Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
кафедра політичної соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

директор навчально-наукового інституту
соціології та медіакомунікацій



Олена МУРАДЯН

«28» серпня 2026 року

ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНО-ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ

Соціально-політичні та маркетингові дослідження

навчання за освітньо-професійною програмою

рівень вищої освіти **бакалаврський**
галузь знань **С соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини**
спеціальність **С5 соціологія**
освітня програма **соціально-політичні дослідження**
вид дисципліни **обов'язкова**
ННІ **соціології та медіакомунікацій**

2026/2027 рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ соціології та медіакомунікацій.
Протокол №6 від “26” серпня 2026 року.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Бойко Дмитро Миколайович – кандидат соціологічних наук, доцент, завідувач кафедри політичної соціології ННІ соціології та медіакомунікацій.

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології.

Протокол №1 від “26” серпня 2026 року.

завідувач кафедри  Дмитро БОЙКО

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ соціології та медіакомунікацій.

Протокол №1 від “26” серпня 2026 року.

Голова науково-методичної комісії  Юлія СОРОКА

Гарант освітньої програми
«Соціально-політичні та маркетингові дослідження»
спеціальності 054 Соціологія  Олена МУРАДЯН

ВСТУП

Програма навчально-ознайомчої практики складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів першого освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» спеціальності 054 – Соціологія», вона узгоджена з наскрізною програмою практики.

Практика є обов'язковим компонентом підготовки фахівців із вищою освітою. Практика студентів передбачає безперервність та послідовність її проведення задля одержання ними необхідного обсягу практичних знань та умінь відповідно до стандартів освіти.

1. Опис практики

1.1. Мета практики

Навчальна програма підготовки фахівців з соціології передбачає проведення навчально-ознайомчої та виробничої практик студентів, які навчаються за спеціальністю 054 «Соціологія» (ОПП «Соціально-політичні та маркетингові дослідження»). Проходження навчально-ознайомчої практики здійснюється без відриву від занять на 2 курсі (3-ій навчальний семестр) студентами денної та заочної форми навчання.

Метою навчально-ознайомчої практики є формування у практикантів базових уявлень та навичок, пов'язаних з роботою у сфері соціально-політичних та маркетингових досліджень, а також закріплення теоретичних знань та практичних навичок, що були здобуті ними в процесі вивчення обов'язкових навчальних дисциплін та навчальних дисциплін за вибором.

1.2. Основні завдання практики

Проходячи навчально-ознайомчу практику, студенти знайомляться з полем професійної діяльності соціолога, специфікою прикладних соціологічних та маркетингових досліджень, оволодівають знаннями та навичками розробки дизайну розвідувального маркетингового дослідження, азами польової та аналітичної роботи соціолога-дослідника. Це актуалізує одержані раніше знання, вчить працювати в команді та формує відповідальне ставлення студентів до своєї майбутньої діяльності.

Основними завданнями навчально-ознайомчої практики є:

- сформувати базові уявлення про сутність та особливості проведення емпіричних соціологічних та маркетингових досліджень;
- ознайомити практикантів з основним арсеналом методів збору соціологічної інформації;
- сформувати у студентів навички підготовки презентацій результатів соціологічних та маркетингових досліджень;
- навчити студентів користуватися категоріально-понятійним апаратом соціології для проведення соціологічних та маркетингових досліджень;
- сформувати базові навички проведення розвідувальних емпіричних

соціологічних досліджень, а також обробки та аналізу отриманих завдяки цим дослідженням результатів.

1.3. Кількість кредитів

Денна форма навчання

Курс	Назва практики	Кількість кредитів	Загальна кількість годин	Семестр	Форма контролю
2	Навчально-ознайомча (без відриву від занять)	5	150	3	залік

Заочна форма навчання

Курс	Назва практики	Кількість кредитів	Загальна кількість годин	Семестр	Форма контролю
2	Навчально-ознайомча	5	150	3	залік

1.4. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна.

Згідно з вимогами з вимогами освітньо-професійної програми, стандартами вищої освіти України , студенти в межах проходження навчально-ознайомчої практики повинні набути такі компетентності.

