

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

Введено в дію наказом від „06.05” 2021 р.  
№ 02.08

Проректор з науково-педагогічної роботи  
Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ  
«15» червня 2021 р.



Освітньо професійна програма

Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю  
(назва програми)

Спеціальність 054 Соціологія  
(шифр, назва спеціальності)

перший бакалаврський рівень вищої освіти

Затверджено вченою радою університету “д.б” квітня 2021 року,  
протокол № 5.


**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

1.1. Вчена рада факультету/інституту: протокол № 6 від «22» квітня 2021 р.

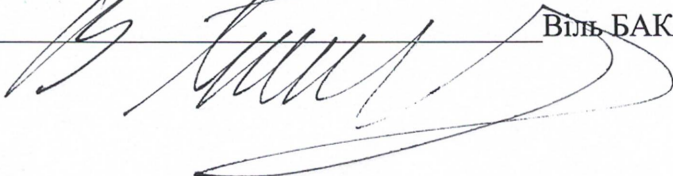
Голова Вченої ради факультету \_\_\_\_\_  Олена МУРАДЯН

1.2. Методична комісія факультету/інституту:

протокол № 8 від «13» квітня 2021 р.

Голова методичної комісії факультету \_\_\_\_\_  Юлія СОРОКА

1.3. Кафедра: протокол № 4 від «25» березня 2021 р.

В.О. завідувача кафедри \_\_\_\_\_  ВІЛЬ БАКІРОВ

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові	Найменування посади (для сумісників – місце основної роботи, посада)	Науковий ступінь, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно
<i>Керівник робочої групи</i>		
Солдатенко Ірина Олександрівна	Доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій	Кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології
<i>Члени робочої групи</i>		
Хижняк Лариса Михайлівна	Професор кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій	Доктор соціологічних наук, Професор кафедри прикладної соціології
Зинюк Анна Володимирівна	Доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій	Кандидат соціологічних наук
Чернявська Оксана Володимирівна	Доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій	Кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології
Кравченкова Галина Миколаївна	Доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій	Кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

- 1) Освітнього стандарту спеціальності 054 Соціологія за першим бакалаврським рівнем;
- 2) Професійного (их) стандарту \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
*назва стандарту, власник/провайдер стандарту*
- 3) Рекомендації професійної асоціації \_\_\_\_\_  
*назва,*

*інформація про розміщення/оприлюднення рекомендацій*

- 4) Рекомендації провідного працедавця в галузі \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

*інформація про розміщення/оприлюднення рекомендацій*

1. Профіль освітньо – професійної програми  
Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю  
зі спеціальності 054 Соціологія

1 – Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Перший ступінь, кваліфікація “бакалавр”
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Офіційна назва програми	Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	наявна
Цикл/рівень	перший
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова викладання	українська
Термін дії освітньої програми	2021-2025
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	<a href="http://www.sociology.kharkov.ua/images/docs/opp/opp-1125.pdf">http://www.sociology.kharkov.ua/images/docs/opp/opp-1125.pdf</a>
2 - Мета освітньої програми	
Мета програми	Підготовка професіоналів, здатних до вирішення широкого спектру завдань в сфері комунікації, фахівців здатних фахово здобувати, аналізувати, оцінювати і використовувати інформацію про соціальні відносини, з навичками управління інформацією та репутацією, розумінням необхідності дотримуватися основних вимог інформаційної безпеки в умовах сучасного суспільства.
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 05 “Соціальні та поведінкові науки” Спеціальність 054 “Соціологія”

*Об'єкти вивчення:* закономірності функціонування та трансформації соціальних груп, спільнот і суспільств у їхньому системному взаємозв'язку; технології реалізації комунікацій в сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

*Цілі навчання:* підготовка фахівців, які володіють сучасним соціологічним мисленням, теоретичними знаннями і практичними навичками, необхідними для розв'язання складних задач та практичних проблем соціології, комунікативних практик реклами та зв'язків з громадськістю.

*Теоретичний зміст предметної області:* соціальні відносини та взаємодія; соціальні групи та спільноти; соціальні явища та процеси; соціальні практики; соціальні інститути; культура; соціальні структури та нерівності; соціальні зміни та впливи; технології реклами та зв'язків з громадськістю.

*Методи, методики та технології:* методи збору й аналізу соціологічної інформації, технології створення інформаційних матеріалів, спеціальних подій, просування в різних соціальних сферах.

