

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. декана соціологічного факультету

В'ячеслав НІКУЛІН

«30» серпня 2024 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА

### МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА № 2

«Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти  
Спеціальність 054 Соціологія  
Освітньо-професійна програма «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»  
вид дисципліни обов'язкова  
факультет соціологічний

2024/ 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою соціологічного факультету  
ХНУ імені В.Н. Каразіна

“ 26” червня 2024 року, протокол № 9

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: (вказати авторів, їхні наукові ступені, вчені звання та посади)

Солдатенко Ірина Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри  
прикладної соціології та соціальних комунікацій ХНУ імені В.Н. Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій  
соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

Протокол від “07” червня 2024 року №11

Завідувачка кафедри \_\_\_\_\_



Ірина СОЛДАТЕНКО

Гарант ОПП «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»

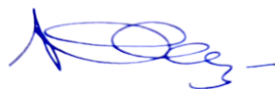
Ірина СОЛДАТЕНКО



Програму погоджено методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені  
В.Н.Каразіна

Протокол від “ 24” червня 2024 року № 8

Голова методичної комісії \_\_\_\_\_



Юлія СОРОКА

## **ВСТУП**

### **1. Опис навчальної дисципліни**

#### **1.1. Мета викладання навчальної дисципліни**

Курсова робота є обов'язковою складовою частиною процесу підготовки бакалавра за спеціальністю 054 «Соціологія». Курсова робота виконується з метою закріплення, поглиблення і узагальнення знань, одержаних студентами за час навчання та їх застосування до комплексного вирішення конкретного фахового завдання.

Курсова робота демонструє вміння працювати з літературою, досліджувати, аналізувати, систематизувати, узагальнювати науковий досвід, вести наукові дослідження самостійно. Підготовка цієї роботи дає можливість студентам систематизувати здобуті теоретичні знання, розвивати креативне мислення, аналізувати та порівнювати різні теоретичні підходи щодо розв'язання певної практичної проблеми.

Міждисциплінарна курсова робота № 2 є одним із видів наукової роботи, самостійним навчально-науковим дослідженням студентів освітньо професійної програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю», виконується на другому курсі та поєднує результати вивчення таких дисциплін циклу професійної підготовки бакалавра: «Теорія і практика зв'язків з громадськістю», «Сучасні соціологічні теорії».

Мета міждисциплінарної курсової роботи – вирішення конкретної соціальної проблеми, яка була обрана за допомогою курсу «Сучасні соціологічні теорії», засобами PR та реклами.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі мають набути компетентності та демонструвати результати навчання, що описані нижче.

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти, які забезпечуються цією міждисциплінарною курсовою роботою:

Інтегральна компетентність:

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.

Загальні компетентності:

ЗК02. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК03. Здатність працювати в команді

ЗК05. Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї.

Фахові компетентності:

СК01. Здатність оперувати базовим категоріальним апаратом соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.

СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

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

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

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

Програмні результати навчання:

РН01. Використовувати понятійний апарат соціології, реклами, зв'язків з громадськістю в професійній діяльності.

РН02. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

РН05. Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.

РН07. Уміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

РН08. Обґрунтувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

PH10. Володіння навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.

PH11. Здатність презентувати результати соціологічних досліджень для фахівців і нефахівців.

В ході підготовки курсової роботи студенти використовують різні джерела інформації, якими можуть бути:

- навчальна література з теорії та практики зв'язків з громадськістю, соціології – підручники, навчальні посібники, монографії, методичні розробки;
- наукові дослідження в галузі зв'язків з громадськістю, соціології;
- довідкова література (словники), що містить тлумачення основних понять;
- електронні засоби інформації – ресурси Інтернету, сайти, YouTube, Телеграм канали, які містять інформацію за темою курсової роботи.

### **1.2. Основні завдання вивчення дисципліни**

- ⇒ розвиток навичок творчої самостійної роботи;
- ⇒ оволодіння загальнонауковими і спеціальними методами сучасних наукових досліджень;
- ⇒ поглиблене вивчення будь-якого питання, теми навчальних дисциплін за програмою курсової роботи.

### **1.3. Характеристика навчальної дисципліни:**

Загальна кількість годин: 90

Вид роботи: - самостійна робота студента

Семестр: 4-й

Вид контролю: чотирирівнева шкала оцінювання.

Програма розроблена для всіх форм навчання студентів.

