

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 339:138

№ ГР 20071035

Инв. № _____

УТВЕРЖДАЮ:



Проректор УО «ВГТУ»

по научной работе

В. В. ПЯТОВ

М.П.

2007 г.

ОТЧЕТ

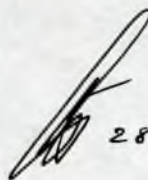
по научно-исследовательской работе

«Социальное пространство и его влияние на поведение потребителя»

(промежуточный)

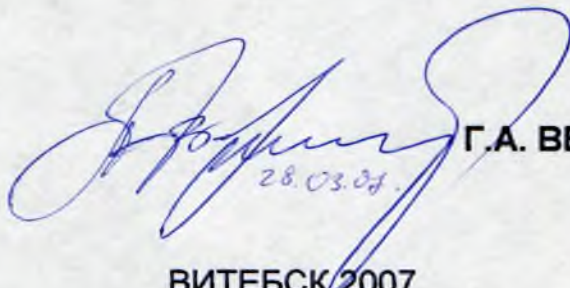
2007 – г/б-360

Начальник НИС


28.03.07

С. А. БЕЛИКОВ

Научный руководитель,
к.т.н., профессор

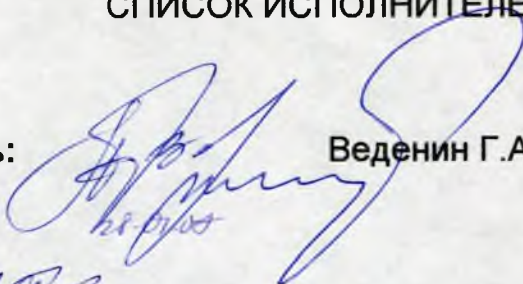

28.03.07

Г. А. ВЕДЕНИН

ВИТЕБСК 2007

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Научный руководитель:
Профессор, к.т.н.

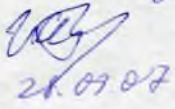


28.01.07

Веденин Г.А.

(общее руководство)

Исполнитель;
Студент

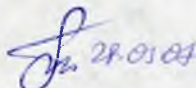


28.01.07

Мальчѐнков И.Е.

(введение, разделы 1-2, заключение)

Нормоконтролер



28.01.07

Петрякова Л.А.

РЕФЕРАТ

работа 26 с., 30 источников.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО, СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО ПОТРЕБИТЕЛЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ, СОЦИАЛЬНАЯ УКОРЕНЁННОСТЬ, СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛЕ, СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ, ГАБИТУС.

Объектом исследования является социальное пространство потребителя.

Цель работы – дать объёмное представление о социальном пространстве потребителя и его влиянии на потребительское поведение со всеми сложностями, противоречиями и проблемами, которые оно порождает. Основная задача, решаемая в процессе исследования – расширить представление о социальном пространстве, существующее в традиционном маркетинге и представить его не только как социально-статусное и культурно-обусловленное образования, но и как социально-сетевое явление, в котором укоренено потребительское поведение.

Методологической основой проекта являются научные принципы объективности и системного подхода к изучению социального пространства потребителя. В исследовании применяются методы количественного и качественного анализа, элементы компьютерных технологий, путём использования информационных сетей Интернета. Кроме этого применялись методы системного анализа и совокупность логических методов исследования, в соответствии с которыми осуществлялась реконструкция различных концептов «социальное пространство», «потребительское поведение», а так же воспроизводился и достраивался функциональный смысл исследуемых категорий.

