

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

**ПРОГРАМА**  
атестаційного екзамену  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
Спеціальності 054 «Соціологія»  
Освітньо–професійної програми «Соціальні комунікації, реклама та PR»  
заочної форми навчання  
  
з дисципліни "Теорія, історія, методологія та методи соціології"

Затверджено на засіданні  
науково-методичної комісії  
соціологічного факультету  
протокол № 8 від 13 квітня 2021 р.  
Голова науково-методичної комісії  
соціологічного факультету



Юлія СОРОКА

Програма складається з питань за базовими дисциплінами, які вивчалися протягом чотирьох років навчання, а також рекомендованої літератури. Програма атестаційного екзамену є нормативним документом для контролю знань випускників, які претендують на отримання диплому освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

## **Соціологія: основи теорії**

Соціологія в системі соціального знання. Дискусії про предмет соціології, місце і роль теоретичної соціології в її предметному полі. Соціологічне знання: структура, рівні. Функціональне призначення і суспільна роль соціології. Роль та місце соціології у структурі гуманітарного знання. Соціологія як покликання і як професія. Сучасні вимоги до наукової методології і розвиток соціології. Можливості публічної соціології. Актуальність соціологічного знання. Соціологічна проблема. Виклики сучасного суспільства. Ризики сучасного суспільства: поняття, ідентифікація.

Поняття культури та проблеми її дослідження в соціології. Структура та рівні культури в соціологічному знанні. Компоненти культури. Різновиди культури. Шляхи впливу культури на соціальне життя індивідів і спільнот. Культурні особливості різних типів суспільств.

Соціологічний погляд на особистість. Особистість в системі соціальних зв'язків. Погляд на особистість: соціологічний аспект. Структура особистості. Чинники, що впливають на формування особистості. Соціальна адаптація. Соціальні типи особистості. Соціальні статуси та ролі. Соціалізація: поняття. Основні теорії соціалізації.

Соціологічна інтерпретація соціальних груп. Поняття популяції, статистичної групи, соціологічної категорії, соціальної категорії, соціальної групи, соціальної організації та критерії їх виділення. Різновиди соціальних груп, об'єктивні та суб'єктивні критерії їх класифікації. Синтетична типологія соціальних груп.

Поняття «соціальна організація». Основні підходи до виділення соціально-історичних типів організації соціального життя. Соціологічний підхід до бюрократичної організації. Ефективність соціальних організацій. Моделі соціальних організацій.

Соціальний інститут: поняття, основні підходи. Функції соціальних інститутів. Видове розмаїття соціальних інститутів. Розвиток соціальних інститутів. Атрибути соціальних інститутів. Інституціоналізація. Інституціональні системи (матриці). Інституціональна матриця: сутність, типи, основні властивості. Базові соціальні інститути сучасного суспільства. Тенденції у вивченні соціальних інститутів. Соціальні механізми функціонування медіаінститутів.

Рівність і нерівність як проблема теоретичної соціології. Теорії соціальної нерівності. Нові соціальні нерівності та особливості їх соціологічної діагностики. Концепція соціальної нерівності за критерієм наявності соціальних ресурсів або капіталів різного об'єму. Дихотомічна та ієрархічна модель пояснення нерівності.

Поняття соціальної структури. Основні елементи соціальної структури (клас, соціальна група, соціальний прошарок, соціальна спільнота). Соціальна стратифікація в соціологічному знанні. Базові поняття теорії стратифікації. Сутність і функції соціальної стратифікації. Системні характеристики стратифікації. Структуралістський і функціоналістський підходи до соціальної стратифікації. Типи стратифікаційних систем. К. Девіс і У. Мур про стратифікацію. Класи і соціальні прошарки в соціологічній теорії: американська і європейська традиції.

Соціальна мобільність: поняття, види, канали. Соціальна спільнота як предмет соціологічного аналізу. Теорія мобільності П. Сорокіна та її розвиток в сучасній теоретичній соціології. Вища школа як канал соціальної мобільності. Роль інституту сім'ї в соціальній мобільності (порівняльний аналіз індустріального і постіндустріального суспільств). Соціальна мобільність і маргінальність. Особливості соціальної мобільності за Дж. Уррі.

Поняття сучасності та постсучасності. Сучасна індивідуальність та атомізація суспільства. Критика сучасності. Післясучасність. Феномен постіндустріального суспільства. Соціологічна концепція «суспільства ризику»: еволюція, типологія та ознаки ризиків. Структура ризиків. Суб'єктивний ризик та його формування. Ризики сучасної цивілізації.

Феномен суспільства знання. Місце і роль освіти у суспільстві знання. Співвідношення концептів суспільства знань та інформаційного суспільства. Феномен інформаційного суспільства. Інформаційний капіталізм М. Кастельса. Управління інформацією, рефлексія, відстеження та маніпулятивні технології, концепція публічної сфери (Е. Гідденс та Ю. Габермас). Питання існування інформаційного суспільства.

Влада у призмі соціологічного знання. Реляціоністський, структурно - функціональний та системний підходи до визначення феномену влади. Проблема влади та лідерства. Легітимне панування М. Вебера. Ресурси, функції та форми влади. Проблема влади у сучасному соціологічному знанні. Концепція символічної влади П'єра Бурд'є. Роль соціології в забезпеченні прозорості влади та її комунікацій з суспільством. Громадський контроль за діяльністю владних інститутів. Соціологічне знання в механізмі взаємодії суспільства та влади в сучасній Україні. Основні підходи до розуміння терміну «еліта». Поняття «еліти» в соціології. Теорії еліт. Ч. Райт Міллс та В. Парето про еліти. Маси у соціологічному розумінні. Х. Ортега-і- Гасет про взаємовідносини маси та еліти. Проблема «повстання мас» або «повстання еліт». Криза середнього класу: нові еліти.

Основні підходи до проблеми соціального розвитку та прогресу. Соціальні зміни. Соціальні процеси та соціальний розвиток. Травма соціальних змін. Рівні культурної травми. Можливості переборювання соціальної травми. Поняття соціальної революції. Хід революції. Основні теорії та моделі соціальних революцій. Проблеми соціологічного дослідження сучасних соціальних революцій.

Глобальна спільнота як об'єкт соціологічного вивчення. Глобалізація як явище сучасності. Багатомірність поняття «глобалізація» в соціології. Теорії глобалізації: їх сутність, еволюція, класифікація. Образи глобального порядку або чотири картини глобалізації (за П. Штомпкою). Глобалізація і соціальна нерівність у соціологічному вимірі. Соціокультурні наслідки глобалізації. Соціальний рух глобалістів та антиглобалістів у соціологічному вимірі.

