

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»
денної форми навчання
з дисципліни «Соціологія комунікацій»

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

Голова науково-методичної комісії
соціологічного факультету



Юлія СОРОКА

Харків — 2021

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».

Основи теорії комунікації

Поняття комунікації, її схема, елементи та функції. Комунікація як життєва потреба, як засіб забезпечення успішності спільної діяльності людей, як засіб презентації і само презентації, як засіб формування іміджу, репутації. Вплив сучасних комунікаційних технологій на життєдіяльність індивіда, групи, суспільства. Інтегральні комунікації.

Комунікативна компетентність особистості. Закони та категорії теорії комунікації. Ключові категорії теорії комунікації. Функції та методи теорії комунікації. Процес розвитку засобів комунікації. Комунікативні революції. Г.М. Маклюен про "холодні" і "гарячі" засоби комунікації.

Уявлення про комунікацію як про процес і структуру. Структурні моделі комунікації. Перші підходи до розуміння комунікацій. Сучасні теорії комунікації. Інтеракціоністський підхід до розуміння комунікацій. Технократична група теорій комунікацій. Інтеракціоністська група теорій комунікацій. Комунікативний простір. Сфери комунікації. Соціальна комунікація: поняття, характерні риси, функції. Тренди розвитку комунікацій: глобалізація комунікацій, віртуалізація комунікацій, візуалізація комунікацій, конвергенція комунікацій.

Тренди розвитку сучасних соціальних комунікацій: глобалізація комунікацій, віртуалізація комунікацій, візуалізація комунікацій. Процес комунікації та його елементи. Одиниці аналізу комунікації. Основні поняття і терміни, використовувані для аналізу комунікативного процесу та його елементів. Кодування і декодування в комунікаційних процесах. Комунікатори і комуніканти як суб'єкти комунікації. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів. Типи комунікантів. Структурні моделі комунікації. Семіотичні моделі комунікації.

Поняття «комунікативні бар'єри». Множинність класифікацій комунікативних бар'єрів. Ефективність комунікацій і стилі комунікацій. Цензура як специфічний бар'єр комунікації, її види, методи, мімікрія, роль в сучасному комунікативному просторі. Технології подолання комунікативних бар'єрів.

Вербальні комунікації в комунікативному просторі. Семіотика, синтактика, семантика, прагматика та їх роль у дослідженні вербальних комунікацій.

Вербальна комунікація: форми, стилі, контексти. Стратегії вербального впливу. Форми мовної комунікації.

Невербальна комунікація, її сутність, компоненти. Види невербальної комунікації: кінетика, проксемика, хронеміка, окулістика, такесика та сенсорика. Невербальні компоненти комунікації: погляд, дотики, жести. Способи взаємозв'язку між вербальною і невербальною комунікацією. Сутність, характеристика і засоби паравербальної комунікації.

Загальна характеристика кризових, політичних, релігійних комунікацій. Рівні комунікації. Загальна характеристика міжособистісних, групових, публічних, ділових, організаційних комунікацій. Публічна комунікація як різновид соціальної комунікації. масової комунікації: поняття, типологія. Масова комунікація: поняття, характеристики, види, формати, форми, функції.

Теорія та практика зв'язків з громадськістю

Вивчення теорії та практики зв'язків з громадськістю, підходів та технологій PR діяльності, уявлення про історію виникнення та розвитку публік-релейшнз як професійної діяльності, мету та функції PR-діяльності, вимоги до фахівця з PR та сфери його діяльності, поняття «громадськість» у теорії і практиці PR та головні принципи комунікації з різними типами громадськості у рамках проведення PR-кампаній, сутність, етапи та елементи комунікації, вплив публік-релейшнз на громадську думку, способи, інструменти та канали цього впливу, галузі функціонування PR-діяльності, завдання PR-кампаній комерційних та некомерційних організацій, взаємодію зі ЗМІ під час PR- кампанії, особливості антикризової PR-кампанії, методи збору інформації у практиці PR, планування, програмування, реалізацію PR-кампанії.

Комунікативні технології у соціальних медіа

Поняття соціальних медіа та їх класифікація. Особливості застосування комунікативних технологій у соціальних медіа.

Види та технології реклами для просування у соціальних медіа. Види та технології PR для просування у соціальних медіа.

Поняття та особливості контекстної реклами, переваги та недоліки. Особливості застосування банерної реклами в соціальних медіа. Поняття нативної реклами та можливості використання у соціальних медіа.

SMM: мета, завдання, методи та прийоми. Мобільний маркетинг. Поняття та особливості таргетованої реклами. Визначення та специфіка таргетингу у соціальних медіа. Види таргетингу. Цільова аудиторія в соціальних мережах та інструменти її дослідження.

Особливості побудови та просування бренду у соціальних медіа (е-брендинг). Сторітелінг та історія бренду: особливості застосування технології у соціальних медіа.

КРІ: особливості оцінки ефективності дій у соціальних медіа. Найпоширеніші КРІ, які застосовуються у соціальних медіа. Застосування індексу Фога та формули Флеша. Особливості оцінки ефективності публіка.

Контент-маркетинг: визначення та основні постулати. Поняття, характеристики, типи та види контенту. Контентна стратегія та контент-план. Ключові повідомлення як елемент контентної стратегії. Хмара тегів та їх роль у просуванні в соціальних медіа. Типи контенту та особливості їх застосування для просування у соціальних медіа. Вимоги до поста у соціальних медіа. Види візуалізації контенту у соціальних медіа. Інфографіка, основні принципи підготовки, напрямки використання у соціальних медіа.