### **1.4. Заплановані результати навчання**

Під час виконання міждисциплінарної курсової роботи студенти повинні досягти таких результатів:

1. Систематизація, закріплення, розширення та застосування теоретичних знань і практичних навиків з циклу професійних дисциплін “Теорія і практика зв’язків з громадськістю”, “Сучасні соціологічні теорії”.
2. Розвиток та закріплення навиків самостійної роботи.
3. Знання і вміння використовувати понятійний апарат соціології, реклами, зв’язків з громадськістю в науковій діяльності.
4. Вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.
5. Вміння обґрунтувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

## **2. Тематичний план навчальної дисципліни**

1. Соціологія як теоретична база PR-діяльності.
2. Довіра - основа ефективних комунікацій.
3. Світові стандарти сучасної PR-діяльності.
4. Репутаційний менеджмент.
5. Теоретичні засади публік рилейшнз.
6. Корпоративна культура організації: шляхи і методи формування.
7. Технології формування корпоративного іміджу.
8. Аудіовізуальні засоби в організації зв'язків з громадськістю.
9. Антикризові публік рилейшнз.
10. Інтернет-комунікації як інструмент PR-діяльності.
11. Райтинг у професійній діяльності PR-фахівця.
12. Стратегічне планування в PR -діяльності.
13. PR у соціальній сфері.
14. Зв'язки з громадськістю у сфері освіти.
15. Соціальна PR -кампанія: планування та проведення.
16. Соціальні мережі та їх роль у зв'язках з громадськістю.
17. PR у комерційній сфері.
18. Історичні витоки PR.
19. “Сучасність” як семантичне і культурне поле. Соціологічні визначення сучасності.
20. Функції соціального конфлікту (за Л.Козером).
21. Соціологія раціонального вибору.

22. Поняття комунікативної дії в працях Ю.Габермаса.
23. Подолання суб'єкт-об'єктного протиставлення: П.Бурд'є.
24. Поняття соціальної взаємодії у П.Бурд'є.
25. Соціоаналіз П.Бурд'є.
26. Постмодерна соціологія З.Баумана.
27. Вплив соціології на суспільні практики.
28. Проблема становлення особистості у “суспільстві споживання”.
29. Критика Модерну в сучасних соціологічних теоріях.
30. Критика теорій соціального конфлікту.
31. Аналітика конфлікту.
32. Проблема розуміння і категорія “соціальної дії” в соціологічній перспективі.
33. Феноменологічний принцип “суб'єктивної інтерпретації” у соціальному пізнанні.
34. Комунікативна модель суспільства в соціології (Ч. Х. Кулі, Дж. Мід, Г. Блумер, Ю. Хабермас та ін.).
35. Можливості використання теорії систем у сучасній соціології.
36. “Електронна комунікація”: переваги та недоліки.
37. Вразливі місця інформатизованого суспільства.
38. Інформаційне суспільство та проблема приватності.
39. Інтелектуальна біографія “людини Інтернету”.
40. Ідентичність та ідентичності.
41. Позитивні та негативні наслідки інформатизації.
42. Що означає “мислити соціологічно”.
43. “Драматургічний підхід” Е. Гоффмана.
44. Правове й етичне регулювання діяльності медіа в Україні.
45. Авторське право та суміжні права в медіапросторі.
46. Маніпулювання аудиторіями через порушення стандартів журналістики.
47. Бізнес- модель медіакомпанії.
48. Проблема медіасоціалізації.
49. Особливості медійного впливу на дітей різного віку.
50. Медіа як ресурс особистості.
51. Вплив медіа на інтелектуальний розвиток особистості
52. Проблема медіазалежності.
53. Проблема медіанасильства та зростання агресії.
54. Реклама як інструмент медіа впливу.
55. Види аналізу медіатекстів різних видів медіа.



56. Критичний мислення.
57. Загальні тенденції в сфері нових медіа.

### **Рекомендована тематика PR проектів**

58. Довіра – основа ефективних комунікацій
59. Світові стандарти сучасної PR-діяльності
60. Репутаційний менеджмент
61. Теоретичні засади публік рилейшнз
62. Корпоративна культура організації: шляхи і методи формування
63. Технології формування корпоративного іміджу
64. Аудіовізуальні засоби в організації зв'язків з громадськістю
65. Антикризові публік рилейшнз
66. Інтернет-комунікації як інструмент PR-діяльності
67. Райтинг у професійній діяльності PR-фахівця
68. Стратегічне планування в PR -діяльності
69. PR у соціальній сфері
70. Зв'язки з громадськістю у сфері освіти
71. Соціальна PR-кампанія: планування та проведення
72. Соціальні мережі та їх роль у зв'язках з громадськістю
73. PR у комерційній сфері
74. Історичні витоки PR.