Роль та місце соціології у сучасному суспільстві: світовий та український контекст. Основні напрямки розвитку української соціології у XXI ст. Нові соціальні нерівності у сучасному українському суспільстві. Військовий конфлікт та спроби його соціологічної рефлексії. Проблема імплементації європейських цінностей в українське суспільство.

Соціологія перед викликами постмодерністського проєкта. Предмет соціологічної теорії постмодерна. Критика постмодерністського підходу. Мораль постмодерністського суспільства (за З.Бауманом). Відмінності ключових понять соціології модерна і постмодерна. Мода на соціологію і всередині неї. Сучасний стан і тенденції розвитку соціології. Місія соціології в сучасному світі. Особливості теоретизування про соціальний світ в умовах постмодерного проєкту.

## **Статистика в соціології**

Основні статистичні поняття та їх роль у формуванні методології соціальної статистики. Джерела та способи одержання статистичних даних. Статистичне спостереження: форми організації, вимоги до його проведення. Зведення та групування статистичних даних. Статистичний аналіз. Статистичний прогноз. Форми виразу статистичних показників в соціальній статистиці: абсолютні величини, відносні величини, середні величини.

Застосування окремих статистичних методів у соціальній статистиці. Методи класифікації та групування в соціальній статистиці. Метод середніх величин. Ряди розподілу. Аналіз варіації в соціальній статистиці. Статистичний аналіз динаміки соціальних явищ і процесів: аналіз динамічних рядів та індексний метод. Графічні методи в соціальній статистиці. Особливості вивчення зв'язків соціальних явищ (процесів). Організація соціальної статистики, її форми, досвід різних країн світу. Організація статистики в Україні.

Населення як статистична сукупність. Завдання статистики населення. Статистичне визначення кількості, природного, механічного (міграційного) та соціального руху населення. Перспективна чисельність населення.

Статистичне вивчення сімей та домогосподарств. Поняття «домогосподарство» в статистичній практиці. Типологія сімей та домогосподарств у статистиці. Основні показники статистики домогосподарств.

Основні напрямки, методи аналізу статистичних даних про склад населення. Переписи населення як джерело вивчення динаміки його соціального складу. Методи вивчення динаміки соціального складу населення. Роль статистичної інформації про рух і соціальний склад населення в практичній роботі соціологічних та соціальних служб.

Основні напрямки статистичного аналізу узгодження соціальних, економічних та демографічних процесів на рівні країни, міста (регіону).

Завдання статистики зайнятості і безробіття. Показники статистики зайнятості, їх значення та використання в статистичному та соціологічному вивченні проблем зайнятості.

Безробіття як соціально-економічне явище. Статистичний аналіз безробіття: показники, напрямки статистичного аналізу, джерела статистичної інформації. Рівень безробіття за методологією МОП. Статистичний портрет безробітного.

Сучасний стан і тенденції зайнятості в Україні у статистичному вимірі.

Соціальне значення та завдання статистичного вивчення рівня життя населення. Поняття «рівень життя» та його межі в статистичній практиці. Система показників статистики рівня життя. Фактори, які впливають на рівень життя. Поняття «бідність». Види бідності. Статистичні методи визначення рівня бідності. Прожитковий мінімум. Розрахунки порогу бідності. Мінімальний споживчий бюджет. Коефіцієнт (рівень) бідності. Зони бідності. Соціальний портрет бідності. Досвід встановлення стандартів бідності в різних країнах. Малозабезпечені групи населення. Індекси людської бідності. Дослідження сімейних бюджетів як джерело статистичної інформації про рівень життя населення.

Доходи населення та їх статистичне вивчення. Види доходів. Показники, які характеризують доходи населення. Показники диференціації доходів. Дефіцит доходу. Соціальні проблеми, пов'язані з диференціацією доходів населення. Завдання та система показників статистики споживання населенням матеріальних благ та послуг. Децільні коефіцієнти диференціації споживання. Коефіцієнти еластичності споживання. Вибіркові обстеження бюджетів домогосподарств. Джерела статистичної інформації про доходи населення і споживання матеріальних благ та послуг.

## **Соціологія реклами та PR**

Реклама як соціальний інститут сучасного суспільства. Споживча поведінка як предмет соціологічного аналізу. Соціальний вплив у рекламі. Економіка та соціологія довіри.

Соціологія реклами як вивчення взаємодії соціального інституту реклами та суспільства. Об'єкт, предмет та завдання соціології реклами. Діади та тріади Г. Зіммеля як моделі взаємовідносин елементів реклами. Соціологія реклами як основа сучасної підприємницької діяльності. Властивості та носії економічної культури. Види влади, що використовуються рекламою. Соціологія повсякденності та соціологія реклами.

Основні теоретичні підходи до вивчення споживацької поведінки. Стратегія демонстративного споживання Т. Веблена. Ефект Веблена. Споживання як значущий чинник соціальної диференціації в концепції М. Вебера. Поняття «стиль життя» та «смак» в теорії П. Бурдьє. Знакова сутність споживання в теорії Ж. Бодрійяра. «Міфологія реклами» Р. Барта.

Визначення культури споживання. Елементи, механізми та функції культури споживання. Вплив реклами на споживацьку поведінку. Прямий та непрямий способи процесу переконання. Риси споживача, що мають значення при розробці рекламної стратегії.

Сутність та особливості соціального впливу. Реляціоністські (Дж. Френч, Б. Рейвен) та системні (Т. Парсонс, Н. Луман) концепції соціального впливу. Соціальний вплив в рамках концепції управління споживацькою поведінкою. Рівні психологічного впливу в рекламі. Принципи соціального впливу (Л. Фестінгер, С. Ньюкомб). Принцип послідовності в рекламних комунікаціях та його роль в управлінні людьми. Принципи соціального доказу, дефіциту, вплив авторитету. Етапи процесу переконання. Механізми соціального впливу в рекламі. Стереотипізація. Соціальний міф. Створення іміджу.

Поведінка споживачів як прикладна дисципліна в системі соціологічного знання. Визначення поняття споживання. Етапи процесу споживання. Модерністський та постмодерністський світогляд в сфері поведінки споживачів. Культура як фактор споживацької поведінки. Структура поняття культура.

Соціальний простір споживачів. Соціальний статус та соціальна роль споживачів.. Типологія груп споживачів. Типи соціальної влади згідно з концепцією З. Баумана.