Функціональні можливості сторінки та співтовариства у соціальних мережах як інструменту PR та реклами. Функціональні можливості Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp тощо. Рекламні та PR-інструменти для просування офіційної сторінки, власного акаунту та групи у Facebook. Інструменти просування бізнес-акаунту в Instagram.

Маніпулятивні технології у соціальних медіа: види та методи протидії. Хайп як маніпулятивна технологія. Алгоритм запуску хайпу у соціальних медіа. Алгоритм поведінки у разі потрапляння у ситуацію «флейму». Алгоритм дій для реакції на негативний коментар у соціальних медіа, який вимагає обов'язкової відповіді. Основні постулати мережевого етикету.

Основи журналістики

Основні завдання теорії журналістики на рівні об'єкту, предмету, методів вивчення. Особливості журналістики та комунікативних дисциплін. Теорія журналістики як спеціальна комунікативна теорія. Масова інформація - фундаментальне поняття в структурі системи категорій теорії та практики сучасної журналістики.

Теоретичні, соціально-політичні та історичні передумови становлення журналістики як соціального інституту. Сучасний стан журналістики як соціального інституту: особливості та характеристики. Криза у традиційному розумінні місця та ролі журналістики. Специфіка комунікативних можливостей журналістики як соціального інституту в умовах нових медіа.

Функції журналістики, їх обґрунтування. Функціональний підхід до журналістської діяльності. Функціональна роль ЗМК в громадській системі та представлення про функції різних суб'єктів системи журналістської діяльності. Функціональні, дисфункціональні, нефункціональні, афункціональні результати. Функції журналістики як система, їх заємодоповнення в масово-інформаційному та комунікативному процесі.

Множинність значень терміну «інформація» при його використанні у повсякденній журналістській діяльності. Якісна специфіка теоретичного

змісту поняття «інформація». Інформація потенційна, прийнята і реальна. Масово-інформаційна природа журналістики. Три етапи масово-інформаційного процесу. Семантика, синтактика, прагматика журналістського нарративу. Три критерії інформативності.

Ефективність як міра результативності взаємодії з масовою аудиторією. Результативність як міра функціонального досягнення цілі. Можливі варіанти дії ЗМК на споживача інформації. Формула дієвої результативності. Ефективність журналістської діяльності – показник успішності діяльності по досягненню встановлених цілей. Взаємозалежність ефективності та дієвості в журналістиці.

Новинна інформація: онтологічний та гносеологічний сенси. Багатовимірність дефініції «новини». Методологічний базис досліджень журналістських новин, новинної комунікації.

Новини як одночасний засіб комунікації та інформації. Потреба в новинах як стимул виникнення та розвитку сучасного комунікативного простору. Дослідження диверсифікація мультимедійного (конвергентного) контенту новин.

Журналістика нових медіа: конвергенція, яка заснована на інтернет-комунікації, зміни параметрів масової інформації як базової категорії інтернет-комунікації. Дискурс конвергентної журналістики в нових медіа. Створення, редагування та управління інтернет-контентом, виготовлення конвергентного дискурсу з урахуванням специфіки нового інформаційно-комунікативного середовища. Журналістика та блогосфера, громадські медіа, громадська журналістика.

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. Децильні коефіцієнти диференціації споживання. Коефіцієнти еластичності споживання. Вибіркові обстеження бюджетів домогосподарств. Джерела статистичної інформації про доходи населення і споживання матеріальних благ та послуг.

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 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 дослідження медіакомунікацій сутність, сфери застосування та можливості в дослідженні медіакомунікацій.

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

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

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 вибіркова сукупність. Параметри й статистики. Основа вибірки, одиниці відбору, одиниці спостереження й об'єкти репрезентації відбору в соціологічному дослідженні. Прості схеми імовірного відбору. Імовірнісний і систематичний відбір. Різновиду й можливості методів стихійного відбору. Складні схеми формування вибіркової сукупності. Багатоступінчаста вибірка. Особливості використання вибіркового методу. Достоїнства 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.

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: конструктивна, 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. Репрезентаційній 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 вибіркові 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 щирості 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. Процедури 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 паспорта масиву анкет. Особливості опису ознак, виміряних за допомогою різних шкал: метричних, порядкових, номінальних, номінальних із сумісними альтернативами. Редагування паспорта 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.

Оцінка ефективності інформаційно-комунікативних кампаній

Об'єм продажу, прибутковість і ROI в оцінці ефективності рекламних кампаній. Показник медіа-плану GRP як джерело оцінки ефективності рекламної кампанії. Комунікаційні ефекти реклами: знання (популярність) торгової марки. WARC-фрейм оцінки креативної ефективності реклами.

АМЕС-фрейм оцінки зв'язків з громадськістю. Барселонські принципи вимірювання і оцінки ефективності PR. Розрахунок ER для соціальних мереж. КРІ для PR-фахівця у соцмережах. Макромодель оцінки PR-кампаній джо Макнамари. Оцінка ефективності внутрішніх комунікацій Ангели Сінікас.