Обрана студентами тема курсової роботи узгоджується з науковим керівником і затверджується на засіданні кафедри. Подальша зміна або коригування назви теми можливі лише з дозволу наукового керівника за умови достатнього обґрунтування студентами цих змін.

### **3. Структура курсової роботи**

Курсова робота складається з наступних складових частин:

- титульний аркуш;
- зміст;
- перелік умовних скорочень (за необхідності);
- вступ;



- основна частина, що складається з окремих розділів, які можуть, в свою чергу, поділятися на підрозділи / пункти та підпункти;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності);
- тези наукової доповіді у додатках.

Загальний розмір курсової роботи без списку використаних джерел та додатків – 21-27 сторінок.

#### **4. Методи контролю**

Максимальна оцінка за виконання курсової роботи складає 100 балів.

Після здачі курсової роботи на кафедрі її остаточне оцінювання змісту та оформлення тексту здійснює науковий керівник.

До захисту допускаються роботи, оцінка керівника за текст яких складає не менше 40 балів.

Комісія кафедри під час проведення захисту курсової роботи заслуховує доповідь студента та студентки про виконану курсову роботу та ознайомлюється з оцінкою її керівника. Під час захисту роботи викладачі можуть ставити питання за темою роботи. Відповіді на додаткові запитання також впливають на остаточну оцінку.

За результатами захисту курсової роботи комісія формує оцінку та заносить до іспитової відомості та залікової книжки.

Після захисту курсової роботи зберігаються на кафедрі та в електронному вигляді в Google Class.

Таблиця 4.1 Шкала оцінювання курсової роботи

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

Таблиця 4.2 Схема нарахування балів

Складові оцінки за курсову роботу	Кількість балів (максимум)
<b>1. Зміст курсової роботи</b>	<b>60</b>
– самостійність, логічність та послідовність викладення матеріалу; відповідність змісту плану роботи; ступінь завершеності дослідження;	25
– актуальність, оригінальність, присутність міждисциплінарних підходів, ступінь новизни роботи та значимість теоретична та практична;	15
– вміння здійснити теоретичний аналіз, використання наукових категорій та їх розгортання в межах обраної теми, здатність пов'язати теоретичні положення із потребами сучасної практики, здатність робити аргументовані висновки/ рекомендації;	15
– підбір використаних джерел інформації, глибина їх опрацювання та використання;	5
<b>2. Тези наукової доповіді</b>	<b>10</b>
<b>3. Презентація-захист курсової роботи:</b>	<b>20</b>
– публічний виступ (зміст, мова та стиль, регламент);	
– мультимедійна презентація (дизайн та зміст):	10
– відповіді на запитання (рівень володіння матеріалом теоретичних курсів та змісту виконаної роботи).	5
	5
<b>4. Оформлення курсової роботи та дотримання термінів подання тексту роботи науковому керівнику:</b>	<b>10</b>
– оформлення курсової роботи (відповідність вимогам, грамотність, мова і стиль викладання, охайність);	5
– дотримання термінів подання тексту курсової роботи.	5
<b>Загальна максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

Таблиця 4.3 Критерії оцінювання курсової роботи

Кількість балів	Критерії оцінювання
1	2
<b><i>Високий рівень</i></b> 90 – 100 балів <b><i>відмінно</i></b>	<p>Зміст курсової роботи відповідає обраної тематики та змісту плану роботи, продемонстрована актуальність, здійснено ґрунтовний аналіз усіх аспектів проблеми, присутні міждисциплінарні підходи, докладно опрацьовані та використані сучасні наукові джерела, матеріал роботи добре структурований, логічно викладений, самостійна практична частина характеризується творчим оригінальним підходом та викладом, висновки аргументовані та відповідають завданням роботи. Продемонстровано здатність пов'язати теоретичні положення із потребами сучасної практики. Дослідження завершене, має обґрунтовану теоретичну та практичну значимість. Виступ та відповіді на запитання при захисті роботи ґрунтовні та змістовні. Мультимедійна презентація зроблена на високому візуальному та контентному рівні.</p> <p>Курсова робота написана грамотно, науковим стилем, наявні всі структурні компоненти, оформлена з дотриманням встановлених норм та правил. Підготовлені тези наукової доповіді. Терміни подання тексту курсової роботи додержані.</p>