Економіка довіри. Теорії А. Сміта, А. Маршала, Дж. Кейнса. Представники інституціональної економіки: Д. Коулз, Д. Норт, О. Уільямсон. Проблема довіри в роботі М. Грановеттера «Соціальна дія і соціальна структура. Проблема включеності». Моделі формування довіри. Радіус довіри. Національні культури довіри. Довіра та відчуження: аспекти соціальної концепції Г. Зіммеля.

## Сучасні соціологічні теорії

Структурні елементи теорії. Уявлення про соціальну дію в соціології Т. Парсонса. Теорія структурації Е. Гідденса: поняття структури.

Г. Гарфінкель: етнометодологія як модель опису та пояснення суспільних процесів та явищ. Типи і рівні соціологічного теоретизування.

П. Бергер та Т. Лукман: конструювання соціальної реальності. Системна теорія суспільства Н. Лумана. Соціологія символічних форм П. Бурдьє.

“Драматургічний підхід” Е. Гоффмана. Основні поняття та принципи феноменологічної соціології А. Шюца. Мультипарадигмалізм і проблема мікро- та макросинтезу в соціологічній теорії. Концепція соціального обміну Дж. Хоманса. Теорія інтегративного обміну П. Блау. Теорія комунікативної дії Ю. Хабермаса. Діалектична теорія конфлікту Р. Дарендорфа. Конфліктологічний підхід Л. Козера. Теорія соціальної системи Т. Парсонса, характеристика її основних проблем. Р. Мертон про соціальну структуру та теорії середнього рівня.

### **Методи та методологія досліджень медіакомунікацій**

Загальнонаукові теоретичні методи дослідження: сходження від абстрактного до конкретного; формалізація, гіпотезо-дедуктивний метод; класифікація, типологія. Загальнонаукові емпіричні методи дослідження: спостереження, експеримент, порівняння, опис, вимірювання.

Кількісні та якісні методи дослідження медіакомунікацій (кількісна та якісна методологія): загальні принципи.

Етапи проведення емпіричних досліджень: підготовчий, основний, звітний. Вибірка в кількісних та якісних емпіричних дослідженнях медіакомунікацій.

Спостереження як метод збору первинної інформації: сутність, різновиди, інструментарій спостереження, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Медіаметричні дослідження аудиторії: сутність, інструментарій, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Веб-аналітичні дослідження медіакомунікацій: сутність, інструментарій, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Експеримент в дослідженні медіакомунікацій: сутність, інструментарій, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Фокусоване групове інтерв'ю як метод збору первинної інформації: сутність, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Експертне опитування в дослідженні медіакомунікацій: сутність, різновиди, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Контент-аналіз: сутність, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Дискурс-аналіз у дослідженні медіакомунікацій сутність, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Семіотичний аналіз у дослідженні медіакомунікацій сутність, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

Наративний аналіз у дослідженні медіакомунікацій сутність, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

### **Соціологія масових комунікацій**

Особливості соціологічного підходу до вивчення масової комунікації. Масова комунікація: зміст соціологічного поняття. Роль масової комунікації у

сучасному інформаційно-комунікативному суспільстві. Роль масової комунікації у глобалізаційних процесах сучасного суспільства. Роль масової комунікації у створенні картини світу сучасної людини (соціальні норми, цінності, соціальні уявлення тощо). Маса, публіка, аудиторія у випадку масової комунікації. Особливості сучасних масових комунікацій (друге десятиліття XIX ст.).

Масова комунікація як соціальний інститут. Соціальні функції масової комунікації. Поняття ефекту масової комунікації в соціології. Види ефектів масової комунікації. Парадигми «сильних» та «обмежених» ефектів масової комунікації (в історії її соціологічного дослідження). Роль стереотипів у масовій комунікації. Системно-структурні уявлення про масову комунікацію. Теорія культивування щодо масової комунікації. Ідеологія та масова комунікація. Масова комунікація та постмодернізм. Роль масової комунікації у формуванні громадської думки. Теорія «встановлення порядку денного» засобами масової комунікації (agenda setting theory) та конструювання соціальних проблем.

Методологічна дилема «якісне-кількісне» в емпіричних дослідженнях масової комунікації. Особливості, цілі і основні методи соціологічних досліджень аудиторії ЗМК. Особливості, цілі і основні методи медіаметричних досліджень аудиторії ЗМК. Масова комунікація як процес трансляції символічних значень (знаки, символи, коди у масовій комунікації). Контент-аналіз як кількісно-якісний соціологічний метод аналізу текстів масової комунікації. Дискурс-аналіз як якісний метод аналізу текстів масової комунікації. Новини як жанр масової комунікації. Соціологічний аналіз новин: методи та практики. Ракурси дослідження кіно в соціології: кіно як ЗМК, як соціальний інститут, як текст. Кіно як об'єкт та інструмент дослідження в соціології. Роль реклами у сучасній масовій комунікації.

## **Методи збору соціологічної інформації**

Типологія методів і технік збору даних: різновиди опитування, спостереження, аналізу документів. Вибір стратегії дослідження: методологія якісного та кількісного дослідження. Вибір дослідницького дизайну: особливості експериментів, кейс-стаді, крос-секційних, лонгитюдних та порівняльних досліджень. Вплив на вибір методів збору даних критеріїв якості соціологічної інформації: надійності та валідності. Типи валідності: конструктна, внутрішня, зовнішня, екологічна.

Поняття вимірювання в соціології. Методологічні основи кількісних емпіричних досліджень. Вимірювальні процедури в емпіричному дослідженні. Основні поняття: ознака-змінна, індикатор, шкала, спостережувані і латентні змінні. Репрезентаційна теорія вимірювання. Рівні виміру. Значення їх виділення для соціолога. Основні типології шкал. Шкалювання. Операціоналізація ознак.

Опитування і його різновиди. Загальна характеристика опитувального методу, види одержуваної в опитуваннях інформації. Класифікація опитувальних методів за змістом, організацією, місцем проведення, рівнем компетентності



респондентів, стандартизації інструментарію. Опитування у форматі кейс-стаді, суцільні і вибірккові опитування, масові опитування. Різниця технік проведення опитування: інтерв'ю та анкетні опитування.

Особливості методу інтерв'ю, переваги і недоліки методу інтерв'ю. Різновиди інтерв'ю: стандартизоване і полустандартизоване, фокусоване, відкрите, наративне. Особливості проведення інтерв'ю за місцем проживання, вуличних опитувань, телефонних інтерв'ю. Особливості роботи інтерв'юера, «ефект інтерв'юера». Вимоги до інтерв'юера.

