# СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ

| | | | |
|---|---|---|---|
| **спеціальність** | **075 Маркетинг** | **обов'язковість дисципліни** | **обов'язкова** |
| **освітня програма** | **«Маркетинг»** | **факультет** | **менеджменту, адміністрування та права** |
| **освітній рівень** | **перший (бакалаврський)** | **кафедра** | **ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін** |

## ВИКЛАДАЧ


## Грабар Наталя Григорівна




**Вища освіта – спеціальність бібліотекознавство та бібліографія**
**Науковий ступень – доктор наук із соціальних комунікацій 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство**
**Вчене звання – професор кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін.**
**Досвід роботи – більше 20 років**
**Показники професійної активності з тематики курсу:**

- Авторка двох навчальних посібників та 2 методичних вказівок для практичних робіт з курсу Соціологія комунікацій;
- Міжнародний сертифікат. Згідно затвердженого індивідуального плану виконала програму підготовки, включаючи участь в роботі 5-а Міжнародна наукова конференція «Інформаційні та інноваційні технології в XXI столітті (15-16 вересня 2022р)» участь у науково-методичному семінарі «Організація викладання фахових дисциплін в університетах Європейського Союзу» (20 вересня 2022р., Вища школа управління і адміністрації в Ополье, Польща) загальним обсягом 180 год.
- Авторка 12 та співавторка 10 тематичних публікацій;
- Учасниця наукових і методичних конференцій.


| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **телефон** | **0507587732** | **електронна пошта** | **grabar-ng@ukr.net** | **дистанційна підтримка** | **Moodle** |

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

| | |
|---|---|
| **Мета** | формування систематизованих знань про принципи й теоретичні підходи соціологічного аналізу комунікації, розкриття методів її соціологічного дослідження, формування практичних навичок використання у вирішенні конкретних дослідницьких завдань. |
| **Формат** | лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота |
| **Деталізація результатів навчання і форм їх контролю** | ознайомленні з основними поняттями та концепціями соціології комунікацій (ЗК4, ЗК12 ) / індивідуальні завдання, практичні завдання, опитування<br>застосування теоретичних соціологічно-комунікаційних знань у вирішенні життєвих задач (ЗК4, ЗК12) / індивідуальні завдання, практичні завдання, опитування та співбесіди<br>застосування методів збирання та аналізу соціологічної інформації у практичній діяльності (ЗК4, ЗК12) / індивідуальні завдання, практичні завдання, опитування та співбесіди |
| **Обсяг і форми контролю** | 3 кредити ECTS (90 годин): 16 годин лекції, 14-практичні; поточний контроль; підсумковий контроль – залік. |
| **Вимоги викладача** | вчасне виконання індивідуальних завдань, виконання тестових завдань, активність, командна робота |
| **Умови зарахування на ОК** | згідно з навчальним планом |

## ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Компетентності** | ІК. здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.<br>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.<br>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). | **Програмні результати навчання** | Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.<br>Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.<br>Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.<br>Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.<br>Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.<br>Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.<br>Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.<br>Р19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів не доброчесної поведінки серед суб'єктів ринку та вміти застосовувати їх в професійній діяльності. |

## СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

### Розділ 1. Соціологія комунікацій як галузь соціологічної науки

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Лекція 1.** | **Тема 1. Соціологія комунікацій в системі наукознавчої теорії (2 год)** | **Лабораторно-практичне заняття 1** | **Поняття комунікації. Теорії та моделі масової Комунікації (2 год)** | **Самостійна робота** | 1). Підготовка рефератів, презентацій за темами курсу:<br>1). Витоки соціології комунікації<br>2) Визначте сутність поняття «моделі комунікації».<br>3) Основні джерела вивчення соціальної комунікації. |
| **Лекція 2.** | **Інформація в сучасному соціокомунікативному** | **ЛПЗ 1** | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **суспільстві (2 год)** | | **Поняття та роль соціальної інформації (2 год)** | | 4) Функції мови як елементу культури.<br>5). Основні моделі комунікації.<br>6) Формальні та неформальні норми.<br>7) Функції ідеології в суспільстві.<br>8) Приклади проявів етноцентризму в повсякденному житті, в ЗМІ.<br>9) Соціальна інформація і її властивості.<br>10). Історія розвитку соціології.<br>11) Інформаційна складова соціальних комунікацій.<br>12) Документ умасовій комунікації.<br>13) Інформація та знання<br>14) Інструментарій спостереження.<br>15) Переваги і недоліки спостереження.<br>16) Теоретичні й емпіричні методи.<br>17) Поняття про соціологічні методи.<br>18) Зародження контент-аналізу.<br>19) Якісні методи дослідження мас-медіа. |
| **Лекція 3.** | **Комунікаційні канали (2 год)** | **ЛПЗ 3** | **Комунікаційні канали. Види та типи комунікаційних каналів (2 год)** | | |
| **Лекція 4.** | **Міжособові відносини та їх вивчення соціологічними методами (2 год)** | **ЛПЗ 4** | **Соціологічні методи вивчення міжособових відносин (2 год)** | | |
| **Розділ 2. Специфіка соціологічних процесів в масових комунікаціях** | | | | | |
| | | | | **Самостійна робота** | 20) Структура мас-медіа<br>21) Особливості формування іміджу в масових комунікаціях.<br>22) Структура та специфіка соціології комунікації.<br>23) Інформаційний простір як соціальна категорія.<br>24). Роль комунікатора в залежності від особливостей каналу комунікацій.<br>25) Місце і значення вивчення електронних масмедіа серед інших напрямків галузевої соціології.<br>26) Мережева комунікація: ризики та перспективи.<br>27) Наукові школи та стратегії дослідження комунікації в наш час<br>28) Зародження контент-аналізу.<br>29) Вплив засобів масової інформації на молодь |
| **Лекція 5.** | **Організація соціологічних досліджень (2 год)** | **ЛПЗ 5** | **Методи дослідження діяльності ЗМК (2 год)** | | |
| **Лекція 6.** | **Методи збирання та аналізу соціологічної інформації (2 год)** | **ЛПЗ 6** | **Сутність і можливості контент-аналізу (2 год)** | | |
| | | | | | |
| **Лекція 7** | **Реклама в структурі масових комунікацій (2 год)** | **ЛПЗ 7** | **Реклама. Види, функції реклами (2 год)** | | |
| **Лекція 8** | **Агентства реклами та їх роль в маркетингових комунікаціях (2 год)** | **ЛПЗ 7** | | | |
| | | | | | |

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

**Література**


1. Костенко Н.В. Масова комунікація / Макеєв С. (ред..) Соціологія. Київ: «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2017. 198с.
2. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування: підручник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. 207с.
3. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / За заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванова В. Київ: Кондор, 2018. 256 с.
4. Холод О.М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. / О. М. Холод. Київ: Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
5. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. Київ : 2021. 235 с.


**Методичне забезпечення**


1. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : метод. вказівки для проведення семінар. занять з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти ден., заоч. навчання спец. 075 Маркетинг / Держ. біотехнол. ун-т ; уклад. Н. Г. Грабар. Харків : [б. в.], 2024. 24 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/fd2862bd-7ad5-4d91-a8aa-9df11e745df9
2. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : тестові завдання контролю знань з дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ден. та заоч. форми здобуття освіти зі спец. 075 «Маркетинг» / Державний біотехнологічний університет; уклад Н.Г. Грабар – Харків : [б. в.], 2024. – 25 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/d7a32bec-faae-40a9-8d2d-
3. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : робоча програма з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти ден., заоч. навчання спец. 075 Маркетинг / Держ. біотехнол. ун-т ; уклад. Н. Г. Грабар. Харків : [б. в.], 2024. 14 с.


## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf

| СИСТЕМА | | БАЛИ | ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ |
|---|---|---|---|
| **Підсумкове оцінювання** | **100 бальна ECTS (стандартна)** | **до 100** | **За результатами поточного оцінювання** |
| | | | |
| **Поточне оцінювання** | **100 бальна сумарна** | **до 60** | **відповіді на тестові питання** |
| | | **до 20** | **усні відповіді на практичних заняттях** |
| | | **до 20** | **результат засвоєння блоку самостійної роботи** |

## НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

**Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkov.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/norm-b-acad-pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.**