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері соціології, що передбачають застосування основних соціологічних теорій і методів та характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК 01 Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК 03 Здатність працювати в команді.

ЗК 09 Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 03 Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.

СК 04 Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

СК 05 Здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження.

СК 06 Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.

СК 07 Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців та нефахівців.

СК 08 Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога.

СК 09 Знання теоретичних та методологічних основ маркетингової діяльності, володіння методами збору та аналізу маркетингової інформації.

1.6. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

Результати навчання:

ПРН 01 Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

ПРН 03 Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в Україні та світі.

ПРН 04 Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.

ПРН 06 Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач.

ПРН 07 Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

ПРН 10 Володіти навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.

ПРН 11 Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців.

ПРН 12 Знати та дотримуватися етичних норм професійної діяльності соціолога.

ПРН 13 Відтворювати факти (дати, події, принципи й закономірності суспільного розвитку), встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між подіями, явищами, робити висновки, аргументувати свої думки.

ПРН 18 Розробляти проєкти соціально-політичних маркетингових кампаній із просування актуальних й суспільно-значущих акторів, дій, ідей та подій.

За результатами проходження навчально-ознайомчої практики студент повинен

знати:

- можливості та обмеження проведення емпіричних соціологічних та маркетингових досліджень, у тому числі в умовах воєнного стану в Україні;
- можливі методи збору соціологічної інформації;
- категоріально-понятійний апарат для проведення маркетингових досліджень з використанням соціологічних методів;
- стилі і можливі варіанти презентації результатів соціологічних досліджень.

вміти:

- розробляти інструментарій для глибинного інтерв'ю;
- проводити глибинні інтерв'ю;
- обробляти матеріали глибинних інтерв'ю;
- формулювати аргументовані висновки за результатами розвідувальних соціологічних досліджень;
- самостійно визначати проблемні ситуації для здійснення розвідувальних соціологічних досліджень;
- самостійно готувати план-графік проведення розвідувального соціологічного дослідження.

володіти:

- навичками аналітичної роботи з різними джерелами соціологічної інформації;
- основними стилями презентації результатів соціологічних досліджень;
- навичками самостійного проведення розвідувальних соціологічних досліджень, у тому числі в умовах воєнного стану, обробки та інтерпретації їхніх результатів.

1.7. Пререквізити
Вступ до соціології. Історія класичної соціології.

2. Зміст практики

Метою навчально-ознайомчої практики є ознайомлення студентів зі специфікою майбутньої спеціальності, отримання первинних професійних умінь і навичок із загальнонаукових та спеціальних дисциплін.

2.1. Навчально-ознайомча практика складається з таких етапів:

1. Установча конференція.
2. Ознайомлення зі зразками звітів за результатами проведення соціологічних та маркетингових досліджень.
3. Робота над індивідуальними та груповими завданнями, проведення пілотного дослідження.
4. Підсумкова конференція та звітування практикантів.

3. Вимоги до баз практики

Підприємства, установи та організації, які залучаються для проведення практики студентів, повинні відповідати таким вимогам:

- наявність структур, що відповідають спеціальностям, за якими здійснюється підготовка фахівців за напрямом соціологія;
- забезпечення кваліфікованого керівництва практикою студентів;
- надання студентам на час практики робочих місць;
- надання студентам права користування бібліотекою, лабораторіями, технічною та іншою документацією, необхідною для виконання робочої програми практики;
- надання студентам можливості консультацій з фахівцями на базі практики.

4. Організація проведення та керівництво практикою

Організація проведення та керівництво практикою здійснюється згідно з «Положенням про проведення практики студентів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна», затвердженим рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В. Н. від 11 квітня 2022 року, протокол № 7.

4.1. Керівник практики студентів від кафедри призначається наказом проректора з науково-педагогічної роботи для безпосереднього керівництва практикою студентів.