*Інструменти й обладнання:* сучасні інформаційні технології (комунікативні, пошукові, аналітичні), спеціалізоване програмне забезпечення, медіастудія.

Орієнтація освітньої програми	Освітньо - професійна програма з соціальних наук та комунікативних практик в сфері реклами та зв'язків з громадськістю
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Практична, прикладна. Програма орієнтована на збалансоване поєднання теоретичного та практичного навчання студентів в сфері сучасних соціальних комунікативних практик.
Особливості програми	<p>Мова викладання – українська.</p> <p>До навчання студентів залучені практики і експерти в сфері комунікацій. Студенти беруть участь в майстер класах, тренінгах, проектах за темою професійних знань, навчаються і реалізують проекти на базі університетської медіастудії та студентського радіо ЗІР. У навчальному процесі активно використовуються форми дистанційного навчання на базі онлайн платформи Google</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p><b>Основні професійні назви робіт:</b> соціолог, менеджер з комунікацій, фахівець / керівник відділу реклами / зв'язків з громадськістю, спеціаліст/ керівник відділу комунікацій, спеціаліст з реклами / зв'язків з громадськістю, прес-секретар, фахівець із стратегічних комунікацій, аналітик з комунікацій, спеціаліст/ директор з розвитку, спеціаліст з маркетингових комунікацій, фахівець із організації спеціальних подій, бренд - менеджер, райтер, копірайтер.</p> <p><b>Місця роботи:</b> державні, громадські, комерційні структури; засоби масової інформації, прес центри; організації соціальної</p>

сфери, політики, економіки, виробництва, бізнесу, інформаційних технологій, туризму, науки, освіти, культури, спорту; відділи із вивчення громадської думки, розвитку персоналу, зв'язків з громадськістю, маркетингу, реклами, в консалтингових, рекламних та PR-агенціях.

**Професійні можливості:**

Випускники ОПП «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю» мають достатні знання і навички для реалізації професійних функцій в галузі соціології, соціальних комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю; володіють знаннями і навичками роботи в прес-центрах, прес-службах організацій, у засобах масової інформації, відділах із зв'язків з громадськістю, відділах реклами, маркетингових відділах, в комунікативних і рекламних агенціях; здатністю планувати і здійснювати комунікативні кампанії та заходи; володіють уміннями проведення соціологічних і маркетингових досліджень, здатністю ставити завдання щодо їх проведення і використовувати результати з метою складання прогнозу громадської думки, організації рекламних та PR-кампаній, розробки реклами і всього спектру маркетингових комунікацій, уміннями здійснювати рекламні, інформаційні та промо-кампанії, заходи, а також здатністю планувати, генерувати нові ідеї й нестандартні підходи до

їх реалізації й реалізовувати комунікативні проекти.

Випускники-бакалаври отримують базові навички спілкування, уміння встановлювати, підтримувати і розвивати міжособистісні відносини, ділові стосунки з представниками різних державних, фінансових, громадських структур, політичних організацій, ЗМІ, інформаційними, рекламними, консалтинговими агентствами; володіють базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються у сфері соціології, зв'язків з громадськістю та реклами.

Сильною стороною випускників-бакалаврів програми є аналітичні навички і вміння (обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді).

Вони мають необхідні знання для управління та організації роботи соціологічних, зв'язків з громадськістю, рекламних організацій та підрозділів, здійснювати оперативні планування та контроль за роботою в сферах соціології, реклами та зв'язків з громадськістю, проводити заходи з підвищення іміджу організації, просування товарів і послуг фірми на ринок, оцінювати ефективність рекламної та зв'язків з громадськістю діяльності, оперативно приймати рішення, в тому числі в кризових ситуаціях; здатність до вироблення нестандартних рішень, а також здатність брати участь у створенні ефективної комунікаційної