В результате исследования сформирована база данных, включающая в себя теоретические источники по исследуемой проблеме, изучен и систематизирован теоретический материал, сформулированы основные гипотезы исследования.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМ И ГИПОТЕЗ ИССЛЕДОВАНИЯ	6
2. ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ.....	11
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	24
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	25

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Беккер, Г. De Gustibus Non Est Disputandum / Г. Беккер // Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. – М.: ГУ–ВШЭ, 2003. с.489.
- 2 Ильин В.И. Учебное пособие Поведение потребителей / В.И. Ильин, Гл. ред. В. Усманов. – СПб: «Питер», 2000г.
- 3 Материалы сайта <http://www.mcgr.ru/wiki/> Проект свободной многоязычной энциклопедии.
- 4 Современный философский словарь: http://www2.usu.ru/philosophy/soc_phil/rus/texts/slovar/time_space.html
- 5 Сорокин, П. Социальная и культурная мобильность / П. Сорокин, перевод А.Ю. Согомонова // Человек, цивилизация, общество / Под ред. А.Ю.Согомонова. – М.: «Политиздат». – 1992.
- 6 Ильин, В.И. Государство и социальная стратификация советского и постсоветского обществ (1917-1996 гг.) (опыт конструктивистско-структуралистского анализа) / В.И. Ильин. – <http://socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/strata/index.htm>
- 7 Парсонс, Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем / Парсонс, Т. // Американская социологическая мысль / Издательство Московского университета. – М., 1994.
- 8 Bourdieu, P. Espace social et pouvoir symbolique. In: P.Bourdieu. Les choses dites. Paris: Éditions de Minuit, 1987. Перевод к.ф.н. В.И.Иванова.
- 9 Бурдьё, П. Структуры, habitus, практики / П. Бурдьё // Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск.
- 10 Бурдьё, П. Социология политики / П. Бурдьё, пер. с фр. Н.А. Шматко / Сост., общ. ред. и предисл. Н.А.Шматко. – М.: «Socio-Logos», 1993.
- 11 Энжел, Д. Поведение потребителей / Д. Энжел, Р. Блэкуэлл, П. Миниард. – Санкт-Петербург.: «Питер», 1999.
- 12 The American Heritage Dictionary of the English Language. 4th ed. Boston: Houghton Mifflin
- 13 Company, 2000.
- 14 Беккер, Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / Г. Беккер. – М.: ГУ–ВШЭ, 2003.
- 15 Mizruchi M. Social Network Analysis: Recent Achievements and Current Controversies // Acta Sociologica. 1994. Vol. 37.
- 16 Бурдьё, П. Начала. Choses dites / П. Бурдьё ,пер. с фр. Н.А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1994.
- 17 Бурдьё, П. Структура, габитус, практика // П. Бурдьё. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2001.

- 18 Беккер, Г. Несколько замечаний о ресторанных ценах и другие примеры социальных воздействий на цены // Г. Беккер Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. – М.: ГУ–ВШЭ, 2003.
- 19 Лейбенштейн, Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса / Х. Лейбенштейн, под ред. В.М. Гальперина // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993.
- 20 Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен.– М.: Прогресс, 1984.
- 21 Зелизер, В. Социальное значение денег / В. Зелизер. – М.: ГУ–ВШЭ, 2004.
- 22 Бурстин, Д. Дж. Сообщества потребления / Д.Дж. Бурстин // Thesis, 1993. – Т. 1.– Вып. 3.
- 23 Бурдьё, П. Практический смысл / П. Бурдьё. – СПб.: Алетейя, 2001.
- 24 Бурдьё, П. Различение (фрагменты книги) / П. Бурдьё, Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. / Сост. и научн. ред. В.В. Радаев. – М.: РОССПЭН, 2004
- 25 Бурдьё, П. Формы капитала / П. Бурдьё. Электронный журнал «Экономическая социология». – Том 3. – № 5. – 2002.
- 26 Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бордийяр. – М.: Рудомино, 1999.
- 27 Маркузе, Г. Одномерный человек / Г. Маркудзе. – М.: REFL-book, 1994.
- 28 Саллинз, М. Экономика каменного века / М. Саллинз. – М.: ОГИ, 2000.
- 29 Радаев, В.В. Обычные и инновационные практики в деятельности российского среднего класса / В.В. Радаев // Мир России. – Том XII. – № 4. – 2003.
- 30 Зиммель, Г. Избранное / Г. Зиммель. – Том 2. – М.: Юрист, 1996.

