
9. Latour B. Gabriel Tarde and the end of the Social // The Social in Question / Ed. by P. Joyce. London: Routledge, 1999.http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/82-TARDE-JOYCE-SOCIAL-GB.pdf
10. Lytovchenko, A., Nekhaienko, O. (**2025**). Topography of Risky Consumption in the Commercial Space of a Frontline City. *Sociological Studios*, 1 (26), 110–121. https://doi.org/10.29038/2306-3971-2025-01-33-33
11. Lytovchenko, A., & Nekhaienko, O. (**2025**). Practices of risky consumer behavior in the dynamics of lifestyle stylization during wartime: research outline. *Scientific Journal of Polonia University*, 67(6), 220-229. DOI: https://doi.org/10.23856/6728
12. Nekhaienko O.V., Lytovchenko A.D. (**2025**). Historical sociology of urbanization: cities as arenas of power struggles. *Habitus*. (70), 48-54 DOI: https://doi.org/10.32782/2663-5208.2025.70.7
13. Nekhaienko, O., Usenko, D., & Perekhodchenko, L. (**2024**). OBJECTS AS A FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF SOCIAL REALITY. *Scientific Journal of Polonia University*, 61(6), 142-151. https://doi.org/10.23856/6118
14. Shaev, Yury. (2014). From the Sociology of Things to the “Internet of Things”. Procedia - Social and Behavioral Sciences. 149. 10.1016/j.sbspro.2014.08.266.
15. Strydom, Piet. (**2024**). Towards a sociology of the future: An exploration in cognitive social theory. *European Journal of Social Theory,* 27, 2, 241-259. https://doi.org/10.1177/13684310241226615
16. Urry J. Sociology beyond societies. Mobilities for the twenty-first century. London and New-York: Routledge, 2000. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4410560/mod_resource/content/0/John%20UrrySociology%20Beyond%20Societies_%20Mobilities%20for%20the%20Twenty%20First%20Century%20%28International%20Library%20of%20Sociology%29%20%282000%29.pdf
17. Veblen T. Theory of the Leisure Class / Thorstein Veblen. -BookRix, 2019.-423 p.
18. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть. Пер. з фр. під ред. Л. Кононовича. Львів : Кальварія, 2004. 367 с.
19. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Пер. з фр. під ред. В. Ховхуна. К. : Видавництво. Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
20. Бойко Дмитрий. Какво все пак казва лисицата: първа скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // Социология в (пост) модерността. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).–, 2021. – 176 с. – С. 26-27.
21. Бурдьє П. Практичний глузд. Пер. з фр. Київ : Український центр духовної культури, 2003. 503 с.
22. Гороховатський, В. О.; Творошенко, І. С. (2021). Методи інтелектуального аналізу та оброблення даних. Kharkiv, Ukraine: Press of the Kharkiv National University of Radioelectronics. https://dx.doi.org/10.30837/978-966-659-298-2
23. Голіков О.С. Фабрикація порядку. Знання в конституюванні соціального : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 592 с.
24. Дурнєв, О., Литовченко, А. (**2024**). Соціологічна дефініція поняття «інтернет-мем»: подалі від «мему». Соціологічні Студії, 1 (24), 6–12. https://doi.org/10.29038/2306-3971-2024-01-12-12

25. Запорожченко Руслан. Кой живее добре в норвежки затвор: първа скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // Социология в (пост) модерността. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).–, 2021. – 176 с. – С. 47-48.
26. Кошкарьов, Дмитро (**2024**). Маркетинг 2024: 12 основних трендів. Seven Mountains. https://up7mountains.com.ua/blog/marketynh-2024-12-osnovnykh-trendiv
27. Литовченко Артьом. Кой все пак беше Рюрик: първата скица на ръкопис по въпроса за контрапостмодернизма // Социология в (пост) модерността. Материали от XIX Международна научна конференция на студенти, докторанти, докторанти и млади учени (18-19 март 2021 г. Харков).–, 2021. – 176 с. – с. 72-73.
28. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними/ Адель Світвуд – Наш формат, 2019. – 152 с.
29. Солнишкіна А. А. Соціологія мистецтва: основні етапи становлення та перспективи розвитку. SOCIOПРОСТІР : Міждисциплінарний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи, 2010. №1. С. 102-105.

Допоміжна література:

1. Aby, Stephen H. Sociology: A Guide to Reference and Information Sources (3rd ed.). Littleton, CO: Libraries Unlimited Inc. 2005.
2. Albrow M. Globalization: Myths and realities. London : Roehampton Institute, 1994. 17 p.
3. Appadurai A. Globalization (A Public Culture Book) : Duke University Press, 2001. 334 p.
4. Appadurai A. Grassroots Globalization and the Research Imagination. Public Culture. 2000. Vol. 12, no. 1. P. 1–19. URL: https://doi.org/10.1215/08992363-12-1-1
5. Babbie, Earl R. 2003. The Practice of Social Research (10th ed.). Wadsworth: Thomson Learning. 2003.
6. Beck U. What Is Globalization?. Polity Press, 2000. 192 p.
7. Bourdieu P. The field of cultural production: Essays on art and literature. New York : Columbia University Press, 1993. 322 p.
8. Braudel F. The Expansion of Europe and the «Longue Durée». Expansion and Reaction. Dordrecht, 1978. P. 17–27. URL: https://doi.org/10.1007/97894-009-9947-3_2
9. Brewer Noah. A Sociology of Things. Practical Aesthetics. URl: https://practicalaesthetics.wordpress.com/2011/08/29/a-sociology-of-things/
10. Cochoy, F. (2007). A Sociology of Market-Things: On Tending the Garden of Choices in Mass Retailing. The Sociological Review, 55(2_suppl), 109–129. doi:10.1111/j.1467-954x.2007.00732.x
11. Collins, Randall. Four Sociological Traditions. Oxford: Oxford University Press. 1994
12. Communication. 2012. Vol. 18, no. 2. P. 191–208. URL: https://doi.org/10.1080/13216597.2012.709925
13. Coser, Lewis A. Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context. New York: Harcourt Brace Jovanovich. 1971.
14. Gasset J. O. y. La Rebelion de Las Masas : Andres Bello, 1996. 287 p.
15. Geertz C. The Interpretation of Cultures: Selected Essays. N.-Y. : Basic Books, Inc., 1973. 470 p.
16. Giddens A. Runaway world: How globalization is reshaping our lives. New York : Routledge, 2000. 124 p.
17. Hadziahmetovic, Nereida & Pintol, Amel & Budnjo, Fahrudin. (2021). Development of Social Media in Modern Political Marketing. European Researcher. 12. 10.13187/er.2021.1.26.

