СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ

спеціальність	**D5 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 (ІК. ЗК3, ЗК12, Р8, Р18, Р19) / індивідуальні завдання, практичні завдання, опитування застосування теоретичних соціологічно-комунікаційних знань у вирішенні життєвих задач (Р8, Р11, Р12, Р14, Р16, Р18) / індивідуальні завдання, практичні завдання, опитування та співбесіди застосування методів збирання та аналізу соціологічної інформації у практичній діяльності (ЗК3, Р12, Р14, Р15, Р16, Р18, Р19) / 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. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 12. 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. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. 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. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. 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: 1). Витоки соціології комунікації 2) Визначте сутність поняття «моделі комунікації». 3) Основні джерела вивчення соціальної комунікації.
Лекція 2.	**Інформація в сучасному соціокомунікативному суспільстві (2 год)**	**ЛПЗ 1**	**Поняття та роль соціальної інформації (2 год)**		
Лекція 3.	**Комунікаційні канали (2 год)**	**ЛПЗ 3**	**Комунікаційні канали. Види та типи комунікаційних каналів (2 год)**		4) Функції мови як елементу культури. 5). Основні моделі комунікації. 6) Формальні та неформальні норми. 7) Функції ідеології в суспільстві. 8) Приклади проявів етноцентризму в повсякденному житті, в ЗМІ. 9) Соціальна інформація і її властивості. 10). Історія розвитку соціології. 11) Інформаційна складова соціальних комунікацій.
Лекція 4.	**Міжособистісні відносини та їх вивчення соціологічними методами (2 год)**	**ЛПЗ 4**	**Соціологічні методи вивчення міжособистісних відносин (2 год)**		12) Документ умасовій комунікації. 13) Інформація та знання 14) Інструментарій спостереження. 15) Переваги і недоліки спостереження. 16) Теоретичні й емпіричні методи. 17) Поняття про соціологічні методи. 18) Зародження контент-аналізу. 19) Якісні методи дослідження мас-медіа.

Розділ 2. Специфіка соціологічних процесів в масових комунікаціях

Лекція 5.	**Організація соціологічних досліджень (2 год)**	**ЛПЗ 5**	**Методи дослідження діяльності ЗМК (2 год)**	**Самостійна робот**	20) Структура мас-медіа 21) Особливості формування іміджу в масових комунікаціях. 22) Структура та специфіка соціології комунікації. 23) Інформаційний простір як соціальна категорія. 24). Роль комунікатора в залежності від особливостей каналу комунікацій. 25) Місце і значення вивчення електронних масмедіа серед інших напрямків галузевої соціології.
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	**Особливості рекламної комунікації в різних сферах життєдіяльності суспільства (2 год)**	**ЛПЗ 7**			26) Мережева комунікація:ризики та перспективи. 27) Наукові школи та стратегії дослідження комунікації в наш час 28) Зародження контент-аналізу. 29) Вплив засобів масової інформації на молодь

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1.Бебик, В. Г. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В. Г. Бебик. – Київ: МАУП, 2021. – 440 с.
2.Ільганаєва, В. О. Соціальні комунікації : словник-довідник / В. О. Ільганаєва. – Київ : Ліра-К, 2022. – 328 с.
3.Квіт С. М. Масові комунікації: підручник / С. М. Квіт. – Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2022. – 210 с
4.Різун, В. В. Теорія комунікації: підручник / В. В. Різун. – Київ: Вид. центр «Просвіта», 2020. – 160 с.
5.Холод О.М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. / О. М. Холод. – Київ: Видавництво «Білий Тигр», 2018. – 370 с.
6.Чудовська, І. Соціологія масових комунікацій : навч. посібник / І. Чудовська. – Київ, 2021. – 235 с.

Методичне

1. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : метод. вказівки для проведення семінар. занять з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти ден., заоч. навчання спец. Маркетинг / Держ. біотехнол. ун-т ; уклад. Н. Г. Грабар, О.В. Борюшкіна. Харків : [б. в.], 2026. 29 с.
2. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : робоча програма з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти ден., заоч. навчання спец. Маркетинг / Держ. біотехнол. ун-т ; уклад. Н. Г. Грабар. Харків : [б. в.], 2026. 14 с.
3. 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. «Маркетинг» / Державний біотехнологічний університет; уклад. Н.Г. Грабар – Харків : [б. в.], 2026. – 25 с.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (https:// biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.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 Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/norm-b-aca pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.