Керівник практики студентів від кафедри:

- розробляє та погоджує із завідувачем кафедри тематику індивідуальних завдань на практику;
- до початку практики проводить зі студентами, яких направлено на практику, вступний інструктаж з охорони праці за Інструкціями з охорони праці № 55, 94 з оформленням Аркушу реєстрації;
- здійснює контроль за проведенням первинного інструктажу на робочому місці з оформленням Журналу реєстрації інструктажів, якщо практика проводиться в структурних підрозділах університету за Інструкціями, що діють у відповідному підрозділі, де проводиться практика;
- узгоджує із керівником практики від бази практики індивідуальні завдання на практику з урахуванням особливостей місця практики;
- видає студентам індивідуальні завдання на практику у строк, установлений «Положенням про проведення практики студентів Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна»;
- засвідчує відповідність баз практик критеріям її проведення (шляхом оформлення Протоколу);
- спільно з керівником практики від факультету розробляє проекти наказів про практику;
- бере участь у розподілі студентів за місцями практики;
- стежить за своєчасним прибуттям студентів до місць практики;
- здійснює контроль за виконанням програми практики та термінами її проведення;
- надає методичну допомогу студентам під час виконання студентами індивідуальних завдань і збирання матеріалів;
- проводить обов’язкові консультації щодо обробки та використання зібраного матеріалу для звіту про практику;
- інформує студентів про порядок подання звітів про практику;

- у складі комісії приймає захист звітів студентів про практику, на підставі чого оцінює результати практики студентів;
- здає звіти студентів про практику на кафедру.

4.2. Керівник практики від бази практики, який здійснює загальне керівництво практикою, несе особисту відповідальність за проведення практики.

До обов’язків керівника практики від бази практики входять:

- розподіл студентів за робочими місцями відповідно до графіку проходження практики;
- інструктаж з охорони праці, протипожежної безпеки на підприємстві та на робочому місці під час виконання конкретних видів робіт;
- ознайомлення студентів з організацією робіт на конкретному робочому місці;
- забезпечення виконання графіків проходження практики за структурними підрозділами підприємства;
- оцінка якості роботи, складання характеристик на студентів із відображенням у них виконання програми практики, якості професійних знань та умінь;
- забезпечення і контроль дотримання студентами Правил внутрішнього розпорядку бази практики;
- допомога в підборі матеріалу для курсових та дипломних робіт.

4.3. Студенти, проходячи практику, зобов'язані:

- до початку практики пройти інструктаж з охорони праці;
- до початку практики одержати від керівника практики студентів від кафедри направлення, методичні матеріали (методичні вказівки, програму, щоденник, індивідуальне завдання тощо) та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені робочою програмою практики та вказівками її керівників;
- дотримуватися правил охорони праці, техніки безпеки, безпеки життєдіяльності, виробничої санітарії та внутрішнього розпорядку бази практики;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- своєчасно виконати програму практики та подати звіт у повному обсязі керівнику практики студентів від кафедри.

5. Підведення підсумків практики, методи контролю та схема нарахування балів

Після завершення практики студенти звітують про виконання програми та індивідуального завдання.

Звіт про проходження практики – аналітична записка з висновками щодо результатів практики та побажаннями вдосконалення її організації та змісту.

Звіт має містити відомості про виконання студентом усіх розділів програми практики та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, список використаних джерел тощо.

Звіт надається в період першого тижня після закінчення практики для перевірки керівникові від навчального закладу. За підсумками проходження практики проводиться підсумкова конференція, на якій студенти у формі виступів та дискусії обмінюються своїми враженнями, отриманими знаннями, пропозиціями та побажаннями. На підсумкову конференцію запрошуються керівники практики від установ (бази практики), інші викладачі кафедри.

Для підбиття підсумків практики студент повинен надати керівникові практики такі ***звітні документи:***

Щоденник практики, де фіксується план роботи, результати виконаних завдань на кожен день практики;

Відзив (характеристика) керівника практики від установи, де безпосередньо проходила практика (має містити оцінку та зауваження);

Звіт про проходження практики – аналітична записка з висновками щодо результатів практики та побажаннями вдосконалення її організації та змісту.

Індивідуальне завдання для студентів, які проходять навчально-ознайомчу практику, – звіт-презентація за результатами розвідувального маркетингового дослідження.