	інфраструктури організації, в забезпеченні внутрішньої і зовнішньої комунікації.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість здобуття освіти на третьому (освітньо- науковому) рівні вищої освіти у галузі соціології та суміжних галузях гуманітарних наук
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Викладання та навчання реалізується в таких формах занять як лекції, семінари, практичні заняття, майстер класи з використанням таких підходів, як</p> <p><b>Студентоцентризований підхід та проблемно орієнтоване навчання.</b> Студентоцентризований підхід спрямований на поглиблення практичних знань студентів, посилення компетентнісної складової навчання, дозволяє перейти від традиційної технології навчання – передача знань, до проблемної технології. З практичної точки зору в основу студентоцентризованого навчання покладено ідею максимального забезпечення студентами їх шансів отримати перше місце на ринку праці, підвищення їхньої «вартості» у працедавців, задоволення тим самим актуальних потреб останніх. За умов традиційного навчання, роль викладача зводиться до трансляції знань з послідуочим контролем засвоєної інформації. Таким чином, ключові навички у більшості випадків формуються не в процесі навчання, а в процесі практичної діяльності студента як випускника – на робочому місці. За умови використання студентоцентризованого підходу відбувається</p>

	<p>посилення ролі студента як учасника процесу навчання – від пасивного слухача, до активного, який може частково впливати на процес отримання знань, компетенцій і навичок.</p> <p><b>Проблемно-орієнтоване навчання</b> дає змогу особистості на основі наявної багатоаспектної інформації сформулювати свої власні позиції, співвіднести їх із думками інших, знайти серед них ті, що перетинаються з власним баченням, і розробити своє ставлення до різних поглядів, тобто створити інформаційне світосприйняття, яке є відкритим для уточнення, поглиблення та зміни. Проблемно-орієнтоване навчання сприяє інтеграції навчального процесу з наукою, з проблемами реальної дійсності і з життєвим досвідом тих, хто навчається. Застосування проблемно-орієнтованого навчання дозволяє виявити рівень знань і здібностей студентів, краще зрозуміти їх психологію. Під час проблемно-орієнтованого навчання у студентів з'являється можливість самореалізації і розвитку навичок командної роботи.</p> <p>Не менш важливим компонентом організації навчального процесу за програмою є <b>самонавчання</b> - самостійне навчання поза навчальним закладом, можна трактувати як складний пізнавальний процес, систему внутрішніх і зовнішніх дій, зумовлених єдністю мотивів і цілей, спрямований на сприйняття і творче засвоєння знань.</p>
<p><b>Оцінювання</b></p>	<p><b>Екзамен</b> – складова підсумкового семестрового контролю, що полягає в оцінці</p>

засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу з певного виду навчальної діяльності, результати навчання за яким оцінюються за стобальною та чотирирівневою шкалами оцінювання. Семестрові экзамени проводяться під час экзаменаційних сесій. Семестрові экзамени проводяться в письмовій формі (допускається контроль з використанням комп'ютерів, інформаційно-комунікативних технологій).

Тест — система завдань специфічної форми, визначеного змісту, зростаючої трудності, яка дозволяє якісно оцінити структуру та виміряти рівень знань, умінь і навичок.

**Практика** проводиться з метою набуття студентами професійних компетентностей для подальшого використання їх у реальних виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності. У період практики особливо інтенсивно проходить процес формування професійних умінь і навичок, оскільки вона проводиться в умовах, максимально наближених до майбутньої професійної діяльності, і, фактично, є організацію самостійної практичної діяльності, спрямованої на вирішення конкретних професійних завдань.

**Контрольні роботи**, що виконуються під час самостійної роботи, — це індивідуальні завдання, які передбачають самостійне виконання студентом певної практичної роботи на основі засвоєного теоретичного матеріалу. В одному семестрі кількість зазначених

контрольних робіт для студентів денної і заочної форм навчання не перевищує 10.

**Практичне заняття** – вид навчального заняття, на якому особи, які навчаються, під керівництвом науково-педагогічного працівника закріплюють теоретичні положення навчальної дисципліни і набувають вмінь та навичок їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання відповідно сформульованих завдань.

**Курсова робота** з навчальної дисципліни – це індивідуальне завдання, яке передбачає самостійну роботу здобувача вищої освіти з метою закріплення, поглиблення й узагальнення знань, одержаних при вивченні цієї дисципліни. Курсова робота, передбачена навчальним планом, – це індивідуальне завдання, яке передбачає самостійну роботу здобувача вищої освіти з метою поглиблення і узагальнення знань, одержаних під час вивчення декількох навчальних дисциплін, проходження практик, виконання наукової роботи тощо.

**Есе, презентації, переклади, реферати, рецензії, аналітичні огляди** тощо – це індивідуальні завдання, що сприяють поглибленню і розширенню теоретичних знань осіб, які навчаються, з окремих тем дисципліни, розвивають навички самостійної роботи з навчальною та науковою літературою.

