



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму
«Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з
громадськістю»
за спеціальністю С5 «Соціологія»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Навчально-наукового інституту соціології та
медіакомунікацій
Харківського національного університету імені В.Н.
Каразіна

Освітньо-професійна програма «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю» є цілісною, логічно структурованою та відповідає стандарту вищої освіти за спеціальністю С5 «Соціологія». Програма поєднує фундаментальну соціологічну підготовку з прикладними компонентами у сфері реклами, зв'язків з громадськістю та комунікаційних технологій.

Зміст освітніх компонентів забезпечує формування інтегральної компетентності здобувачів, зокрема здатності здійснювати соціологічний аналіз, планувати та реалізовувати комунікаційні кампанії, працювати з інформацією та даними, дотримуючись професійних та етичних стандартів. Особливої уваги заслуговує наявність дисциплін, спрямованих на опанування сучасних медіапрактик, візуалізації даних, роботи в цифровому середовищі та реалізації практичних проєктів.

Освітня програма демонструє орієнтацію на актуальні суспільні виклики, зокрема функціонування комунікацій у кризових умовах та трансформаційних процесах сучасного українського суспільства.

Водночас, з метою подальшого вдосконалення програми доцільно розглянути такі побажання:

- 1.Посилити компонент цифрової аналітики комунікацій, зокрема шляхом розширення змісту дисциплін «Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації» та «Влада комунікацій у просторі соціальних мереж» темами, пов'язаними з аналізом цифрових метрик, соціальних медіа-аналітикою та оцінюванням ефективності онлайн-комунікацій.
- 2.Розглянути можливість включення до обов'язкової частини або як окремого модуля у межах дисципліни з PR-тематики блоку зі стратегічних та кризових комунікацій, що дозволить систематизувати знання здобувачів щодо управління репутаційними ризиками та комунікаціями в умовах невизначеності.
- 3.Ініціювати впровадження постійних курсів або модулів зі штучного інтелекту (ШІ) у сфері комунікацій, аналітики та соціологічних досліджень. В сучасних умовах стрімкої цифрової трансформації та розвитку генеративних технологій володіння інструментами ШІ стає базовою професійною компетентністю для молоді.

TVIR



Для випускників освітньої програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю» особливо важливо розуміти принципи роботи алгоритмів, можливості автоматизованої аналітики даних, використання ШІ в створенні контенту, медіамоніторингу, прогнозуванні поведінки аудиторій та оцінюванні ефективності комунікаційних кампаній. Системне включення таких курсів підвищить конкурентоспроможність випускників на ринку праці та відповідатиме глобальним тенденціям розвитку професії.

Зазначені рекомендації не потребують суттєвої зміни структури освітньої програми, проте сприятимуть підвищенню її конкурентоспроможності, інноваційності та відповідності сучасним вимогам ринку праці.

Загалом освітньо-професійна програма «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю» відповідає сучасним вимогам до підготовки бакалаврів соціології та може бути рекомендована до реалізації в освітньому процесі.

Рецензент:

Зарубіна Юлія Володимирівна
Head of Operations, Elements of a Soul
Founder & CEO, Creative agency TVIR

✉ y.zarubina@tvir.eu

✉ yulia@elementsofasoul.com
team@elementsofasoul.com

🌐 www.tvir.eu

🌐 www.elementsofasoul.com