Оцінка за проходження навчально-ознайомчої практики виставляється Оцінка за проходження виробничої практики виставляється на підставі звіту студента, його виступу на підсумковій конференції та характеристики, наданої керівником від бази практики.

Уся документація надається в період першого тижня після закінчення практики для перевірки керівникові від навчального закладу.

Поточний контроль проходження навчально-ознайомчої практики:

1) виступи на щотижневих зустрічах з керівником практики;
2) підготовка і виконання індивідуального завдання практики;
3) підготовка документації практики.

Сумарна оцінка за навчально-ознайомчу практику виставляється за такою схемою:

Поточний контроль та самостійна робота	Залік	Сума

Виступи на щотижневих зустрічах з керівником практики	Підготовка і виконання індивідуального завдання	Підготовка звітної документації	Разом	(виступ на підсумковій конференції)	
20	20	20	60	40	100

Критерії оцінювання практики

Оцінка «відмінно» (90 – 100 балів) виставляється студенту, який своєчасно виконав весь обсяг роботи, проявив самостійність, творчий підхід, високий рівень загальної та професійної культури.

Оцінка «добре» (70 – 89 балів) виставляється студенту, який повністю виконав програму практики, але не проявив ініціативу, потребу в професійному та творчому вдосконаленні, зростанні.

Оцінка «задовільно» (50 – 69 балів) виставляється студенту, який виповнив програму практики, але не показав глибоких теоретичних знань та вмінь використовувати їх на практиці, припускав помилки в плануванні роботи.

Оцінка «незадовільно» (менше 50 балів) виставляється студенту, який не виконав програму практики, виявив слабкі теоретичні знання та практичні вміння.

Підсумкова оцінка за результатами проходження практики може знижуватися за порушення термінів здачі звіту, за необґрунтовані пропуски або відмови від виконання завдань практики, за неохайне оформлення звітної документації. Результати атестації з навчально-ознайомчої та виробничої практик заносяться в екзаменаційні відомості, проставляються в залікових книжках студентів.

До критеріїв оцінювання результатів навчально-ознайомчої практики слід віднести:

1. Виконання практикантом повного обсягу завдань.
2. Відвідування практики.
3. Якість і своєчасність підготовки документів практики.
4. Самостійність, творчий підхід і рівень професійних знань у виконанні індивідуального дослідницького завдання практики.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ШІ:

1. Модель «ШІ як асистент».

Під час підготовки до виконання звіту, аналітичних оглядів та інших завдань дозволяється використання ШІ для: пошуку та систематизації інформації, добору та первинного аналізу

наукових джерел, пояснення складних понять, удосконалення структури тексту, перевірки граматики, стилю та оформлення, генерації ідей, плану роботи або прикладів.
Фінальний текст роботи, висновки, аналіз, інтерпретація результатів та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

3. Модель «ШІ як інструмент».
Для окремих оформлення звіту, а саме для аналізу та підготовки даних, генерації, аналізу й оптимізації програмного коду, створення візуалізацій, схем або зображень, аналізу великих масивів даних, проведення експериментів із застосуванням сучасних інструментів штучного інтелекту.
Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ШІ.
У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ.

Недеклароване використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИК

Сума балів за всі види діяльності протягом практики	**Оцінка для дворівневої шкали оцінювання**
90–100	зараховано
70–89	
50–69	
1–49	не зараховано

6. Рекомендована література

Основна література

1. Закон України «Про доступ до публічної інформації».
2. Литвин, А. П., & Яковенко, А. К. (2026). Соціологія: Навчальний посібник (2-ге вид., стереотип.). Львів: Новий Світ-2000.
3. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування: Підручник. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 342 с.
4. Піча, В. М. (Заг. ред.). (2026). Соціологія: Підручник (5-е вид., випр.). Львів: Новий Світ-2000.
5. Степаненко, В. (Заг. ред.). (2026). *Солідарні суспільні взаємодії в Україні в період війни та в повоєнній перспективі: соціологічний вимір*. Київ: Інститут соціології НАН України.
6. Українське студентство у пошуках ідентичності : монографія / за ред. В. Л. Арбєніної, Л. Г. Сокурянської. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 520 с.