Максимальна сума балів, яку може набрати здобувач вищої освіти при підсумковому семестровому контролі, складає 100. Оцінка підсумкового контролю також виставляється за однією зі шкал, прийнятих в університеті: а)

	<p>чотирирівнева шкала оцінювання – оцінки «відмінно» «добре», «задовільно», «незадовільно», б) дворівнева шкала оцінювання – оцінки «зараховано», «не зараховано»</p> <p><b>Кваліфікаційна робота</b> передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання чи практичної соціальної проблеми, що передбачає застосування основних соціологічних теорій та методів, з обов'язковим практичним компонентом, який демонструє застосування інструментарію реклами та зв'язків з громадськістю.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері соціології, що передбачають застосування основних соціологічних теорій і методів, вирішувати професійні завдання в сферах реклами та зв'язків з громадськістю
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК03. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>ЗК05. Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.</p> <p>ЗК06. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК07. Навички міжособистісної взаємодії.</p>

	<p>ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї.</p> <p>ЗК11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК12. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b></p>	<p>СК01. Здатність оперувати базовим категоріальним апаратом соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>СК02. Здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій.</p> <p>СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.</p> <p>СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.</p>

СК05. Здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження.

СК06. Володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються в соціології, у сфері зв'язків з громадськістю та реклами.

СК07. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців і нефахівців.

СК08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога, фахівця у сфері реклами, зв'язків з громадськістю.

СК09. Уміння обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.

СК10. Володіння навичками роботи в організації / відділі реклами, маркетингу, зв'язків з громадськістю.

СК11. Уміння здійснювати рекламні, інформаційні та промо-кампанії та заходи.

СК12. Здатність брати участь у створенні ефективної комунікаційної інфраструктури організації, забезпеченні внутрішньої і зовнішньої комунікації, в тому числі з державними установами, громадськими організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації; брати участь у формуванні та підтримці корпоративної культури.

СК13. Здатність брати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікаційних

	<p>кампаній та заходів відповідно до цілей і завдань організації на основі результатів досліджень.</p> <p>СК14. Здатність організувати підготовку до випуску, виробництва і розповсюдження рекламної продукції, включаючи текстові та графічні, робочі та презентаційні матеріали в рамках традиційних і сучасних засобів створення рекламних та PR повідомлень.</p>
--	--

**7 – Програмні результати навчання**

<p><b>Програмні результати навчання (РН)</b></p>	<p>Р Н 0</p> <p>1 РН02. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з Використовувати понятійний апарат соціології, використанням соціологічних методів. реклами, зв'язків з громадськістю в. РН03. Застосовувати положення соціологічних професійній діяльності. теорій та концепцій до дослідження соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>РН05. Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.</p> <p>Р Н 0 6 .</p> <p>Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика</p>
--	--



	<p>PH07. Вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.</p> <p>PH08. Обґрунтувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної л</p> <p>PH09. Володіння навичками організаційно-управлінської роботи з малими колективами.</p> <p>PH10. Володіння навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.</p> <p>PH11. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців і нефахівців.</p> <p>И Н 1 2 .</p> <p>Володіння знаннями і навичками роботи в</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<p><b>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</b></p>	<p>Викладання забезпечується кафедрою прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету у складі якої працюють: 1 академік НАН України, професор, доктор наук; 4 професори, доктори наук; 16 кандидатів наук; 4 ст. викладача.</p>
<p><b>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</b></p>	<p>Навчальні корпуси; гуртожитки; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи, пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; радіо студія, медіа студія, центр Веб-технологій, інноваційний</p>

	<p>центр, центр електронного навчання, спортивний зал, спортивні майданчики.</p>
<p><b>Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення</b></p>	<p>Навчальний процес підготовки студентів забезпечений навчальними програмами, планами, завданнями, методичними рекомендаціями, контрольними роботами. Співробітниками кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій розроблені методичні рекомендації для студентів освітньо-професійної програми “Соціологія комунікацій, реклами та зв’язків з громадськістю” з написання курсових та дипломних робіт. Тематика курсових робіт представлена в навчальних програмах за курсами, за якими передбачені індивідуальні навчальні завдання.</p> <p>Практика, що запланована навчальною програмою, має програму і укладені угоди з виробничими базами щодо її проведення.</p> <p>У розпорядженні студентів фонди Центральної наукової бібліотеки ХНУ імені В.Н.Каразіна, Ресурсного центру соціологічного факультету та кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій.</p> <p>Електронна бібліотека ЦНБ включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- електронний каталог з електронним замовленням (понад 1 100 000 примірників);</li> <li>- повнотекстові бази даних журналів іноземних та вітчизняних видавництв;</li> <li>- електронний архів (репозитарій) університету eKhNUIR</li> <li>- «eScriptorium» - електронний архів рідкісних видань і рукописів для науки та освіти</li> <li>- видання на електронних носіях у фондах ЦНБ.</li> </ul>

