



СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В СОЦІОЛОГІЧНИХ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Журналістики, суспільних комунікацій та ІТ-права
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова компонента освітніх програм другого (магістерський) рівня вищої освіти
Рекомендовано для спеціальностей	Для всіх ОПП запроваджених ДУІТЗ
Форма навчання	Денна, заочна

Викладачі

Чукурна О.П.
chukurna.dean@gmail.com



Професор кафедри менеджменту та маркетингу, доктор економічних наук, професор

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни

Дисципліна «Сучасні методи та цифрові інструменти в соціологічних та маркетингових дослідженнях» рекомендована для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальностями, пов'язаними з соціологією, маркетингом, статистикою, а також для студентів, які бажають поглибити свої знання в галузі аналізу даних та прийняття рішень на основі даних. Необхідними умовами для навчання є базове розуміння основ соціології та/або маркетингу.

Навчання спрямоване на:

- Надання теоретичних знань з основних концепцій соціологічних та маркетингових досліджень, сучасних методів збору даних, а також методів аналізу кількісних і якісних даних.

	<ul style="list-style-type: none"> – Формування практичних навичок з використання сучасних програмних засобів для збору, обробки та аналізу даних (на прикладі SPSS). – Опанування методів статистичного аналізу, побудови візуалізацій та написання звітів за результатами аналізу. – Вміння самостійно формувати дослідницькі питання, розробляти методику дослідження, інтерпретувати отримані результати та формувати висновки.
Мета дисципліни	Ознайомити студентів з сучасними методами та інструментами, що використовуються для проведення соціологічних та маркетингових досліджень, з акцентом на цифрові технології. Надати студентам практичні навички збору, обробки та аналізу даних, а також інтерпретації отриманих результатів.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<ul style="list-style-type: none"> – Здатність формувати чіткі та вимірювані дослідницькі питання. – Вміння обирати відповідні методи збору даних (опитування, інтерв'ю, спостереження тощо) залежно від поставлених цілей дослідження. – Навички роботи з різними типами даних та застосування відповідних статистичних методів аналізу. – Здатність використовувати сучасні програмні засоби для статистичного аналізу даних. – Вміння візуалізувати дані та представляти результати дослідження в зрозумілій формі. – Навички інтерпретації отриманих результатів та формулювання висновків. – Розуміння етичних аспектів проведення соціологічних та маркетингових досліджень.
Результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> – Здатність аналізувати великі обсяги даних та виявляти в них закономірності. – Навички інтерпретації отриманих результатів, формулювання висновків та розробки рекомендацій. – Розуміння етичних аспектів проведення соціологічних та маркетингових досліджень. – Здатність критично оцінювати результати досліджень інших авторів. – Формування навичок, необхідних для прийняття обґрунтованих рішень на основі даних. – Розвиток аналітичного мислення та критичного підходу до інформації.
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни 6 кредитів ЄКТС (180 академічних годин), з них: лекцій – 32 год.; практичних занять – 34 год.; самостійна робота – 114 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Терміни викладання дисципліни	Відповідно до розкладу занять вибіркового компонент освітньої програми

Програма дисципліни

Тема 1.	<p><i>Цифрова трансформація досліджень: виклики та можливості.</i></p> <p>Виклики цифрової трансформації досліджень: гкість даних (проблеми з достовірністю, валідністю та репрезентативністю даних, зібраних з цифрових джерел). Етичні аспекти. Вплив цифрових технологій на соціальні взаємодії та поведінку людей.</p> <p>Нові джерела даних (використання даних з соціальних мереж, веб-сайтів, мобільних додатків, сенсорів тощо). Великі дані (Big Data). Штучний</p>
----------------	---