Соціологія культури

Соціологічне розуміння зв'язків людини, суспільства та культури. Онтологія сучасного суспільства: принципова нецілісність та множинність. Феномен влади, прямі й дискурсивні влади. Поняття культурних механізмів влади. Символ як елемент культури. Символічний простір, символічний капітал, символічна влада. Символ в процесах номінації, класифікації, кодифікації. Соціологічне визначення ритуалу. Ритуал і цінності, соціальні інститути та пам'ять спільноти. Специфіка ритуалів у сучасному суспільстві. Свята. Ритуали в процесах легітимації влади. Міф в культурі. Характеристики міфологічного мислення. Міф та суспільство. Три аспекти зацікавленості соціології міфом. Міф та цінності. Міфологічне мислення та явище натуралізації. Культурна неоднорідність та поняття полікультурності. Концепти осягнення культурної неоднорідності. Критика концептів культурної неоднорідності та її критерії. Інший в перспективі полікультурного суспільства. Соціокультурна номенклатура Іншого. Культурні механізми розрізнення груп та категорій: чужий та ворог в перспективі реалізації влади в суспільстві. Культурне розмаїття як ресурс розвитку. Культурна політика національної держави та проблеми толерантності.

Соціологія економіки

Економіка і соціологія: етапи взаємодії і відповідь на виклики цифрового суспільства. Особливості підходу соціолога та економіста до аналізу економічних явищ (процесів). Етапи взаємодії між економічною теорією і соціологією економіки. Обмеженість економічного підходу до аналізу соціальних практик, явищ і процесів.

Роль соціології економіки в поясненні динаміки економіки України. Соціальні фактори економічного розвитку. Методика и техніка соціологічних досліджень у сфері економіки.

Соціально-економічна структура суспільства і соціальні нерівності. Основні напрямки соціально-структурного аналізу економіки. Еволюція економічних інститутів суспільства та їх вплив на соціальну стратифікацію.

Моделі соціально-економічних структур. Економічна стратифікація: об'єктивні та суб'єктивні виміри. Соціально-економічні групи. Економічна мобільність: визначення поняття, його операціоналізація. Соціально-економічні групи з погляду їх доходів. Соціальна картина розподілу доходів

в сучасному українському суспільстві. Бідність і багатство в економіко-соціологічному вимірі. Соціальна нерівність у вимірі соціології економіки. Економічна мобільність в соціологічному вимірі. Нові рівні експлуатації та соціальної стратифікації, що складаються у віртуальному просторі.

Економічна культура та економічна свідомість. Роль культурних факторів у розвитку економіки. Економічна культура: поняття, складові, функції, рівні реалізації. Інституційний і особистісний аспект економічної культури. Методи соціологічного вивчення економічної культури.

Ринок у соціокультурному вимірі. Конкуренція як соціальний процес. Формування нової конкурентної ситуації в умовах постіндустріального суспільства. Параметри соціологічного вивчення послуг.

Соціальна сутність економічної поведінки. Особливості соціологічного вивчення економічної поведінки. Соціологічна діагностика економічної поведінки: критерії, показники, чинники. Зміст, структура та функції економічної поведінки.

Види економічної поведінки. Деструктивні форми економічної поведінки, їх класифікація, соціологічні характеристики. Поведінка у сфері споживання в соціологічному вимірі. Суспільство споживання і його основні тенденції. Місце споживання серед цінностей суспільства, класу, групи, особистості.

Поведінка у сфері підприємництва в соціологічному вимірі. Соціокультурні моделі підприємницької поведінки. Методи соціологічного вивчення підприємницької поведінки. Зміст, типи та механізми формування підприємницької культури. *Поведінка у сфері зайнятості і на ринку праці в соціологічному вимірі.* Основні моделі зайнятості в сучасному світі, їх соціологічні характеристики. Соціальні функції ринку праці.

Основи маркетингу

Різновиди маркетингу: маркетинг споживчих товарів, маркетинг послуг, маркетинг у сфері некомерційної діяльності. Функції маркетингу. Загальні й специфічні функції маркетингу. Маркетинг як управлінський процес. Відділ маркетингу в структурі організації. Функції та задачі маркетингової служби.

Поняття маркетингового середовища. Взаємодія з маркетинговим середовищем. Макросередовище та мікросередовище маркетингу. Внутрішнє та зовнішнє мікросередовище маркетингу: чинники й суб'єкти мікросередовища. Основні типи посередників. Контактні аудиторії. Макросередовище маркетингу та його складові. Чинники макросередовища, стан і тенденції розвитку в світі й Україні.

Соціальна відповідальність і етика маркетингу. Критика маркетингу. Соціально-відповідальний маркетинг. Принципи взаємовідносин маркетингу й суспільства. Відносини із споживачами.

Сегментація ринку: сутність і мета. Поняття сегмента. Рівні та принципи сегментації ринків. Види сегментації: макросегментація та мікросегментація. Параметри сегментації ринку: географічні, демографічні, економічні, соціальні, психографічні, поведінкові. Вибір цільового сегменту ринку,

критерії його оцінювання. Стратегії охоплення ринку: цільовий, диференційований і масовий маркетинг. Критерії ефективної сегментації.

Позиціонування товару на ринку. Поняття товару. Поняття послуги. Набір споживчих параметрів товару. Класифікація товарів широкого вжитку. Стратегії позиціонування: за характеристиками товару; за перевагами; за використанням/застосуванням; за асоціаціями; за споживачами; за певним культом; за походженням; за ставленням до конкурентів; за товарною категорією; за співвідношенням «ціна – якість». Основні помилки позиціонування. Ключові чинники успішного позиціонування.