Особливості анкетних опитувань, переваги та недоліки методу. Різновиди анкетування: очні та заочні анкетні опитування. Особливості проведення поштових опитувань, пресових опитувань, онлайн-опитувань. Тема 6. Види і формати питань стандартизованого опитування

Поняття інструментарію опитування. Питання-індикатори. Відкриті, закриті та напівзакриті питання. Характеристика та особливості застосування питань різного формату: прямі і непрямі, особисті та безособові, проєктивні, сенситивні. Прийоми стимулювання ширості респондентів в сенситивних питаннях. Особливості використання питань різного призначення: контрольні питання та питання-пастки, питання-фільтри та ін. Табличні питання.

Вимоги до складання стандартизованого опитувальника. Відмінності анкет від бланків інтерв'ю. Особливості кодування питань. Структура опитувальника: вступна частина і звернення до респондента, інструкція для респондента, соціально-демографічний блок (паспортичка), тематичні блоки, заключна частина. Правила композиції опитувальника: прості і складні питання, загальні і окремі питання, "ефект луни". Організація простору опитувального листа, вимоги до дизайну анкет. Особливості онлайн-форм. Етапи роботи над опитувальником: етап штурму та етап облоги. Структура команди польового дослідження.

Метод фокус-груп в соціології. Теоретико-методологічні засади методу, межі застосування. Етапи організації фокусованого групового інтерв'ю. Визначення статусу та мети отриманих даних. Визначення кількості та чисельності фокус-груп. Процедура відбору респондентів. Формування інструментарію: скрінінг-анкета та гайд. Вимоги до гайду, головні помилки формування гайду. Вимоги до модератора.

Метод контент-аналізу. Поняття документу в соціології. Види документів. Забезпечення достовірності документальної інформації. Види аналізу документів. Якісний та кількісний аналіз документів. Особливості проведення контент-аналізу. Особливості контент-аналізу даних ЗМІ. Контент-аналіз даних Інтернет. Процедура контент-аналізу. Формування інструментарію: визначення категорій аналізу, одиниць аналізу та одиниць рахунку. Представлення результатів даних контент-аналізу.

Метод спостереження. Види спостереження: якісне та кількісне (нестандартизоване та стандартизоване спостереження). Процедура та етапи включеного нестандартизованого спостереження. Види дослідницьких нотаток.

Метод експерименту в суспільних науках. Види експериментів, експериментальні плани: паралельний та послідовний експерименти. Процедури формування контрольної та експериментальної групи: попарного, частотного вирівнювання, рандомізація.

Метод соціометрії. Межі застосування методу соціометрії. Поняття малої групи. Математичні методи вимірювання соціально- психологічних стосунків у групі. Етапи соціометричного опитування, принципіальні відмінності від соціологічного опитування.

### **Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації**

Поняття «соціологічна інформація», її різновиди. Соціологічна інформація та емпіричні дані. Види соціологічної інформації: за критерієм первинності/вторинності; за критерієм виду досліджуваних даних. Банки соціологічної інформації як джерело соціологічних даних. Процедури обробки та аналізу даних у соціологічній практиці: поняття, місце і роль у соціологічному дослідженні. Методологічні принципи аналізу соціологічних даних.

Мета застосування математичних методів в соціології: опис, пояснення та прогнозування соціальних процесів і явищ. Основні напрямки використання математичних методів в соціології. Специфіка та труднощі застосування математики в соціології. Логіка та основні етапи аналізу соціологічних даних. Статистичні методи аналізу даних та задачі, що розв'язуються з їх застосуванням. Якісні та кількісні методи аналізу даних.

Вимірювання. Поняття шкали вимірювання. Номінальні шкали, порядкові шкали, інтервальні шкали, шкали відношень: припустимі перетворення, припустимі арифметичні операції, властивості, приклади.

З чого починається обробка даних соціологічного дослідження? Планування обробки даних соціологічного дослідження: 1) вибір комп'ютерної програми; 2) визначення методів аналізу даних. Етапи обробки даних соціологічного дослідження.

Огляд різноманітних програм обробки кількісних та текстових даних, можливості обробки фото, аудіо, відео, мультимедіа та інших даних. Інтелектуальні технології аналізу даних.

Представлення даних у комп'ютері й особливості представлення соціологічної інформації. Матриця «об'єкт – ознака» та її роль у соціології. Приклади

емпіричних даних, що представлені у вигляді матриці «об'єкт – ознака». Інші види соціологічних даних. Приклади.

ОСА – пакет для обробки соціологічних анкет, його переваги й недоліки. Правила введення даних у пакеті ОСА: паспорт масиву анкет; масив анкет. Файли, у яких зберігаються дані емпіричного дослідження. Створення паспорту масиву анкет. Особливості опису ознак, вимірюваних за допомогою різних шкал: метричних, порядкових, номінальних, номінальних із сумісними альтернативами. Редагування паспорту масиву анкет. Введення даних у пакеті ОСА та створення файлу, що містить масив анкет. Редагування масиву анкет у пакеті ОСА.

Представлення даних в пакеті SPSS. Способи введення даних у пакеті SPSS та створення файлу, що містить масив анкет: 1) створення масиву анкет за допомогою спеціального модуля Data Entry; 2) введення даних в редакторі даних SPSS; імпорт даних з ОСА в SPSS.

Поняття фільтра. Призначення фільтра. Необхідність побудови фільтрів при аналізі емпіричних даних. Теоретична типологізація та її перевірка при аналізі емпіричних даних. Правила побудови фільтрів у пакеті ОСА. Приклади. Особливості побудови фільтрів для номінальних шкал із сумісними альтернативами. Приклади. Правила побудови фільтрів у пакеті SPSS.

Візуалізація соціологічних даних: сутність, функції, різновиди, методи візуалізації, приклади візуалізації. Візуалізація ілюстративна та когнітивна, інфографіка. Методи візуалізації одновимірних розподілів. Приклади. Методи візуалізації двовимірних розподілів. Приклади. Культура оформлення та презентації візуалізованих даних. Вимоги до оформлення та презентації візуалізованих даних

Сутність статистичного виводу і статистичного висновку. Процедури статистичного висновку. Особливості точкового та інтервального оцінювання. Довірчий інтервал та його застосування у соціологічній практиці. Різновиди статистичного виводу: статистичне оцінювання та статистична перевірка гіпотез.