	<p>інтелект та машинне навчання: автоматизація процесів збору, обробки та аналізу даних, створення прогнозних моделей.</p> <p>Онлайн-платформи для досліджень: Використання онлайн-опитувальників, платформ для громадянської науки та інших інструментів для залучення учасників досліджень.</p> <p>Відкрита наука: публікація даних, кодів та результатів досліджень для забезпечення прозорості та повторюваності досліджень.</p>
Тема 2.	<p><i>Основні аспекти цифрової трансформації</i></p> <p>Соціологічні дослідження: аналіз онлайн-спільнот, вивчення цифрової поведінки, дослідження впливу соціальних медіа на суспільство.</p> <p>Маркетингові дослідження: аналіз поведінки споживачів в інтернеті, таргетована реклама, персоналізація маркетингових повідомлень.</p> <p>Дигіталізація архівів, текстовий аналіз, створення цифрових гуманітарних проектів.</p> <p>Порівняння традиційних та цифрових методів дослідження. Вплив цифрової трансформації на якість досліджень. Розробка нових методологічних підходів для роботи з цифровими даними. Розвиток інструментів та платформ для проведення цифрових досліджень.</p>
Тема 3.	<p><i>Огляд сучасних статистичних пакетів для аналізу даних.</i></p> <p>SPSS: Історія, основні функціональні можливості, сфери застосування, переваги та недоліки. R: Філософія мови R, популярні пакети для статистичного аналізу (tidyverse, ggplot2, caret та інші), відкритий код та спільнота користувачів. Python (Pandas, NumPy, SciPy): Інтеграція статистичного аналізу в мову програмування загального призначення, гнучкість та масштабованість. Інші пакети: SAS, MATLAB, Stata (короткий огляд).</p> <p>Підготовка даних: очищення, трансформація, стандартизація даних. Вибір відповідних методів аналізу: вибір статистичних тестів, моделей регресії, методів кластеризації залежно від поставленого завдання. Інтерпретація результатів: Розуміння статистичних значень та їх практична значимість. Автоматизація аналізу: створення скриптів та функцій для повторюваних завдань.</p> <p>Візуалізація даних. Текстовий аналіз: обробка текстових даних, аналіз настроїв, тематичне моделювання. Геопросторовий аналіз: робота з географічними даними. Інтерактивні додатки. Створення динамічних візуалізацій та дашбордів.</p>
Тема 4.	<p><i>Аналіз великих даних (Big Data) в соціологічних дослідженнях.</i></p> <p>Великі дані в соціології та маркетингу. Характеристики великих даних: об'єм, різноманітність, швидкість. Упередженість у даних та алгоритмах. Прозорість досліджень та відкритість даних. Використання штучного інтелекту в аналізі великих даних: Інструменти візуалізації великих даних: Інтерактивні дашборди та візуалізації. Картографічна візуалізація. Пакети для візуалізації (Tableau, Power BI, Plotly). Виклики інтерпретації результатів аналізу великих даних: кореляція не означає причинно-наслідковий зв'язок.</p> <p>Методи збору та зберігання великих даних: Додати підтему про пасивний збір даних (наприклад, через датчики, мобільні додатки). Машинне навчання: алгоритми, такі як random forest, gradient boosting, нейронні мережі.</p>
Тема 5.	<p><i>Соціальні мережі як джерело даних для досліджень. Текстовий аналіз та аналіз контенту.</i></p> <p>API соціальних мереж: використання API для систематичного збору даних (твітів, постів, коментарів). Скрепінг: збір даних з веб-сайтів соціальних мереж за допомогою спеціальних інструментів. Геолокація: використання геоданих для аналізу регіональних особливостей. Підготовка текстових даних. Очищення тексту: видалення стоп-слів, пунктуації, нормалізація тексту. Токенизація: розбиття тексту на окремі слова або фрази.</p> <p>Лематизація: зведення слів до їхньої основної форми. Стемінг: спрощення слів до їхньої кореневої форми. Аналіз частоти слів. Аналіз настроїв. Топічне моделювання: виявлення тематик у великих обсягах тексту. Аналіз дискурсу: дослідження мовних практик і їхнього соціального значення. Аналіз контенту в соціальних мережах. Методи верифікації інформації. Аналіз процесів поширення ідей та рухів. Застосування текстового аналізу в соціологічних дослідженнях. Маркетингові дослідження: аналіз відгуків про продукти та бренди. Шум у даних: сарказм, іронія, емодзі.</p> <p>Еволюція мови: нові слова, сленг. Обмеження доступу до даних.</p>