7. Штомпка Пйотр. Соціологія. Аналіз суспільства. Львів: Колір ПРО, 2020. 800 с. Соціологія. Аналіз суспільства (ukma.edu.ua).
8. Abbas, Z., Adnan, A., & Abbas, S. (2023). The influence of political marketing mix on voting intention: The mediating roles of brand image, political cynicism, and brand engagement. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*. https://doi.org/10.61506/01.00420
9. Ihnatenko, O., Yesmakhanova, A., Sovershenna, I., & Petrovskyi, O. (2025). Current trends in the development of social marketing in Ukraine. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*, 4(1), 31-39. https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20250401.04
10. Luca, G.-E. (2024). The power of branding in politics. *SAECULUM*, 57(1), 145-156. https://doi.org/10.2478/saec-2024-0012
11. Priambodo, B. (2024). Political marketing towards the 2024 local elections in the frame of digital democracy. *Malikussaleh Social and Political Reviews*, 4(1). https://doi.org/10.29103/mspr.v4i1.10880
12. Pysarenko, N., & Sholudchenko, S. (2024). Political propaganda, populism and manipulation as technologies of political marketing: New trends in the age of digitalization. *Bulletin of the Academy of Labor, Social Relations and Tourism. Series: Economics, Psychology and Management,* (1(4)), 12-24. https://doi.org/10.54929/alsrt-economics-2024-01-04-01
13. Vasylyshyna, L., & Yahelska, K. (2024). Modeling the design of marketing research of the brands' social responsibility. Technology Audit and Production Reserves, (4(12)), 87-95. https://doi.org/10.15587/2706-5448.2024.307653
14. Vasylyshyna, L., Yahelska, K., Aldankova, H., & Liashuk, K. (2024). Development of marketing research technologies as the basis of a socially responsible marketing strategy. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, (6(12)), 46-55. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.312227
15. Voitovych, N. (2023). Evolution of political advertising in the communication space of Ukraine. *SJS – Scientific Journal of Sociology*, (2(6)), 89-95. https://doi.org/10.23939/sjs2023.02.089

Допоміжна література

1. Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг Опорний конспект лекцій – Харків, 2017 – https://cutt.ly/ceiZut
2. Бахрушин, В. Є. (2011). Методи аналізу даних. Запоріжжя: КПУ. URL: http://kist.ntu.edu.ua/textPhD/metDataManing.pdf
3. Богдан, О. В. (2015). Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених. К.: Дух і Літера. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7700/Bogdan_SocResearch.pdf?sequence=5&isAllowed=y
4. Відкритий посібник з відкритих даних (2018). [Online] Available at: http://socialdata.org.ua/manual2/
5. Вступ до фаху: соціологія : навч.-метод. посіб. для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань С «Соціальні науки, журналістика та інформація», спеціальність С 5 «Соціологія» [Електронне видання] / уклад.: О. О. Каретна. Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса : 2026. 113 с.
6. Горбачик, А. П., & Сальнікова, С. А. (2008). Аналіз даних соціологічних досліджень засобами SPSS: Навч. посіб. Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки.
7. Грицюк П.М., Остапчук О.П. Аналіз даних: Навчальний посібник.– Рівне: НУВГП, 2008. URI: http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/14727
8. Гуляєва .А.Г.Г.Швачич, В.В.Толстой, Л.М.Петречук, Ю.С.Іващенко, Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. –230 с.
9. Злобіна О. Особистість як суб'єкт соціальних змін. К. : Ін-т соціології НАН України, 2004. 400 с.
10. Кислова, О. М., & Кузіна, І. І. (2020). Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації. Харків : Вид-во ХНУ імені В. Н. Каразіна. URL:

http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/16069
11. Кордзая Н.Р. Основи інтернет–маркетингу. Частина 2 : навчальний посібник /Н.Р. Кордзая. – Херсон: Олді–плюс, 2018. – 164 с. https://oldiplus.ua/downloads/internet.pdf
12. Котлер Ф. Маркетинг 4.0 від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Їван Сетьяван – ВГ «КМБУКС», 2018. – 208 с.
13. Літовченко І., Піліпчук В. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К. Центр учбов. літер., 2017 – 186 с.
14. Мак-кі Р. Сторіноміка маркетинг у пострекламну епоху / Роберт Мак-кі –Vivat, 2019 – 270 с.
15. Маркетинг (І. Навчальний посібник. ІІ. Збірник вправ) / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай; Держ. ун-т «Львів. політехніка». Ін-т підвищ. кваліфікації та перепідгот. кадрів. — Л., 1999. — 243 с.
16. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. — Львів: Магнолія 2006, 2012. — 456 с.
17. Маркетинг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай ; за ред. Л. А. Мороз ; М-во освіти і науки України. — 4-те вид., без змін. — Л. : Інтелект-Захід, 2009. — 244 с.
18. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін: Ред.-упоряд. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. 2-е вид. — К.: Навчально-видавничий центр «Консоріцум із удосконалення менеджемнт-освіти в Україні», 2008. — 64
19. Маркетинг: Ситуаційні вправи / За ред . Н. Головкіної. — К.: Студцентр, 2002. — 192 с.
20. Маркетингова інформація: підручник / Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега, І. О. Дейнега та ін. ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. — 412, [4]
21. Марченко А.М. Аналіз фотографічних зображень у соціології: можливості та обмеження // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. – Випуск 17. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна. – 2011.
22. Математико-статистичні методи в соціології: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Г. І. Білущак, І. В. Когут; Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Львів: Сорока Т. Б., 2016. — 111 с.
23. Організація діяльності соціологічних служб: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Л. В. Калашнікова ; Чорномор. держ. ун-т ім. Петра Могили. — Миколаїв: ЧДУ ім. П. Могили, 2016. — 191 с. : табл. — Бібліогр.: с. 143—150
24. Основи соціології: підручник / Є. Б. Тихомирова. — Рівне: Перспектива, 2007. — 333 с.
25. Паніна, Н. В. (2007). Технологія соціологічного дослідження: курс лекцій / 2-е видання, доповнене. Київ.
26. Паніотто, В.І., Максименко, В.С., & Харченко, Н.М. (2004). Статистичний аналіз соціологічних даних. К.: Вид. дім «КМ Академія».
27. Панченко, Л. Ф. (2019). Грамотність у галузі даних: визначення, підходи, напрями формування. Вісник НТУУ" КПІ" Політологія. Соціологія. Право. № 3 (43). С. 118-126.
28. Паянок, Т. М., & Задорожня, Т. М. Статистичний аналіз даних: навчальний посібник. Ірпінь : Університет державної фіскальної служби України. 2020. URL: http://ir.nusta.edu.ua/handle/123456789/4900
29. Пинчук Н. С. та ін. Інформаційні системи і технології в маркетингу. — К.: КНЕУ, 1999.
30. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.посіб – Дніпро:Видавець ., 2019 - 240 с.
31. Попова І.М. Соціологія. Пропедевтичний курс: Підручник для студентів вищих навчальний закладів. – Київ: Тандем.-1996. – 271 с.
32. Промисловий маркетинг: Підруч. для студ. екон. спец. / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай; Нац. ун-т «Львів. політехніка». — 2-е вид. — Л., 2004. — 471 с.
33. Робінс С., Де Ченцо Д. Основи менеджменту / Пер. з англ. А. Олійник та ін. — К.: Основи, 2002. — 671 с.
34. Ручка А., Л.Скокова. Флоріан Знанецький // Теоретики світової соціології: життя та творчий спадок (Путівник портретною галереєю Інституту соціології НАН України) ; за ред. Акад. НАН