Призначення методів статистичного оцінювання. Умови для проведення статистичного оцінювання. Види статистичного оцінювання: точкове оцінювання; інтервальні оцінювання. Підґрунтя статистичного оцінювання та перевірки гіпотез: 1. Центральна гранична теорема; 2. Вибірковий розподіл даних. Сутність понять «статистика», та «параметр», «ймовірність». Довірчий інтервал: сутність, розрахунок. Приклади застосування довірчих інтервалів в соціологічному дослідженні.

Сутність факторного аналізу. Головна ідея методів факторного аналізу даних. Задачі, що розв'язуються із застосуванням факторного аналізу. Основні поняття факторного аналізу: фактор, факторне навантаження, факторне значення, загальність та специфічність. Вимоги до даних для факторного аналізу. Інтерпретація факторних навантажень. Оцінювання загальності. Методи

факторного аналізу: головних компонентів, головних факторів, максимальної правдоподібності. Методи обертання факторних рішень: варімакс, кватрімакс, облімін.

Кластерний аналіз. Загальна ідея автоматичної класифікації та групування об'єктів. Застосування кластерного аналізу для побудови типологій об'єктів та для вивчення взаємозв'язку між ознаками. Відбирання ознак для проведення кластерного аналізу. Вибір відстані. Аксиоми метрики. Приклади метрик для ознак у номінальних, порядкових та метричних шкалах. Інтерпретація та оцінка надійності результатів кластерного аналізу.

### **Аналіз та презентація даних соціологічних та маркетингових досліджень**

Аналіз даних соціологічних та маркетингових досліджень як процес рішення соціологічних та маркетингових задач на основі аналізу математичної моделі. Ряди одномірного розподілу. Основні види представлення рядів розподілу.

Побудова угруповань та порівняльний аналіз як основа описових технологій аналізу даних. Способи побудови індексів та аналіз даних на основі індексів. Візуалізація отриманих даних.

Математичні моделі для пояснювальних технологій аналізу даних. Структурування даних на основі кореляційного аналізу. Аналіз взаємозв'язків на основі фрагментації двовимірних таблиць. Інтерпретація кореляційного відношення. Представлення кореляційних зв'язків за допомогою кореляційного графа.

Типологічний аналіз в соціологічних та маркетингових дослідженнях. Теоретична та емпірична типології. Основні поняття типологічного аналізу. Побудова емпіричних типологій в маркетингових та соціологічних дослідженнях. Основні підходи до пошуку типотворюючих ознак.

### **Методологія та організація соціологічного дослідження**

Методологія й види соціологічного дослідження. Методологія, теорія й методи. Їхня роль у соціологічному дослідженні. Теоретико-прикладні й прикладні дослідження в соціології. □ Особливості розвідувального, описового й аналітичного дослідження. Повторні дослідження і їхні різновиди. □ Порівняльні дослідження в соціології.

Програма соціологічного дослідження. Методологічний розділ програми соціологічного дослідження. Проблемна ситуація соціологічного дослідження. Об'єкт і предмет соціологічного дослідження. Мета й завдання соціологічного дослідження.

Інтерпретація понять. Емпірична інтерпретація основних понять соціологічного дослідження.

Операціональне визначення основних понять соціологічного дослідження. Роль гіпотези в соціологічному дослідженні. Основні види гіпотез у соціологічному дослідженні. Вимоги до гіпотез у соціологічних дослідженнях.

Особливості виміру соціальних процесів. Фактори, що визначають точність і правильність виміру різних шкал. Стійкість шкали виміру, методи підвищення стійкості. Надійність інструментарію виміру соціальних процесів. Валидність інструментарію соціологічних досліджень і способи її підвищення.

Методи шкалування. Проста номінальна шкала і її можливості у вимірі соціальних процесів. Використання порядкових шкал у соціологічних дослідженнях. Їхньої можливості у вимірі соціальних процесів. □ Метричні шкали, їхні переваги й недоліки.

Вибірковий метод і проведення соціологічного дослідження. Процедури побудови вибірки. □ Генеральна й вибірка сукупність. Параметри й статистики. Основа вибірки, одиниці відбору, одиниці спостереження й об'єкти репрезентації відбору в соціологічному дослідженні. Прості схеми імовірнісного відбору. Імовірнісний і систематичний відбір. Різновиду й можливості методів стихійного відбору. □ Складні схеми формування вибіркової сукупності. Багатоступінчаста вибірка. Особливості використання вибіркового методу. Достойнства й недоліки основних методів формування вибіркової сукупності. Репрезентативність вибіркової сукупності, її основні критерії й способи контролю. Методи корекції вибірки. Основні вимоги до визначення обсягу вибіркової сукупності. Основні види погрішностей при використанні вибіркового методу. Причини виникнення помилок вибірки й способи зниження їхнього рівня.

Етапи проведення соціологічного дослідження. План науково-дослідної роботи: робочий план, календарний план, мережевий графік. Пілотажне дослідження при підготовці соціологічного дослідження. Підготовка інструментарію. Польова робота. □ Інтерпретація даних, написання звіту і його презентація.

Організація й презентація результатів масового соціологічного дослідження. Організаційна структура робочої групи. Розрахунок кількості інтерв'юєрів. Види контролю якості збору даних. Контроль і ремонт вибіркової сукупності. Організаційно-економічні аспекти проведення соціологічного дослідження. Кошторис соціологічного дослідження.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Соціологія: основи теорії

Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005. 655 с.

Соціологічна теорія: традиції та сучасність: Навчальний посібник / За ред. А. Ручки. К.: Інститут соціології НАН України, 2007. 363 с.

Соціологія: Навчальний посібник. 4-те вид., перероб. і доп. / За ред. С. О. Макеєва. К.: Т-во «Знання», 2008. 566 с.

Черниш Н. Й. Соціологія: Підручник за рейтинго-модульною системою навчання. 5-те вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2009.

Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / пер. с англ. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 336 с.

#### Словники

Большой толковый социологический словарь. В 2-х томах. Джери Д., Джери Дж. М.: АСТ, Вече, 1999. Т.1. 544с. Т.2 528 с.

Кравченко С. А. Социологический толковый англо-русский словарь. М.: МГИМО МИД РФ, 2012. 690 с.

Лоусон Тони, Гэррод Джоан. Социология: словарь–справочник; пер. с англ. М.: ФАИР–ПРЕСС, 2000. 604 с.

Словарь новейшей социологической лексики с английскими эквивалентами / Под общ. ред. С. А. Кравченко. М.: МГИМО-Университет, 2019. 154 с.