	<p>Ресурсний центр соціологічного факультету: обсяг фондів навчальної, наукової літератури (примірників) –2030</p> <p>Бібліотека кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій: обсяг фондів навчальної, наукової літератури (примірників) - 710</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Передбачає можливість включеного навчання протягом семестру в інших навчальних закладах України
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Передбачає можливість укладання угод із закордонними вищими навчальними закладами про міжнародну академічну мобільність (зокрема з вищими навчальними закладами Італії щодо подвійних дипломів)
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на підставі закону України «Про вищу освіту»

## 1. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 1.1 Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ОК 1.	Історія України	4	екзамен
ОК 2.	Основи економічної теорії	4	екзамен
ОК 3.	Історія класичної соціології	8	екзамен
ОК 4.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	залік
ОК 5.	Світова культура у просторі та часі	8	залік
ОК 6.	Іноземна мова	12	екзамен, залік
ОК 7.	Іноземна мова за фахом	6	залік
ОК 8.	Філософія	3	екзамен
ОК 9.	Політологія	4	екзамен
ОК 10.	Правознавство	3	залік
ОК 11.	Основи теорії комунікації	6	екзамен
ОК 12.	Основи журналістики	5	екзамен
ОК 13.	Теорія та практика реклами	5	екзамен
ОК 14.	Теорія та практика зв'язків з громадськістю	5	екзамен
ОК 15.	Соціологія масової комунікації	3	залік
ОК 16.	Статистика в соціології	4	екзамен
ОК 17.	Маркетинг	4	екзамен
ОК 18.	Практикум зі створення тексту	8	залік, екзамен
ОК 19.	Комунікативні технології у соціальних медіа	3	залік
ОК 20.	Соціологія культури	3	екзамен
ОК 21.	Моделі економічної поведінки	4	екзамен
ОК 22.	Соціальна психологія	4	залік
ОК 23.	Вступ до соціології	4	екзамен
ОК 24.	Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю: вступ до спеціальності	5	залік
ОК 25.	Основи інформатики	4	залік
ОК 26.	Політична історія	3	залік
ОК 27.	Соціологія: основи теорії	5	екзамен
ОК 28.	Сучасні соціологічні теорії	4	залік
ОК 29.	Методологія та організація соціологічного дослідження	4	екзамен
ОК 30.	Методи збору соціологічної інформації	4	екзамен
ОК 31.	Маніпулятивні технології в соціальних комунікаціях	3	екзамен
ОК 32.	Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації	4	екзамен

ОК 33.	Якісні методи в соціології	4	екзамен
ОК 34.	Гендерні дослідження	3	залік
ОК 35.	Ефективність реклами та зв'язків з громадськістю	6	екзамен
ОК 36.	Соціологія реклами та зв'язків з громадськістю	5	екзамен
ОК 37.	Виробнича практика	5	залік
ОК 38.	Переддипломна практика	5	залік
ОК 39.	Курсова робота 1		екзамен
ОК 40.	Курсова робота 2		екзамен
ОК 41.	Курсова робота 3		екзамен
ОК 42.	Підготовка кваліфікаційної роботи		
ОК 43.	Кваліфікаційна робота		публічний захист
<b>Загальний обсяг обов'язкових дисциплін</b>		180	
<b>Вибіркові компоненти ОП*</b>			
<i>Вибірковий блок 1 (за наявності)</i>			
ВБ 1.1.	Міжфакультетська вибіркова дисципліна 1	3	залік
ВБ 1.2.	Міжфакультетська вибіркова дисципліна 2	3	залік
ВБ 1.3.	Міжфакультетська вибіркова дисципліна 3	3	залік
ВБ 1.4	Міжфакультетська вибіркова дисципліна 4	3	залік
<i>Вибірковий блок 2 (за наявності)</i>			
ВБ 2.1.	Практичний маркетинг /Дослідження медіакомунікацій / Медіааналітика	4	залік
ВБ 2.2.	Технології зв'язків з громадськістю / Кар'єра та лідерство	4	залік
ВБ 2.3.	Копірайтинг / Комунікативні технології у менеджменті персоналу	4	залік
ВБ 2.4.	Комунікативні практики соціального підприємництва/ Політична мова: розуміння й використання	4	залік
ВБ 2.5.	Менеджмент контенту веб-сайту / Практикум з риторики конфлікту в медіа	4	залік
ВБ 2.6.	Антикризові комунікації / Управління проектами	4	залік
ВБ 2.7.	Інформаційний консалтинг / Аналітика реформ у медіафокусі	4	залік