України, проф., д.е.н. В.Ворони. К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. – С. 121-129.
35. Сальнікова Світлана. Вибірка у соціологічному дослідженні : підручник / Світлана Анатоліївна Сальнікова. – Луцьк, Вежа-Друк, 2021. – 252 с.
36. Саріогло, В. Г. (2016). Великі дані як джерело інформації та інструментарій для офіційної статистики: потенціал, проблеми, перспективи. Статистика України. № 4. С.12-19.
37. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними/ Адель Світвуд – Наш формат, 2019. – 152 с.
38. Скокова Л. Культуральна соціологія: в пошуках смислів соціального життя // Смислова морфологія соціуму / За ред Н.Костенко. Київ: Інститут соціології НАН України, 2012. С. 59-88.
39. Смарт Р. Agile-маркетинг/ Роланд Смарт – Клуб Сімейного Дозвілля, 2019 – 275 с.
40. Соціологія політики: Підручник: у 2-ч частинах. / За ред. В.А. Полторака, О.В. Петрова, А.В. Толстоухова. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2011. – У двох частинах.
41. Соціологія: Підручник. 5-те вид., стереотипне / За ред. В.М. Пічі. 2023 р. 296 с.
42. Соціологія у визначеннях, таблицях, схемах, завданнях. Навчальний посібник. – Київ: Видавничий дім «Кондор», 2023. 268 с.
43. Соціологія: підручник / М. П. Козирєв ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. — Львів: Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2016. — 655 с..
44. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, Н. С. Косар ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». — 2-ге вид. — Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2012. — 256 с.
45. Торгівля, маркетинг, реклама: термінол. словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, І. М. Комарницький ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2011. — 312 с.
46. Шевченко Л. С. Стратегічний бізнес-консалтинг : навч. посіб. / Л. С. Шевченко. – Харків : Право, 2019. – 302 с.
47. Якісні дослідження в соціологічних практиках: Навчальний посібник/ За ред. Н.Костенко, Л. Скокової.- Київ: Інститут соціології НАНУ, 2009. - 400 с.
48. Giddens, Anthony. Sociology (5th ed.). Cambridge: Polity Press. 2006.
49. Mills, C. Wright. The Sociological Imagination 1959.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Кодекс законів про працю України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text
2. Закон України «Про вищу освіту». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 07 червня 1999 року № 992 «Про затвердження Порядку надання робочих місць для проходження учнями, слухачами професійно-технічних навчальних закладів виробничого навчання та виробничої практики». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/992-99-%D0%BF#Text
4. Наказ Міністерства освіти України від 08 квітня 1993 року № 93 «Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93#Text
5. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України. Затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 08.04.93 № 93 / Офіційний сайт Верховної Ради України. Законодавство. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93
6. Офіційний сайт Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. URL: https://karazin.ua/
7. Офіційний сайт ННІ соціології та медіакомунікацій Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. URL: http://socio.karazin.ua/

8. Положення про організацію освітнього процесу в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна, затвердженого рішенням Вченої ради університету від 28.12.2020 р., протокол № 19, та введеним в дію наказом № 0202-1/104 від 15.03.2021 року.
9. Про особливості організації освітнього процесу в умовах воєнного стану. URL: https://karazin.ua/storage/documents/564_OsQl1Fh9nh8sZQW86mYz8PUqx.pdf
10. http://www.i-soc.kiev.ua – сайт Інституту соціології НАН України
11. http://www.idss.org.ua – сайт Інституту демографії і соціальних досліджень НАН України
12. Сайт Української асоціації маркетингу URL: http://www.uam.in.ua

Використання інструментів штучного інтелекту при виконанні письмових завдань

Під час виконання письмових індивідуальних завдань, студенти можуть використовувати інструменти штучного інтелекту виключно як допоміжний ресурс для пошуку джерел, уточнення термінології, структурування тексту чи формулювання ідей, проте відповідальність за зміст, оригінальність та академічну доброчесність покладається виключно на автора роботи. Використання ШІ ***не може підміняти аналітичну роботу студента, критичне мислення, самостійні висновки та рефлексію****. Не дозволяється подавати як власний повністю або частково згенерований текст без його редагування, осмислення і без чітких достовірних та працюючих (у разі гіперпосилань) посилань на використані джерела інформації. У разі виявлення змісту, створеного виключно за допомогою ШІ без належного доопрацювання, робота може бути не зарахована або повернута на доопрацювання з відповідними коментарями викладача.*