Тезаурус социологии: темат. слов.-справ. / под ред. Ж. Т. Тощенко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 487 с.

Sociology. The Cambridge Dictionary (of) / gen. edition Bryan S. Turner. 3d ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

#### Статистика в соціології

Закон України «Про державну статистику». *Статистика України*. 2000. № 4. С. 99–108.

Статистика: учебник / ред. И. И. Елисеева. [Б. м.]: Проспект, 2015. 448 с.

Гинзбург А. И. Статистика: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2009. 128 с.

Хафф Дарелл. Как лгать при помощи статистики = How to Lie with Statistics. Москва: Альпина Паблишер, 2015. 163 с.

Хэнд Д. Д. Статистика: очень краткое введение; пер с англ. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2017. 192 с.

Яковенко Т. В. Прикладная статистика в социологии: Практикум. Учебное пособие. Харьков, 2004. 240 с.

Статистика: терминологический словарь. Иркутск: Изд-во ИрГСХА, 2011. 203 с.

Статистичний словник / [О. Г. Осауленко, О. О. Васечко, М. В. Пугачова та ін.]; за ред. О. Г. Осауленка; НТК статистичних досліджень. Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2012. 498 с.

Эверитт Б. С. Большой словарь по статистике; пер. с англ. 3-е изд. Москва: Проспект, 2012. 736 с.

Dodge Y. The concise encyclopedia of statistics [Electronic resource]. Electronic text data. New York, NY: Springer-Verlag, 2008. Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.1007/978-0-387-32833-1>.

## **Соціологія реклами та PR**

Лисица Н.М. Реклама в современном обществе. — Х.: Основа, 1999.— 260 с.

Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. — С.-Пб.: Питер, 1999. — 430 с.

Бове К., Аренс В. Современная реклама. — Нью-Йорк, 1999.— 900 с.

Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Экономика, 1980.— 176 с.

Крылов И. Маркетинг (Социология маркетинговых коммуникаций). — М.: Центр, 1998.-230 с.

Лисица Н. М. Маркетинговые коммуникации в международном бизнесе. Харьков: ХГЭУ, 2001. – 150 с.

Лисица Н. М. Полякова Я. О. Соціально-економічні аспекти розвитку рекламної діяльності. Наукове видання — Харків: Вид-во ХНЕУ, 2007. — 232 с.

Матанцев А. Н. Эффективность рекламы: Учебное пособие. – М.: Изд-во «Финпресс», 2007. – 416 с.

Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: Теория и практика. — М.: Прогресс, 1989. - 430 с.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. – М.: ГУВШЭ, 2000. – 608 с.

Ионин Л. Г. Социология культуры / Л. Г. Ионин. — М. : Прогресс, 1996. — 278 с.

Лисица Н. М. Социальная компетенция в рекламном дискурсе. Вісник Харк. нац. універ. ім Каразіна, № 723, 2006, с. 175 – 179.

Лисица Н. М. Социально-культурное разнообразие в рекламе как стимул привлечения потребителей. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. Наук. Праць. У 2-х т. Т.1. – Х., 2006., с. 372 – 376.

## **Сучасні соціологічні теорії**

Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002.

Соціологічна теорія: традиції та сучасність : Навчальний посібник / За ред. А.Ручки. – К., 2007. – 363 с.

С.А.Кравченко Социология: парадигмы через призму социологического воображения. – М.: 2002.

Тернер Дж. Структура социологической теории. -М: Прогресс, 1985. С.330

Погорілий О.І. Соціологічна думка ХХ століття.-Київ: “Либідь”, 1996.

Ручка А.О., Танчер В.В. Курс історії теоретичної соціології. — Київ: Наукова думка, 1995.

Громов И.А., Мацкевич А.Ю., Семенов В.А. Западная теоретическая социология. -Санкт-Петербург, 1996.

### **Методи та методологія дослідження медіакомунікацій**

Белановский С. А. Метод фокус-групп. – М.: Магист, 1996. – 272 с.

Белановский С.А. Глубокое интервью : Учебное пособие. – М. : Никколо-Медиа, 2001 – 320 С.

Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Прикладная социология: методология и методы : интерактивное учебное пособие / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. – [ 416 с.]

Захарченко А. П. Засади кількісного аналізу інформаційних кампаній / А. П. Захарченко // Information Society. 2017. Issue 26 (July-December).

Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.

Леонтович О. А. Методы коммуникативных исследований / Леонтович Ольга Аркадьевна. – М. : Гнозис, 2011. – 224 с.

Малышева Е. Г. Методология и методы медиаисследований / Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева. – Омск : Изд-во Ом.гос. ун-та, 2017. – 131 с.

Методы исследования массовой информации: учебное пособие / сост. О. Н. Горячева, О. Г. Гунько, М. Г. Яковлева. – Набережные Челны : ИПЦ Набережночелнинского института К(П)ФУ, 2015. – 104 с.

Назаров, М. М. – Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации. Опыт междисциплинарного исследования / Назаров М. М., Папантиму М. А. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 2016 с.

Филипс Л. Дж. Дискурс анализ: теория и метод : пер. с англ. / Луиза Дж. Филипс, Марианне В. Йоргенсен ; [науч. ред., предисл. А. А. Киселева]. – Х. : Гуманитарный Центр, 2004. – 336 с.

### **Соціологія масової комунікації**

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: зарубежные теории и концепции : учеб. пособие для студ. вузов / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.

Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Брайант Дженнингз, Томпсон Сузан ; пер. с англ. В. В. Кулеба, Я. А. Лебеденко. – М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2004. – 425 с.

Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики : пер. с англ / Эм Гриффин. – Х. : Гуманитарный центр, Наукоменко А. А., 2015. – 688 с.

Квіт С. Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт. – К : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире : методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – 2-е изд., испр. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 240 с.



- Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун.— К. :Просвіта, 2008. – 260 с.
- Черных А. И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / А. И. Черных ; Гос. ун-т – Высш. шк. экономики. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451[1] с.
- Допоміжна література
- Ван Дэйк Т.А. Анализ новостей как дискурса // Ван Дэйк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация.- М.- 1989. - с. 111-160.
- Дерябин А. Телевизионные новости как коммуникативное событие / А. Дерябин // Дискурс. – 1998. – №7. – С. 60-63.
- Дьякова Е. Г. Взаимодействие массовой коммуникации и власти в теории «установления повестки дня» / Е. Г. Дьякова // Известия Уральского гос. ун-та. – 2004. – № 29. – С. 59-67.
- Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг ; РАН, Уральск. отд-ние ; Ин-т философии и права. – Екатеринбург : УрО РАН, 1999.– 127 с.
- Жабский М. И. Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность / М. Жабский, К. Тарасов, Ю. Фохт-Бабушкин ; М-во культуры Рос. Федерации ; Науч.-исслед. ин-т киноискусства. – М. : Белый берег, 2000. – 374 с.
- Костенко Н. Телебачення між фактом та інтерпретацією / Н. Костенко // Українське суспільство 1992-2007 : динаміка соціальних змін / за ред. Ворони В. М., Шульги М. О. – К., 2007. – С. 409-422.
- Костенко Н. В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
- Костенко Н. В. Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. В. Костенко. – Киев : Наук. думка, 1993. – 130 с.
- Крос К. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах: перспективи конкуренції / Крос Кетлін, Гакет Роберт ; пер. Руслан Ткачук. – К. : Основи, 2000. – 142 с.
- Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедіа і громадська думка :пер. з англ / Маршал Мак-Комбс. – К.: К.І.С., 2007. – 256 с
- Массовая информация в современном промышленном городе: опыт комплексного социологического исследования / под общ.ред. Грушина Б. А., О니кова Л. А. – М.: Политиздат, 1980. – 446 с.
- Медиа в выборах: между политикой и культурой : (контент-анализ политической прессы) / [Т. Андросенко, Н. Костенко, С. Макеев, Л. Малес] ; под.ред. Наталии Костенко. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 1999. – 218 с.
- Новини vs. Новини: виборча кампанія в новинних телепрограмах / за ред. Наталії Костенко і Валерія Іванова ; Ін-т соціології НАН України ; Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка ; Акад. укр. преси. – К. : ЦВП, 2005. – 212 с.
- Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания : пер. с нем. / Ноэль-Нойман Э. ; общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. – М. : Прогресс-Академия ; Весь Мир, 1996. – 352 с.

Пиронкова О. Ф. «Живые новости» или о времени и пространстве в телевизионном эфире / О. Ф. Пиронкова // Социол. исслед. – 2000. – № 8. – С. 65-74.

Презентація політики у новинному форматі // Медіа. Демократія. Культура / За ред Н.Костенко, А.Ручки. – К.: Інститут соціології НАН України, 2008.- 356с., с. 87-109.

Рисмухамедов И. А. Анализ идеологии как стратегия исследования средств массовой коммуникации и популярной культуры в современном неомарксизме [Электронный ресурс] / И. А. Рисмухамедов // Проблемы теоретической социологии. – СПб., 2003. – №4. – Режим доступа <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/125726.html>.

Сорока Ю. Г. Возвращение героя в постсоветском кинематографе как факт восприятия социальной реальности // Социология: теория, методы, маркетинг. - 2003 – № 3. – С.175-182.

Усманова А. Научение видению: к вопросу о методологии анализа фильма // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность : сб. науч. ст. / под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина.- Саратов.: научная книга, 2007.-528с., С. 183-205.

Филипс Л. Дж. Дискурс анализ: теория и метод : пер. с англ. / Луиза Дж. Филипс, Марианне В. Йоргенсен ; [науч. ред., предисл. А. А. Киселева]. – Х. : Гуманитарный Центр, 2004. – 336 с.

Шевченко А. Ю. Дискурсивный анализ массовой коммуникации / А. Ю. Шевченко // Теория коммуникации & прикладная коммуникация : Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – Ростов н/Д., 2002. – С. 185-192.

Яковлев И. П. Теория «привратника» о селекции информации / И. П. Яковлев // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : Материалы межвузовской научно-практической конференции / под ред. В. И. Конькова. – СПб. : Роза Мира, 2003. – С. 233-234.

Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации / И. Г. Ясавеев. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004. – 200с.

## **Методи збору соціологічної інформації**

Аванесов В.С. Тесты в социологическом исследовании. М.: Наука, 1982

Белановский С.А. Метод фокус-групп. М.: "Магистр", 1996.

Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В. Фокус-группы как метод социально-психологического исследования, М., 1997.

Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования. Москва, Книжный доам "Университет", 2002.

Дмитриева Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии. Москва., Изд-во Центр, 1998.

Мертон Р.Л., Фиске М., Кендалл Р.З. Фокусированное интервью: Пер. с англ., М., 1991.

Методы сбора информации в социологических исследованиях. — М., 1990.

Морено, Якоб Леви. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе. Москва, 2001.

Паниотто В.И. Качество социологической информации. — К., 1986.

Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження. Київ, Наукова думка, 1996.

Социология. Основы общей теории. — М., 1996.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Москва, Добросвет, 2006.

### **Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації**

Математическая статистика для социологов: задачник : учеб. пособие для вузов [Электронный ресурс] / Ю. Н. Толстова, А. А. Куликова, А. В. Рыжова, Б. Г. Юдин ; отв. ред. Ю. Н. Толстова. — М.: Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010. — 185 с. — Режим доступа: [http://www.hse.ru/pubs/share/direct/demo\\_document/54927114](http://www.hse.ru/pubs/share/direct/demo_document/54927114)

Паніотто В.І., Максименко В.С., Марченко Н.М. Статистичний аналіз соціологічних даних / В. І. Паніотто, В. С. Максименко, Н. М. Харченко. — К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. — 269 с.

Семенов В. Е. Анализ и интерпретация данных в социологии : учеб. пособие [Электронный ресурс]/ В. Е. Семенов. — Владимир : Изд-во Владим. гос. ун-та, 2009. — 132 с. — Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/upload/File/1160.pdf>.

Толстова Ю.Н. Анализ социологических данных. Методология, дескриптивная статистика, изучение связей между номинальными признаками. — 2-е изд. / Ю.Н. Толстова. — М.: Научный мир, 2010. — 352 с.

Толстова Ю.Н. Математико-статистические модели в социологии. социологов по математической статистике. — М.: 244 с.

Василенко О. А. Математично-статистичні методи аналізу у прикладних дослідженнях: навч. посіб. / О. А. Василенко, І. А. Сенча. — Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. — 166 с.

Горицкий Ю.А., Перцов Е.Е.. Практикум по статистике с пакетами StatGraphics, Statistica, SPSS [Электронный ресурс] / Ю.А.Горицкий, Е.Е.Перцов. — Режим доступа: <http://www.exponenta.ru/educat/systemat/goritskii/part2/LR7/2.asp>.