<p><b><i>Середній рівень</i></b> 70 – 89 балів <b><i>добре</i></b></p>	<p>Зміст курсової роботи відповідає обраної тематиці та плану, здійснено загальний теоретичний аналіз усіх аспектів проблеми, присутність міждисциплінарних підходів задовільна, використані не всі сучасні наукові джерела та опрацьовані недостатньо, матеріал роботи не завжди добре структурований та логічно, послідовно викладений, самостійна практична частина характеризується задовільним творчим оригінальним підходом та викладом, висновки в цілому відповідають завданням роботи. Дослідження завершене, в цілому вдалося продемонструвати здатність пов'язати теоретичні положення із потребами сучасної практики, отримані результати мають певну теоретичну та практичну значимість. Підбір використаних джерел інформації переважно якісний, але глибина їх опрацювання та використання задовільні. Виступ та відповіді на запитання при захисті курсової роботи в цілому змістовні. Мультимедійна презентація зроблена на середньому візуальному та контентному рівні. Курсову роботу в цілому оформлено з дотриманням встановлених академічних норм та правил, наявні всі основні структурні компоненти, текст представлено переважно в межах наукового стилю та правил орфографії. Терміни подання тексту курсової роботи дотримані</p>
<p><b><i>Низький рівень</i></b> 50 – 69 балів <b><i>задовільно</i></b></p>	<p>Теоретичний аналіз не повною мірою відповідає темі, меті та завданням курсової роботи, міждисциплінарний підхід незадовільний, використані наукові джерела не дають можливості повністю розкрити проблему, самостійний практичний матеріал у роботі незадовільний, висновки не повністю відповідають матеріалу роботи. Незадовільно обґрунтована теоретична та практична значимість курсової роботи, а також продемонстрована загальна здатність використання наукових категорій та їх розгортання в межах обраної теми є, але здатність пов'язати теоретичні положення із потребами сучасної практики незадовільна. Виступ та відповіді на запитання при захисті роботи не завжди доказові. Мультимедійна презентація зроблена на низькому візуальному та змістовному рівні. Курсову роботу в цілому оформлено з дотриманням встановлених академічних норм та правил, але є багато недоліків та зауважень. Тези</p>

	наукової доповіді відсутні або вони не відповідають вимогам. Терміни подання тексту курсової роботи дотримані.
<b>Незадовільний рівень</b> 1 – 49 балів <b>незадовільно</b>	Теоретичний аналіз не відповідає темі, меті та завданням курсової роботи, міждисциплінарний підхід формальний або відсутній, використані наукові джерела не дають можливості розкрити проблему, висновки не відповідають матеріалу роботи, наявні не всі основні структурні компоненти, оформлення курсової роботи не відповідає встановленим академічним правилам. Виступ та мультимедійна презентація відсутні. Тези наукової доповіді відсутні. Текст курсової роботи було подано вчасно.

Виконання курсової роботи передбачає дотримання правил академічної доброчесності:

- ⇒ самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- ⇒ посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- ⇒ дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- ⇒ надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

## 5. Рекомендована література

1. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців.-Київ, 2016 (@Міжнародний банк реконструкції та розвитку/Світовий банк).- 256 с.
2. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-е вид. доп. і перероблене. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
3. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2024. 384 с.

4. Методичні вказівки до виконання Міждисциплінарної курсової роботи №2 за спеціальністю 054 Соціологія (освітньо-професійна програма «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю») для студентів усіх форм навчання / Упор.: Т.М. Байдак, В.О. Болотова, О.Б. Буданова І.О. Солдатенко, О.В. Чернявська – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. – 47 с.
5. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. – 260 с.
6. Штомпка, П. (2022). Соціальний капітал. Теорія міжособистісного простору. Київ: Дух і Літера. 400 с.

#### **Допоміжна література**

1. Бернерс-Лі Т. Заснування Павутини: З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа / Перекл. з англ. А. Іщенка. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. — 207 с.
2. Лисий А. О. Методологічні основи дослідження PR-діяльності підприємств // Право та державне управління, № 4, 2020, С. 241-249
3. Потятинник Б. Медіа: Ключі до розуміння. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.
4. Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів // Communications and Communicative Technologies. Вип. 20. 2020. URL: [https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program\\_5e58ee891b319.pdf](https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5e58ee891b319.pdf) (дата звернення: 31.01.2022)
5. Рущенко І.П. Від «кримінальної революції» до «кримінального суспільства» // Соціологія: теорія, методологія, маркетинг. – 2014
6. Рущенко І.П. Російсько-українська гібридна війна: погляд соціолога: монографія / І. П. Рущенко. – Х.: ФОП Павленко О., 2015. – 268 с.

#### **Нормативні посилання**

1. Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0173-93#top>
2. ДСТУ 3008-2015 «Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання» URL: [http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/3659\\_3008-2015.PDF](http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/3659_3008-2015.PDF)
3. ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» URL: <http://lib.vntu.edu.ua/pages/499.html>