ВБ 2.8.	Презентація результатів соціологічних досліджень у мас-медіа / Аналіз та презентація даних соціологічних та маркетингових досліджень / Медіарілешнз	4	залік
ВБ 2.9.	Інтернет-технології в рекламі та зв'язках з громадськістю / Практикум з мультимедійних технологій	4	залік
ВБ 2.10.	Брендинг та бренд-менеджмент / Маркетингові комунікації	4	залік
ВБ 2.11.	Практики публічного виступу / Дизайн мислення	4	залік
ВБ 2.12.	Застосування теорії ігор у публічній сфері / Соціокультурна антропологія	4	залік
<b>Загальний обсяг дисциплін за вибором</b>			60
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>			240

## 1.2 Структурно-логічна схема ОП

1 курс (семестр)	2 курс (семестр)	3 курс (семестр)	4 курс (семестр)
<b>1. Обов'язкові навчальні дисципліни</b>			
<i>1.1 Цикл загальної підготовки</i>			
Історія України (1)	Правознавство (3)	Іноземна мова за фахом (5,6)	
Іноземна мова (1,2)	Політологія (3)		
Світова культура у просторі та часі (1,2)	Іноземна мова (3)		
Історія соціології (2)	Філософія (4)		
Українська мова (за професійним спрямуванням) (2)			
<i>1.2 Цикл професійної підготовки</i>			
Вступ до соціології (1)	Теорія соціології (2)	Комунікативні технології у соціальних медіа (5)	Маніпулятивні технології в соціальних комунікаціях (8)
Основи теорії комунікації (1)	Соціологія масової комунікації (3)		
Спеціальні комунікаційні технології (1)	Маркетинг (3)	Методи збору соціологічної інформації (5) Методологія та організація соціологічного дослідження (5)	Гендерні дослідження (7)
Основи інформатики (2)			Виробнича практика (7)
Основи журналістики (2)	Соціальна психологія (4)	Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації (6)	
Політична історія (2)	Основи медіаграмотності (4)		
Практикум зі створення тексту (1,2)	Статистика в соціології (4) Сучасні соціологічні теорії (4)		

## 2. Дисципліни за вибором

### 2.1 Цикл загальної підготовки

	Міжфакультетська вибіркова дисципліна (3)	Міжфакультетська вибіркова дисципліна (5)	
	Міжфакультетська вибіркова дисципліна (4)	Міжфакультетська вибіркова дисципліна (6)	

### 2.2 Цикл професійної підготовки

		Практичний маркетинг / Дослідження медіакомунікацій / Медіааналітика (5)	[REDACTED] / Практикум з риторики конфлікту в медіа (7)
		Кар'єра та лідерство (6)	[REDACTED] / [REDACTED] (7)
		[REDACTED] / Політична мова: розуміння й використання (6)	Інформаційний консалтинг / Аналітика реформ у медіафокусі (7)
		Копірайтинг / Комунікативні технології у менеджменті персоналу (6)	Презентація результатів соціологічних досліджень у мас-медіа / Аналіз та презентація даних соціологічних та маркетингових досліджень / Медіарилейнз (8)
			Інтернет-технології в рекламі та зв'язках з громадськістю / Практикум з мультимедійних технологій (8)
			Брендинг та бренд-менеджмент / Маркетингові комунікації (8)
			Практики публічного виступу / Дизайн мислення (8)
			Застосування теорії ігор у публічній сфері / Соціокультурна антропологія (8)



### 2.3 Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників вищого навчального закладу за спеціальністю 054 «Соціологія» освітньо-професійної програми “Соціологія комунікацій, реклами та зв’язків з громадськістю” здійснюється екзаменаційною комісією на основі аналізу успішності, оцінки якості вирішення випускниками професійних та соціально-професійних задач, передбачених даною кваліфікаційною характеристикою. Атестації підлягають студенти-випускники, які виконали в повному обсязі план навчальної підготовки, включаючи проходження виробничої практики.