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие [Электронный ресурс] / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. — М.: Институт социологии РАН, 2011. — Режим доступа: [http://www.isras.ru/files/File/Prikl\\_Soc\\_full.pdf](http://www.isras.ru/files/File/Prikl_Soc_full.pdf)

- Гуц А.К., Фролова Ю.В. Математические методы в социологии. Изд. 2. – М.: URSS, 2010. – 216 с.
- Желязны Д. Говори на языке диаграмм: Пособие по визуальным коммуникациям для руководителей / Джин Желязны ; Пер. с англ. — М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. — 336 с.
- Математические методы в социологии. Анализ данных и логика вывода в эмпирическом исследовании: Учеб. пособие для вузов / Р.Л. Агабекян, М.М. Кириченко С.В. Усатиков. – Ростов нД: Феникс, 2013. — 193 с.
- Методология и методы социологического исследования: учебник /под ред. В. И. Дудиной, Е. Э. Смирновой. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. – 388 с.
- Миркин Б.Г. Введение в анализ данных. Учебник и практикум / Б.Г. Миркин. — М.:Юрайт, 2014. – 174 с.
- Романко В.К. Статистический анализ данных в психологии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романко В.К.— М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012.— 313 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6507>.
- Сибирев В.А. Введение в анализ социологической информации [Электронный ресурс] / В.А. Сибирев. – СПб.: СПбГУ, 2010. – 113 с. – Режим доступа: <http://smpanel.pu.ru/panel/users/vsibirev/sibirev.pdf>.
11. Татарова Г.Г. Методология анализа данных в социологии (введение). Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Татарова Г.Г. — М.: NOTA BENE, 1999. — 224 с. – Режим доступа: <http://socioline.ru/node/835>.
- Федин Ф.О. Анализ данных. Часть 1. Подготовка данных к анализу [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Федин Ф.О., Федин Ф.Ф.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012. — 204 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26444>.
- Федин Ф.О. Анализ данных. Часть 2. Инструменты Data Mining [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Федин Ф.О., Федин Ф.Ф. — М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 308с — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26445>.
- Хили Дж. Статистика: социологические и маркетинговые исследования / . Дж. Хили. — СПб.: Питер, 2005. - 638 с.
- Черныш М.Ф. Интерпретация данных в прикладной социологии [Электронный ресурс] / М. Ф. Черныш. — Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/533/673/1219/Chernysh\\_MF.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/533/673/1219/Chernysh_MF.pdf).
- Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – М.: Омега-Л, 2007. – 567 с.

## **Аналіз та презентація даних соціологічних та маркетингових досліджень**

Интерпретация и анализ данных в социологических исследованиях. М.: Наука, 1987.

Толстова Ю.Н. Анализ социологических данных: Методология, дескриптивная статистика, изучение связей между номинальными признаками.—М.: Научный мир, 2000.

Профатилова Л.Г.Опыт построения эмпирической типологии для номинальных признаков//Методология, теория и практика современного общества.Х.:2008.

Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2006

Рождественский А.Н. Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях с помощью статистического пакета SPSS 14.0. Учебное пособие. С-П.:2008.

### **Методологія та організація соціологічного дослідження**

Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований / Учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов  
Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие / И.Ф. Девятко. - 5-е изд. - М.: КДУ, 2009, 296 с., ил.  
Добреньков В. И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: учебник для вузов / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 767 с. (Классический университетский учебник).  
Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження / Навчальний посібник. – К.: Інститут соціології НАН України, 1997. – 267 с.

Рабочая книга социолога. / Осипов Г.В. – М., Либроком, 2009. 480 с., пер.

Толстова Ю.Н. Измерение в социологии / Ю.Н. Толстова. – М.: КДУ, 2007.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2003.  
Аверьянов Л.Я. Социология: искусство задавать вопросы. Издание 2-е, переработанное и дополненное. - М., 1998  
Американская социология: перспективы, проблемы, методы / Сокр. пер. с англ. В.В. Воронина и Е.В. Зиньковского; Ред. и вступ. ст. Г.В. Осипова. М.: Прогресс, 1972. С. 253.

Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. Л.: Наука, 1979.

Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: качественные и количественные подходы.  
 Клигер С.А., Косолапов М.С., Толстова Ю.Н. Шкалирование при сборе и анализе социологической информации. – М.: Наука, 1977.  
 Ноэль-Нойман Э., Петерсен Т. ВСЕ, но не каждый. Введение в методы демоскопии. М., МГУКИ, 2007, 616 с., обл.  
 Маккинни Джон Ч. Методология, процедуры и техника социологии // Говард Беккер, Алвин Босков. Современная социологическая теория в ее преемственности и изменении. М., 1961. (ГЛ.7)

Паниотто В.И. Качество социологической информации. Киев: Наукова думка, 1986.  
 Хеллевик О. Социологический метод. М.: Издательство «Весь Мир», 2002.

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Атестаційний білет складається з 4 питань. Атестаційне випробування спрямоване на виявлення навичок самостійного критичного мислення й письмового аргументованого послідовного викладу власних думок. Відповідаючи на питання з екзамену, студент повинен показати вміння чітко, логічно й грамотно формулювати думки, структурувати інформацію, точно та повно відтворювати факти, прізвища, назви праць вчених, конкретні концепції та аналізувати їх, виділяти причинно-наслідкові зв'язки, ілюструвати поняття відповідними прикладами, аргументувати свої висновки.

Кількість балів за відповідь на кожне питання розподіляється таким чином	1 питання	2 питання	3 питання	4 питання
Повнота, логічність та послідовність розкриття теми питання	6 балів	6 балів	6 балів	6 балів
Самостійність відповіді та її відповідність темі питання	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів
Знання теоретичного матеріалу (з точними посиланнями на назви праць вчених, конкретні теорії), вміння аналізувати їх, виділяти причинно-наслідкові зв'язки	8 балів	7 балів	7 балів	7 балів
Аргументованість висновків, вміння відрізнити головне від другорядного	5 балів	6 балів	6 балів	6 балів
Грамотність, охайність оформлення екзаменаційної роботи	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
<b>Усього</b>	<b>25 балів</b>	<b>25 балів</b>	<b>25 балів</b>	<b>25 балів</b>
	<b>100 балів</b>			

Максимальна кількість балів, яку можна отримати за результатами атестаційного екзамену – **100 балів**. Підсумкова оцінка виставляється за чотирирівневою шкалою оцінювання:

Сума балів за Атестаційний екзамен	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70 – 89	добре
50 – 69	задовільно
1 – 49	незадовільно