



# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Соціологічні методи дослідження в рекламі та PR

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| Галузь знань                        | 06 Журналістика  |
| Шифр та назва спеціальності         | 061 Журналістика   |
| Назва освітньо-професійної програми | Реклама та зв'язки з громадськістю                       |
| Рівень вищої освіти                 | Перший (бакалаврський)                                   |
| Факультет                           | Бізнесу та соціальних комунікацій                        |
| Кафедра                             | Міжнародних відносин, суспільних комунікацій та IT-права |
| Статус навчальної дисципліни        | ОК-14 ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю»           |
| Форма навчання                      | Денна  |

### Викладач

Ятвецька Ганна Володимирівна  
[hanna.yatvetska@gmail.com](mailto:hanna.yatvetska@gmail.com)



Доцент кафедри міжнародних відносин,  
суспільних комунікацій та IT-права,  
кандидат соціологічних наук, доцент

### Загальна інформація про дисципліну

|                        |  |
|------------------------|--|
| Анотація до дисципліни | <p>Дисципліна «Соціологічні методи дослідження в рекламі та PR» вивчає сучасні кількісні та якісні методи збору соціологічної інформації та можливості їх застосування у рекламі та PR. Навчання спрямовано на те, щоб:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) надати студентам основні поняття та особливості кількісної та якісної методології;</li><li>2) навчити студентів самостійно розробляти програму соціологічного дослідження та адоптувати існуючу програму до потреб поточного дослідження;</li></ol> |
|------------------------|--|

|  |  |
|--|--|
|  | <p>3) сформувати у студентів навички конструювати інструментарій для проведення соціологічного дослідження, або адаптувати існуючий інструментарій до особливостей дослідження;</p> <p>4) формування у студентів моральних та етичних якостей, які необхідні для успішного виконання ними своїх професійних обов'язків.</p>  |
| <b>Мета дисципліни</b>                                   | – сформувати у здобувачів практичні навички та базу теоретичних знань для самостійної розробки соціологічних досліджень та для роботи у групі професіоналів, що розробляє та проводить кількісне соціологічне дослідження у галузі реклами та зв'язків з громадськістю.  |
| <b>Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна</b> | <p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної галузі та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК2. Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>СК3. Здатність створювати медіапродукт.</p> |
| <b>Результати навчання</b>                               | <p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції</p> <p>ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань</p> <p>ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук</p> <p>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>                          |
| <b>Обсяг дисципліни</b>                                  | Загальний обсяг дисципліни: 5 кредитів ЄКТС 150 годин). Для денної форми навчання: лекції – 20 годин, практичні заняття – 30 години, самостійна робота – 100 годин.  |
| <b>Форма підсумкового контролю</b>                       | Іспит  |
| <b>Терміни викладання дисципліни</b>                     | Дисципліна викладається у 3-му семестрі  |

## Програма дисципліни

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Тема 1.</b> | <b>Метод, методика і техніка соціологічного дослідження.</b><br>Буденне та наукове знання. Наукове пізнання суспільства. Проблема етики у соціальних науках. Місце кількісних методів в |
|----------------|---|

|                |  |
|----------------|--|
|                | структурі соціологічного пізнання. Кількісна та якісна парадигми в соціології.   |
| <b>Тема 2.</b> | <b><i>Основні компоненти програми соціологічного дослідження.</i></b><br>Програма соціологічного дослідження. Методологічний та процедурний розділи програми. Функції програми. Проблема, предмет, об'єкт, мета та задачі соціологічного дослідження. Операціоналізація основних понять. Робочі гіпотези дослідження. Організація та планування соціологічного дослідження.  |
| <b>Тема 3.</b> | <b><i>Вибірка у соціологічних дослідженнях</i></b><br>Методологічні особливості застосування вибіркового методу у соціології. Поняття генеральної та вибіркової сукупностей. Репрезентативність вибірки. Похибка вибірки. Обчислення розміру вибірки. Вагомості розбіжності. Умови якості вибірки. Основні види вибірки: імовірнісна, цілеспрямована, стихійна, територіальна та виробнича. Принципи корекції результатів вибіркового методу. Технології побудови вибірових сукупностей. Відбір респондентів у якісних дослідженнях. |
| <b>Тема 4.</b> | <b><i>Методи збору соціологічної інформації, особливості застосування у дослідженнях, пов'язаних з рекламою та PR</i></b><br>Метод спостереження в кількісних та якісних дослідженнях. Кількісні та якісні методи аналізу документів. Анкетні опитування та інтерв'ю. Використання експерименту у соціології. Особливості використання методів збору соціологічної інформації у рекламі та PR.   |
| <b>Тема 5.</b> | <b><i>Принципи виміру соціальних характеристик</i></b><br>Шкала як еталон виміру. Побудова шкал. Характеристика шкал. Деякі види шкал. Соціальні показники та індекси як інтегральні показники стану та змін.  |
| <b>Тема 6.</b> | <b><i>Аналіз інформації. Формування звіту</i></b><br>Інтерпретація отриманих результатів. Систематизація первинної інформації. Обробка та аналіз інформації. Остаточні результати аналізу. Особливості формування звіту за результатами дослідження у рекламі та PR.   |

### Список рекомендованих джерел

1. Walliman N. Social Research Methods. SAGE Publications, Limited, 2016. 264 p.
2. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / За заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванова В. Київ: Кондор, 2018. 256 с.
3. Єрескова Т. В. Методологія та методи соціологічних досліджень: практикум : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - Донецьк : Східний видавничий дім, 2011. - 230с.
4. Сальнікова С. А. Організація та методи вибірових досліджень. – Луцьк : Вежа-Друк, 2013. – 252 с.
5. Сучасні методи збору і аналізу даних у соціології. Матеріали VI Міжнародних соціологічних читань пам'яті Н.В.Паніної/ за наук.ред.Є.І.Головахи та Т.Я.Любивої.–К.:Ін-тсоціології НАН України, 2013.–140с.
6. Максимович О. В. Основи методології та методів соціологічних досліджень. - Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2011. - 112 с.
7. Kumar R. Research methodology: A step-by-step guide for beginners. SAGE, 2012,- 432 p.
8. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування. Київ, Вид.дім «Києво-могилянська академія», 2017 – 350 с.

### Інформація про консультації

Щовівторка у вересні-грудні 2023 року з 11<sup>50</sup> до 13<sup>10</sup> год., ауд. 328 – доц. Г.В. Ятвецька

Посилання на Zoom <https://us05web.zoom.us/j/81036986909?pwd=A5P1KTDbOIkx626EsZoafJZZCvt1jw.1>

### Загальна схема оцінювання

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Шкала ЄКТС | Оцінка за національною шкалою                              |   | Нарахування балів | Бали нараховуються таким чином:  |
|--|------------|--|---|-------------------|--|
|  |            | для іспиту   | для заліку  |                   |  |
| 90-100                                       | A          | Відмінно   | зараховано  |                   | <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</i> |
| 82-89  | B          | Добре  |   |                   |  |
| 74-81  | C          |  |   |                   |  |
| 64-73  | D          |  |   |                   |  |
| 60-63  | E          | Задовільно   |   |                   |  |
| 35-59  | FX         | Незадовільно з можливістю повторного складання             | Не зараховано з можливістю повторного складання             |                   |  |
| 0-34   | F          | Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |                   |  |

### Політика опанування дисципліни

**Відвідування:** Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

**Дотримання принципів академічної доброчесності:** Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle.