Конкурентоспроможність товарів на ринку. Чинники конкурентоспроможності. Конкурентні переваги, побудовані на якості товару. Поняття диференціювання товару. Напрями диференціювання (диференціювання продукту; супутніх послуг; персоналу; каналу розподілу; іміджу). Умови успішного диференціювання.

Життєвий цикл товару та його концепція. Критерії виокремлення етапів життєвого циклу. Етапи життєвого циклу товару: етап виведення на ринок, етап зростання, етап зрілості, етап занепаду. Стратегії маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару: цілі й характеристики.

Поняття маркетингового дослідження. Розроблення концепції маркетингового дослідження. Предмет і об'єкти маркетингового дослідження. Мета й завдання маркетингового дослідження. Принципи маркетингового дослідження.

Соціологія особистості та девіантної поведінки

Структура особистості Поняття структури особистості. Зовнішня та внутрішня структура особистості. Класифікація потреб: ієрархія потреб за А. Маслоу, система потреб Е. Фромма. Поняття інтересу. Особисті, групові та державні інтереси. Цінності особистості та їх види. Ціннісні орієнтації як ієрархія цінностей. Поняття настанови та диспозиції. Вищі та нижчі диспозиції. Мотиви та їх види: домінуючі та фонові, реальні, демонстративні та захисні. Соціальна роль та соціальний статус.

Соціалізація особистості. Соціалізація особистості як процес інтеграції індивіда у суспільство. Фактори соціалізації: макрофактори (країна, суспільство, етнос тощо); мезофактори (регіон, ЗМІ, субкультура тощо); мікрофактори (сім'я, школа, однолітки, сусіди тощо). Основні моделі соціалізації: когнітивна модель (Ж. Піаже), “Я-теорія” Дж. Міда, еволюційна модель соціалізації Е. Еріксона.

Соціальна адаптація особистості Поняття соціальної адаптації. Основні способи соціальної адаптації: асиміляція, акомодация, коадаптація, реадаптація, дезадаптація. Основні підходи до дослідження адаптації: функціоналістський, інтеракціоністський, еволюційний. Теорія адаптації Р. Мертона та форми індивідуального пристосування: конформність, інновація, ритуалізм, ретретизм, заколот. Види соціальних адаптацій особистості:

економічна, трудова, освітньо-педагогічна, екологічна, політична. Соціальної норми і цінності, процес соціалізації особистості та девіантна поведінка.

Що є девіація? Природа девіації: соціальні характеристики і соціальні ефекти девіації;

Девіантна поведінка і соціальний контроль. Інформаційне насильство як вид девіантної поведінки в сучасному світі (поняття, основні види/ форми, попередження/ боротьба). Девіантна поведінка в Інтернет-середовищі (поняття, основні види/ форми, попередження/ боротьба).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основи теорії комунікації

Адамьянц Т. З. Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Изд-во Юрайт, 2018. 200 с.

Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А., Швед Н. Г. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва: Юрайт, 2017. 486 с.

Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

Основы теории коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под ред. Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. Москва: Изд-во Юрайт, 2017. 193 с.

Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики; пер. с англ. Харьков: Гуманитарный центр, Науменко А. А., 2015. 688 с.

Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. М. А. Василика. Москва: Гардарика, 2006. 615 с.

Communication theory & research: Communication theory and research: an EJC anthology / Ed. by Denis McQuail a. o. London et al.: Sage publications, 2005. X, 306 p. (European journal of communication).

Ling R., Donner J. Mobile communication. Cambridge: Polity press, 2009. 200 p.

Эффективная коммуникация: история, теория, практика: Словарь-справочник / Отв. ред. М. И. Панов. Москва: ООО «Агентство «КРПА Олимп», 2005. 960 с.

Теорія та практика зв'язків з громадськістю

Аги У., Камерон Г., Олт Ф., Уилкокс Д. Самое главное в PR/ пер. С англ.- СПб.: Питер, 2004.- 560с.

Катлип, Скотт, М., Сентер, Аллен, Х., Брум, Глен, М.Паблик рилейшнз. Теория и практика.- М.: Издательский дом “Вильямс”, 2000.-624 с.

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.

Кривоносов А.Д. PR – текст в системе публичных коммуникаций.- 2-е изд., доп.- СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002.- 288 с.

Огилви Девид. О рекламе.-М.: Издательство Манн, Иванов и Фабер, 2012.- 240 с

Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття.- Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2017.- 260 с.

Сайтел Фрейзер П. Современные паблик рилешнз. М.: Консалтинговая группа “Имидж-Контакт”: ИНФА – М, 2002.-592 с.

Слободянюк Э.П. Клад копирайтера/ Элина Слободянюк.- Харьков:Фолио,2017.-220 с.

Шульц Говард, Гордон Джон.-Київ.: «Наш Формат», 2017.- 408 с.

Якокка Лі. Автобіографія/ Лі Якокка, Вільям Новак; пер. з англ. Г Литвиненко.- Х.: Вид-во «Ранок»: «Фабула», 2019.-384 с.

Комунікативні технології у соціальних медіа

Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. – М. : Изд-во: Альпина Паблишер, Юрайт, 2010. – 384 с.

Данченко Л. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации / Л. Данченко. – СПб : Питер, 2013. – 288 с.

Декерс Э. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном / Э. Декерс, Дж. Фоллс; пер. с англ. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 336 с.

Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Д. Каплунов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 496 с.

Кеннеди Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсети максимум / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс; пер. с англ. – М. : ООО «Альпина Паблишер», 2017. – 380 с.

Роуз Р. Управление контент-маркетингом. Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Р. Роуз, Д. Пулицци; пер. с англ. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.

Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй / А. Симмонс. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 141 с.

Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв’язки від масонів до фейсбуку / Н. Фергюсон; пер. з англ. Катерина Диса. – К. : Наш формат, 2018. – 552 с.

- Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.
- Бхаргава Р. Рождение i-брендов. Как выжить компаниям в эпоху социальных сетей / Р. Бхаргава. – М. : Эксмо, 2010. – 304 с.
- Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер. – М. : Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.
- Котлер Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Филип Котлер; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 240 с.
- Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики / А. Кошик. – М. : Диалектика, 2011. – 528 с.
- Макконелл Х. Эпидемия контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере / Х. Макконелл. – М. : Вершина, 2007. – 192 с.
- Одден Л. Продающий контент Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Ли Одден; пер. с англ. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 384 с.
- Скотт Д. М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Д. М. Скотт. – М. : ООО «Альпина Паблишер», 2011. – 411 с.
- Яцько Н. Б. PR та маніпуляції: практичний словник / Н. Б. Яцько. – К. : Видавець Карпенко В.М., 2013. – 472 с.
- Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 153 с.
- Вайнерчук Г. Информационный удар. Как сделать, чтобы в шумном медиамире услышали именно тебя / Г. Ванерчук. – СПб. : Питер, 2015. – 240 с.
- Куалман Э. Безопасная Сеть. Правила сохранения репутации в эпоху социальных медиа и тотальной публичности / Э. Куалман. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 214 с.

Основи журналістики

- Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібн. / пер. з нім. В. Климченко, А. Баканов. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
- Животко А. П. Історія української преси : навч. посіб. для студ. ф-тів журналістики вищих закл. освіти / М. Тимошик (упоряд.). – К. : Наша культура і наука, 1999. – 368 с.
- Здровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
- Квіт С. Масові комунікації : Підручник. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.

- Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А. Іщенка. – К. : Києво-Могилянська академія, 2007. – 324 с.
- Ла Рош, фон В. Вступ до практичної журналістики : навч. посіб. / пер. з фр. – К.: Академія Української Преси, 2005. — 229 с.
- Лубкович І. М. Соціологія і журналістика : підруч. для журналістів . – Львів : ПАІС, 2005. – 176 с.
- Рус-Моль Ш. Журналістика : посіб. / пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. – К. : Академія Української Преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.
- Халер М. Пошук і збір інформації : навч. посіб. / пер. з нім. за загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. – 308 с.
- Чекмишев О.А. Основи професійної комунікації: Теорія і практика новинної журналістики. – К.: Логос, 2004.
- Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн журналістики / пер. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 358 с.

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>.

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 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. Иванов. – 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.

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.

Оцінка ефективності інформаційно-комунікативних кампаній

Глосарій термінів з моніторингу та оцінювання. / Горошко А., Нарчинська Т., Озимок І., Тарнай В.– Київ: Українська асоціація оцінювання, 2014 – 32 с.

Кутлалиев А. Эффективность рекламы / А. Кутлалиев, А. Попов. - М.: Эксмо, 2005. - 416 с.

Ларионов Е. Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности PR /Ларионов Евгений. - 2015. Режим доступа: <http://www.exlibris.ru/upload/iblock/99b/tgrjgoh%20zqkqnekdgxd%20b1j.pdf>

Назайкин А.Н. Как оценить эффективность рекламы/ Назайкин А.Н.- Солон-Пресс, 2014. - 304 с.

Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании : Лучшее практ. руководство по планированию, исследованиям и оценке связей с общественностью / Т. Уотсон, П. Нобл ; Пер.с англ. А. Ю. Сидоренко. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2006. – 261 с.

Хон Л., Грунинг Д. Руководящие принципы для измерения взаимоотношений в области связей с общественностью. Перевод статьи Каталевский, Баснак,

- Фомина [Электронный ресурс]. – Режим доступа до матеріалів : <http://www.evarist.narod.ru/text16/019.htm> [accessed Feb 12 2021].
- Бахтина Н. Оценка эффективности PR [Электронный ресурс]. – Режим доступа до матеріалів : <http://pr.web-3.ru/effect/>. – Заголовок з екрана.
- Бернет Дж., Мориарти С., "Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход", // "Питер", С.-Пб., 2001;
- Знаменська М. А. Методичні підходи до оцінки ефективності програм комунікацій з населенням в охороні здоров'я / М. А. Знаменська // Україна. Здоров'я нації. - 2014. - № 2. - С. 42-45. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uzn_2014_2_10
- Лукашев А.В. Некоторые новые подходы к методологии оценки эффективности Public Relations <http://transfer.eltech.ru/innov/archive.nsf/0d592545e5d69ff3c32568fe00319ec1/e092de0935a35319c32569ca004f355c?OpenDocument>
- Основные принципы и стандарты оценки эффективности PR-технологий. Перевод статьи – Новакова О., Данильчева Д. [Электронный ресурс]. – Режим доступа до матеріалів : http://reklamate.ru/upload/Literatura/Osnovnie_principi_effektivnosti_reklami.pdf. – Назва з екрана.
- Оценка эффективности PR. Источник: Джо Маркони «PR: полное руководство» [Электронный ресурс]. – Режим доступа до матеріалів : http://www.adbusiness.ru/content/document_r_0F9C590D-3E93-4798-B597-41A9C5715444.html. – Назва з екрана.
- Пелленен Л.В. Эффективность и качество PR-деятельности: современные подходы к оценке [Электронный ресурс]. – Режим доступа до матеріалів : [www.kmk.susu.ac.ru/kmk_site/files/publications/pellenen.../ ozenka_pr.doc](http://www.kmk.susu.ac.ru/kmk_site/files/publications/pellenen.../ozenka_pr.doc). – Назва з екрана.
- Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. (Пер. с англ. - 2-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2001. - 651 с.
- Сендидж Ч., "Реклама. Теория и практика", // "Сирин" М. 2001
- Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001
- Стенякина Е. Оценка эффективности PR-деятельности: критерии и методы [Электронный ресурс]. – Режим доступа до матеріалів : http://www.createbrand.ru/biblio/pr/effect_pr.html. – Назва з екрана.