Нормативна форма атестації: кваліфікаційна робота.

Кваліфікаційна робота передбачає розв’язання складного спеціалізованого завдання чи практичної соціальної проблеми, що передбачає застосування основних соціологічних теорій та методів, з обов’язковим практичним компонентом, який демонструє застосування інструментарію реклами та зв’язків з громадськістю. Кваліфікаційна робота проходить перевірку на академічний плагіат, фальсифікації та фабрикації.

Кваліфікаційна робота має своєю метою з’ясування рівня підготовленості випускника для виконання професійних завдань, передбачених відповідним стандартом вищої освіти, і продовження освіти.

Рішенням Екзаменаційної комісії випускникам, які найбільш відзначилися у вирішенні задач діяльності, може бути виданий документ (диплом першого рівня вищої освіти бакалавр) про закінчення ВНЗ "З ВІДЗНАКОЮ".

Студенту, який захистив кваліфікаційну роботу відповідно до вимог освітньо-професійної програми “Соціологія комунікацій, реклами та зв’язків з громадськістю” за напрямом 054 “Соціологія”, рішенням екзаменаційної комісії присвоюється перший рівень вищої освіти “бакалавр”, видається державний документ про освіту з кваліфікацією “бакалавр соціології, соціологія комунікацій, реклами та зв’язків з громадськістю”.

**3. Матриця відповідності програмних компетентностей  
компонентам освітньої програми**

Таблиця 1

	OK 1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK 19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30
ЗК 01		+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 02						+	+																							
ЗК 03														+						+			+							
ЗК 04	+							+	+	+	+	+			+				+			+		+		+				
ЗК 05											+	+	+	+					+			+								
ЗК 06	+	+						+	+	+		+	+	+								+								
ЗК 07											+								+			+								
ЗК 08													+	+	+															
ЗК 09										+		+			+															
ЗК 10											+		+	+					+											
ЗК 11	+		+		+			+	+	+		+	+	+																
ЗК 12	+		+		+			+	+	+			+	+									+	+						
СК 01		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК 02			+										+	+	+								+	+			+	+		
СК 03		+								+	+		+	+		+	+									+				
СК 04		+										+	+	+	+		+	+					+			+	+	+	+	+
СК 05																							+						+	+
СК 06													+	+					+											
СК 07																														
СК 08													+	+									+	+						
СК 09															+	+			+											
СК 10													+	+				+	+		+									
СК 11													+	+										+	+					
СК 12													+	+			+		+								+			



CK 11								+	+	+	+									+	+									
CK 12				+				+		+	+									+	+									
CK 13						+	+	+	+	+									+		+							+		
CK 14	+			+		+	+			+	+						+	+									+			

**4. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)  
відповідними компонентами освітньої програми**

**Таблиця 2**

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30		
PH01			+	+		+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
PH02																							+							+	+	
PH03													+	+							+											
PH04	+		+										+	+	+					+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		
PH05				+	+	+																										
PH06											+	+	+	+																		
PH07																											+					
PH08	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
PH09																							+									
PH10																							+						+	+	+	+
PH11															+	+	+						+							+		
PH12	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

Продовження таблиці 2

	OK 31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37	OK38	OK 42	OK 43	ВБ1.1	ВБ 1.2	ВБ 1.3	В.Б.1.4	В.Б.2.1	В.Б.2.2	В.Б.2.3	В.Б.2.4	В.Б.2.5	В.Б.2.6	В.Б.2.7	В.Б.2.8	В.Б.2.9	В.Б2.10	ВБ 2.11
PH01		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
PH02		+	+		+	+	+	+	+	+	+					+		+		+		+			
PH03		+	+	+			+	+	+	+												+			
PH04	+	+	+		+		+	+	+	+					+		+		+	+	+	+	+		
PH05							+	+	+	+									+	+	+	+	+		
PH06	+						+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+			+	
PH07		+			+	+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+		+		
PH08		+	+	+	+	+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
PH09	+						+	+	+	+						+	+	+							
PH010			+		+	+	+	+	+	+													+		+
PH011							+		+	+												+			
PH012	+	+	+		+	+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+