18. Horkheimer M. A Life in Letters: Selected Correspondence (Texts and Contexts) : University of Nebraska Press, 2008. 446 p.
19. Jameson F. Postmodernism and Consumer Society. Postmodern Debates. URL: https://art.ucsc.edu/sites/default/files/Jameson_Postmodernism_and_Consumer_Society.pdf
20. Jameson F. Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism. Durham : Duke University Press, 1991. 438 p.
21. Kellner D. Zygmunt Bauman's Postmodern Turn. Theory, Culture & Society. 1998. Vol. 15, no. 1. P. 73–86.
22. Komter Aafke. Heirlooms, Nikes and Bribes: Towards a Sociology of Things. Sociology. Vol. 35, No. 1 (February 2001), pp. 59-75
23. Kristeva J. Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art. Poetics Today. 1982. Vol. 3, no. 4. P. 193.
24. Kristeva J. La chair des mots. L'interprétation. 2012. P. 133.
25. Laclau E., Mouffe Ch. Hegemony and socialist strategy : towards a radical democratic politics. London, 1985. 197 p.
26. Latouche S. The modernization of the world: The significance, scope, and limits of the drive towards global uniformity. Cambridge, MA : Polity Press, 1996. 160 p. London, 2001. P. 22–36. URL: https://doi.org/10.1057/978-1-137-04505-8_3
27. Marcuse H. One dimensional man. London : Sphere Books Ltd., 1968. 200 p.
28. Marrifield A. Henri Lefebvre: A socialist in space. In: Crang M. anf Thrift N. (Ed.) // Thinking space. New York, London, 2000. P. 167–182.
29. Marshall K. P. A Framework for Identifying Factors That Influence Fine Art Valuations from Artist to Consumers. Marketing Management. 2011. P. 111123.
30. McLuhan M. The Gutenberg galaxy: The making of typographic man. Toronto : University of Toronto Press, 2011. 331 p.
31. Preda Alex. The Turn to Things: Arguments for a Sociological Theory of Things. The Sociological Quarterly. Vol. 40, No. 2 (Spring, 1999), pp. 347-366
32. Robertson R. Globalisation or glocalisation?. Journal of International
33. Stichweh R. On the Genesis of World Society: Innovations and Mechanisms. Distinktion: Journal of Social Theory. 2000. Vol. 1, no. 1. P. 27–38. URL: https://doi.org/10.1080/1600910x.2000.9672769
34. Ursprung H. W. Reputation, Price and Death: An Empirical Analysis of Art Price Formation. Economic Inquiry. 2011. Vol. 49, № 3. P. 697-715.
35. Veltuis O. Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art : Princeton, Princeton University Press, 2005. 288 p.
36. Wallerstein I. M. The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century (Studies in Social Discontinuity) : Academic Press, 1980. 410 p.
37. Етапи розвитку соціологічної думки : Монтеск‘є, Конт, Маркс, Токвіль, Дюркгайм, Парето, Вебер / Р. Арон ; пер. з фр. Г. Філіпчука. – Київ : Юніверс, 2004. – 688 с.
38. Історія соціологічної думки: навч. енциклопед. слов.-довід. / за наук. ред. В. М. Пічі ; Соціол. асоц. України, Львів. обл. від-ня САУ. — Львів: Новий Світ-2000 : Піча С. В., 2016. — 686 с. — (Вища освіта в Україні). — Бібліогр. в кінці ст. — Імен. покажч.: с. 666—676.
39. Кондратик Л. Й. Історія соціології України в іменах: Навч. посібник / Волинський держ. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т соціальних наук; Відп. ред. Г. О. Юхимчук. — Луцьк: Вид-во ВДУ, 1996. — 105 с.

40. Лапан Т. Д. Історія соціології. Ч. І. Навчальний посібник. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. — 236 с.
41. Маркс К. До критики політичної економії. Пер. з нім. М. Порша за ред. Є. Касяненка. Харків: Державне видавництво України, 1926. 198 с.
42. Мартинов А. Ю. Історична соціологія // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К. : Наукова думка, 2005. — Т. 3 : Е — Й. — С. 572. — 672 с.
43. Основи соціології: підручник / Є. Б. Тихомирова. — Рівне: Перспектива, 2007. — 333 с.
44. Попова І.М. Соціологія. Пропедевтичний курс: Підручник для студентів вищих навчальний закладів. – Київ: Тандем.-1996. – 271 с.
45. Рабей Н. Р. Тренди сучасного інтернет-маркетингу як основа для формування інтернет-стратегії підприємства. Modern Economics. 2019. № 17(2019). С. 193-199. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-31.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Документальна стрічка про суспільство споживання https://www.youtube.com/watch?v=wmDoUa4f-NM
2. Документальна стрічка про споживацьку поведінку в США https://www.youtube.com/watch?v=YdaQnGgWoPg