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

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

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 н\Д: 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.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – М.: Омега-Л, 2007. – 567 с.

Соціологія культури

Сорока Ю. Соціологія культури: навчально-методичний посібник. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 136 с.

Ионин Л. Социология культуры. М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2004. 427 с.

Соболевська М. Неофункціоналістські та постструктуралістські теорії в сучасній соціології: Навчальний посібник. К.: Дух і літера, 2010. 164 с.

Гендер для медій. Підручник / за ред. М. Маєрчик (гол. ред.), О. Плахотнік, Г. Ярманової. К.: Критика, 2013. 220 с.

Якісні дослідження в соціологічних практиках: навчальний посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Інститут соціології НАН України, 2009. 400 с.

Першоджерела:

Сорокин П. Родовая структура социокультурных явлений // Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. С. 190–220.

Бергер П., Лукман Т. Общество как объективная реальность // Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. С.80–209.

Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть // Начала / пер. с фр. Н. Шматко. М.: Socio-Logos, 1994. С. 181–208.

Герц К. Польза разнообразия // THESIS / пер. с англ., 1993. Вып. 3. С. 168–184.

Бурлачук В. Ф. Символ и власть. К.: ИС НАНУ, 2002. 266 с.

Крепон М. Європейські іншості / пер. з фр. К.: Український центр духовної культури, 2011. 184 с.

Ленуар Р., Мерлье Д., Пэнто Л., Шампань П. Начала практической социологии / пер. с фр. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2001. 406 с.

Максимович О. Міжкультурна комунікація як предмет міждисциплінарного теоретизування. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. Випуск 39. 2018. С. 85-89.

Малес Л. Вивчаючи тексти культури: соціокультурний аналіз як пізнавальна стратегія соціології. К.: КІС, 2011. 325 с.

Риддингс Б. Университет в руинах / пер. с англ. М.: ВШЭ, 2010. 304 с.

Рабошук К., Чуприна Н., Шаповал А., Гаевая И. Мода как социальное проявление поп-арта. Технології та дизайн, No 1 (22) 2017 р.

Скокова Л. Культурна партиципація в Україні: бар'єри та стимули. *Український соціум*. 2018, No 2 (65): 66-82

Сорока Ю. Свої, чужі, різні: соціокультурна перспектива сприйняття Іншого :
монографія. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 332 с.

Танчер В. Культурна ідентичність в полікультурному суспільстві. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти* [Онлайновий ресурс], 4 (2019): 271-285. Веб-ресурс. 21 Jul. 2020

Соціологія економіки

Радаев В. В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. Москва: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2009. 602 с.

Зарубина Н. Н. Экономическая социология: учебник и практикум для академического бакалавриата. 3-е изд. Москва: Изд-во Юрайт, 2015. 378 с.

Экономическая социология: автопортреты / Отв. ред. В. В. Радаев. М. С. Добрякова. Москва: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. 487 с.

Экономическая социология: Учебное пособие для вузов / Под ред. В. И. Верховина. Москва: Академический проект, 2006. 736 с.

Классика новой экономической социологии / пер. с англ. и с фр.; под науч. ред. В. В. Радаева, Г. Б. Юдина. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 381с.

Лукашевич М. П. Соціологія економіки: підручник. Київ: Каравела, 2005. 288 с.

Талер Р. Новая поведенческая экономика: Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать: пер. с англ. Москва: Изд-во Э, 2017. 366 с.

Анализ рынков в современной экономической социологии: пер. с англ. / отв. ред. В. В. Радаев, М. С. Добрякова. Москва: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2007. 423 с.

Булгаков С. Н. О рынках при капиталистическом производстве. Москва: Астрель, 2006. 528 с.

Валлерстайн И. Исторический капитализм. Капиталистическая цивилизация. Москва: ТНИ КМК, 2008. 176 с.

Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. Київ: Основи, 1994. 269 с.

Веблен Т. Теория праздного класса. Москва: Либроком, 2010. 368 с.

Беккер Г. С. Экономический анализ и человеческое поведение // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. Thesis. Москва: Начала-Пресс. Т. 1. Вып. 1. 1993. С. 24-40.

- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Москва: Добросвет, 2000. 388 с.
- Бодрийяр Ж. Система вещей. Москва: Рудомино, 2001. 218 с.
- Грановеттер М. Экономические институты как социальные конструкторы: рамки анализа. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2004. № 1. С. 76-89.
- Дюркгейм Э. О разделении общественного труда: Метод социологии / Пер. с фр. Москва: Наука, 1990. 576 с.
- Зелизер В. Социальное значение денег. Деньги на булавки, чеки, пособие по бедности и другие денежные единицы. Москва: ГУ ВШЭ, 2004. 284 с.
- Зиммель Г. Философия денег // Теория общества. Сборник. Москва: КАНОН-пресс- Ц, Кучково поле, 1999. С. 309-383.
- Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Москва: Наука, 1994. 444 с.
- Норт Д. Понимание процесса экономических изменений. Москва: ГУ ВШЭ, 2010. 256 с.
- Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени; пер. с англ. СПб.: Алетея, 2002. 320 с.
- Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. Челябинск: Социум, 2011. 394 с.
- Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма. Москва: Изд-во «Праксис», 2010. 264 с.
- Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва: Эксмо, 2007. 864 с.

Основы маркетингу

- Голубков Е.П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998. – 416 с.
- Голубков Е.П. Основы маркетинга : Учебник / Е.П. Голубков. – М. : Финпресс, 1999. – 656 с.
- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; 2-е изд. ; Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
- Котлер, Филипп. Основы маркетинга : Краткий курс / Филипп Котлер; Пер. с англ. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с.
- Котлер Филип. 300 ключевых вопросов маркетинга : отвечает Филип Котлер / Пер. с англ. – М. : ЗАО Олимп-Бизнес, 2006. – 224 с.
- Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство / Нэреш К., Малхотра ; 3-е издание : пер. с англ. – М. : Вильямс, 2002. – 960 с.
- Смит Пол Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / Пол Р. Смит ; Пер. со 2-го англ. изд. – К. : Знання-Прес, 2003. – 796 с.
- Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А. Черчилль ; Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 748 с.

- Алешина И.В. Поведение потребителей [Текст] : учебник / И. Алешина. – М. : Экономистъ, 2006. – 525 с.
- Байбардина Т.Н. Поведение потребителей [Текст] : Учебное пособие / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова, А.Я. Якимик. – Минск : Изд-во Гревцова, 2010. – 176 с.
- Байбардина Т.Н. Поведение потребителей [Текст] : Практикум / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухова. – Минск : Изд-во Гревцова, 2011. – 138 с.
- Голубков Е.П. Изучение потребителей [Электронный ресурс] / Е.П. Голубков. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-5/02.shtml>.
- Кревенс Дэвид Стратегический маркетинг / Дэвид Кревенс ; Пер. с англ. – 6-е изд. – М. : Вильямс, 2003. – 742 с.
- Поведінка споживачів [Текст] : навч. посіб. / Укл. С.В. Скибінський, Л.М. Орел, Центральна спілка споживчих товариств України. Львівська комерційна академія. – Львів. : Вид-во Львівської комерційної академії, 2003. – 112 с.
- Радаев В.В. Классификация современных форм розничной торговли [Электронный ресурс] / В.В. Радаев // Экономическая политика. – 2006. – № 4. – С. 123–138. – Режим доступа : <http://www.ep.ane.ru/archiv/2006/4>.
- Резнік В.С. Соціальні, соціологічні та соціально-психологічні основи маркетингу / В.С. Резнік. – Кам'янець-Подільський : Абетка-НОВА, 1998. – 80 с.
- Резнік В.С. Соціально-психологічне моделювання поведінки покупців у процесі маркетингової діяльності / В.С. Резнік. – Кам'янець-Подільський : Абетка-НОВА, 2001. – 220 с.
- Социальная психология потребителя [Текст] : учеб. пособие для студентов высш. учеб. завед. / Р.П. Багоцци, Г.-К. Цейнеп, Й.Р. Пристер ; пер. с англ. : А.В. Александровой, С.А. Семеновой ; науч. ред. рус. текста Т.В. Фоломеева. – М. : Академия, 2008. – 271 с.
- Тофлер Бетси-Энн Словарь маркетинговых терминов / Бетси-Энн Тофлер, Джейн Имбер ; Пер. со 2-го англ. изд. – М. : ИНФРА, 2000. – 430 с.
- Шмигин И. Философия потребления. Потребитель, производство и маркетинг [Текст] / И. Шмигин ; пер. с англ. – Харьков : Гуманитарный центр, 2009. – 302 с.

Соціологія особистості та девіантної поведінки

- Андрущенко В., Губерський В., Михальченко М. Культура. Ідеологія. Особистість. — К., 2002.
- Бакиров В.С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. - Харьков, 1988.
- Вдовиченко М. Постмодерністська концептуалізація процесу соціалізації в наукових працях Ф. Джеймісона / М. Вдовиченко // Актуальні проблеми

соціології, психології, педагогіки : зб. наук. пр. – К. : Логос, 2012. – Вип.15. – С. 98–107.

Головаха Е. И., Панина Н. В. Психология человеческого взаимопонимания. — К. Ін-т соціології НАН України, 2002.

Емішянц О. Б. Процесуальні аспекти функціонування особистості / О. Б. Емішянц // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки : зб. наук. пр. – К. : Логос, 2011. – Вип.13. – С. 137–142.

Ехало В. А. Концепция — личность в американской интеракционистской социологии. — К.: МАУП, 2007.

Злобіна О. Особистість як суб'єкт соціальних змін. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2004.