Тема 6.	<i>Візуалізація даних: створення ефективних графіків та діаграм.</i> Основні принципи ефективної візуалізації. Ясність і простота. Точність. Релевантність. Естетика. Типи графіків та діаграм. Вибір типу візуалізації. Інструменти для створення візуалізацій. Спеціалізовані програмні продукти: Tableau, Power BI, Qlik Sense. Онлайн-сервіси: Google Data Studio, Infogram. Візуалізація великих даних. Інтерактивні дашборди. Візуалізація результатів текстового аналізу. Хмари слів. Мережі співвідношень. Естетика візуалізації. Візуалізація для презентацій. Використання візуалізацій для підтримки презентації.
Тема 7.	<i>Використання штучного інтелекту в дослідженнях.</i> ШІ та аналіз великих даних. Аналіз настроїв у соціальних мережах. Моніторинг брендів: відстеження згадок про бренд та аналіз настроїв щодо нього. Сегментація клієнтів та персоналізація маркетингу. Обслуговування клієнтів. Чат-боти. Аналіз відгуків клієнтів. Оптимізація рекламних кампаній на основі даних про користувачів. Швидкий збір та аналіз даних про ринок.
Тема 8.	<i>Етичні аспекти соціологічних та маркетингових досліджень</i> Кодекс ESOMAR. Згода учасників дослідження. Особливості роботи з дітьми, людьми з обмеженими можливостями, в'язнями. Приватність та конфіденційність. Захист персональних даних учасників дослідження. Маніпуляція та дезінформація. Відповідальність дослідників. Штучний інтелект та етика.

Список рекомендованих джерел

- Мачула О. ОБРОБКА ПРИРОДНОЇ МОВИ ЯК ЧАСТИНА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ. PUBLIC COMMUNICATION IN SCIENCE: PHILOSOPHICAL, CULTURAL, POLITICAL, ECONOMIC AND IT CONTEXT / chair Г. Четвериков. 2020. URL: <https://doi.org/10.36074/15.05.2020.v2.27>
- Cukier V. M.-S. K. Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think. Hodder & Stoughton, 2013. 256 p.
- Комплексні вимірювальні інструменти в соціологічних дослідженнях: розроблення, адаптація, обґрунтування достовірності. за наук. ред. Є. Головахи та С. Дембіцького. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. – 405 с.
- Єрескова Т. В. Методологія та методи соціологічних досліджень: практикум : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - Донецьк : Східний видавничий дім, 2011. - 230с.
- Сальнікова С. А. Організація та методи вибіркового дослідження. – Луцьк : Вежа-Друк, 2013. – 252 с.
- 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.
- Максимович О. В. Основи методології та методів соціологічних досліджень. - Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2011. - 112 с.

Інформація про консультації

Індивідуальні та колективні консультації проводяться в час, визначений за попередньою домовленістю з викладачем через засоби зв'язку.

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види	Шкала	Оцінка за національною шкалою	≈ = :	Бали нараховуються таким чином:
------------------------	-------	-------------------------------	-------	---------------------------------

навчальної діяльності	ЄКТС	для іспиту	для заліку	<p><i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну до 60 балів, за результати індивідуального завдання – до 40 балів. При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань здобувачів вищої освіти за різними системами</i></p>
90-100	A	Відмінно	зараховано	
82-89	B	Добре		
74-81	C			
64-73	D	Задовільно		
60-63	E			
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:

Відвідування та відпрацювання пропущених занять є обов'язковим. Допускаються пропуски занять з поважних причин, які підтверджується документально. За такої умови навчання може відбуватися в режимі он-лайн за погодженням із деканатом.

Дотримання принципів академічної доброчесності:

Політика щодо академічної доброчесності побудована на основі «Положення про академічну доброчесність» в університеті. Списування під час виконання письмових контрольних видів робіт заборонено. Користуватися мобільними пристроями, під час проведення різних видів контролю успішності, дозволяється лише з дозволу викладача.

Умови зарахування пропущених занять:

Відпрацювання пропущених занять проходять в дні згідно графіку консультацій викладачів кафедри.