Злобіна О., Тихонович В. Суспільна криза і життєві стратегії особистості. — К.: Стилос, 2001.

Іванченко А. В. Соціалізація і соціальне виховання: Навч. посіб.—Житомир: Полісся, 2006.

Каралаш Н.Г. Соціологія особистості. Навч. посіб. - Н. Г. Каралаш ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. - Чернівці : Рута, 2006.

Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. — М.: Политиздат, 1984.

Кон И. С. Социология личности. — М.: Политиздат, 1967.

Корель Л. В. Социология адаптаций: вопросы, теории, методологии и методики. — Новосибирск: Наука, 2005.

Лукашевич М. П. Соціалізація: виховні механізми і технології. Навч.-метод. посіб. / Ін-т змісту і методів навчання. —К., 1998.

Лукашевич М. П., Туленков М. В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії: Навч. посіб. — К., 1999.

Лукашевич Н. П. Социология воспитания: Краткий курс лекций. — К., 1996.

Максимов С. Особистість і суспільство: Конспект лекції / Укр. юрид. академія. — Харків, 1993.11

Москаленко В.В. Соціалізація особистості. К.: Фенікс, 2013

Муляр В. І. Самореалізація особистості як соціальна проблема (філософсько-культурологічний аналіз). — Житомир, 1997.

Немировский В. Г. Социология личности: теория и опыт исследования. — Красноярск, 1989.

Ручка А. А., Танчер В. В. Очерки истории социологической мысли. — К.: Наук. думка, 1992.

Рускін, В. В. Соціологія особистості. Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / Миколаївський держ. ун-т ім. В.О.Сухомлинського. – Миколаїв, 2006.

Піча В. Соціологія. Загальний курс / В. Піча : навчальний посібник [для студ. вузів]. – К. : Каравела, 2008. – 248 с

Скотна Н. Особа в розколотій цивілізації: освіта, світогляд, дії. — Львів: Укр. технології, 2005.

Соціальний ареал життя особистості / М. Шульга (ред.); НАН України, Ін-т соціології. — К., 2005.

- Сохань Л. В., Сохань И. П. Время нового мира и человек. Глобальные риски цивилизации и поиск пути: социологические очерки /НАН Украины, Ин-т социологии. — К., 2001.
- Сурмин Ю. П., Полтораки И. С., Липовская Н. А. Социология: проблемы социологической науки, общества, человека: Учеб.пособие. — Донецк, 2002.
- Тарасенко В. І. Проблема соціальної ідентифікації українського суспільства (соціотехнологічна парадигма) / НАН України, Ін-т соціології. — К., 2004.
- Тимошенко И. И. Мотивация личности и человеческих ресурсов. — К.: Изд-во Европ. ун-та, 2002.
- Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. — СПб.: Питер, 2004.
- Волков Ю.Г., Добренков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология. Глава 5. Девиация и социальный контроль: Учебник / Под ред. Проф. Ю.Г. Волкова. — М.: Гардарики, 2002. — С.193-232.
- Волков Ю.Г., Нечипуренко В.Н., Попов А.В., Самыгин С.И. Социология: Курс лекций: Учебное пособие. Тема 17. Девиантное поведение. — Ростов-н/Д: Феникс 2000. — С.345-367.
- Гіденс Є. Соціологія. Гл. 8. Девиантна поведінка і злочинність. — К.- Основи., 1999. — С. 210-250.
- Гишинский Я. Девиантология: социология преступности, наркотизма, проституции, самоубийств и других «отклонений». — СПб.: Издательство «Юридический центр Пресс», 2004. — 520 с.
- Девиантна поведінка: соціологічний, психологічний та юридичний аспекти: матеріали наук.-практ.конф. (Харків, 10 квіт. 2015 р.) / МВС України, Харк.нац.ун-т внутр.справ,Ф-т права та масових комунікацій, Кафедра соціології та психології; Соціологічна асоціація України.-Х.:ХНУВС, 2015.- 166 с. Збірка містить тези
- Добренков В.И., Кравченко Л.И. Социология. В 3-х томах. Т.3. гл. 9. Отклоняющееся поведение. - М.: ИНФРА. М -2000. — С. 469-483.
- Корж К.М. Категоріально-понятійний апарат соціології девиантної поведінки / К.М. Корж // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. — Випуск 7. — 2011. — С. 96-104.
- Масионис Дж. Социология. Глава 8. Девиантность. — СПб.: Питер, 2004. — С. 259 — 274.
- Рущенко І.П. Соціальний порядок і соціальні відхилення // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. — Випуск 15. — Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. — С. 136 — 566.
- Рущенко І.П. Соціологія злочинності: Монографія. — Харків: Вид-во Націон. ун-ту внутр. справ, 2001. — 370 с.
- Сердюк О.О. Проблеми визначення соціальних патологій в сучасній соціології // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. — Випуск 15. — Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. — С. 302 — 307.
- Смелзер Н. Социология. Глава 7. Девиация и социальный контроль. — М., 1994. — С.197-242.

Социология: Учебник для вузов./ А.И. Кравченко, В.Ф. Анурин. – СПб.: Питер, 2003. – Глава 8. Отклоняющееся поведение (С. 231-278); Глава 9. Социальный контроль (С. 279-300).

Соціологія девіантної поведінки. Навчальний посібник / уклад. І. С. Веред та Ю. В. Кушнір. – Донецьк: КІЦ, 2013. – 192 с.

Спесивцева О.И. Социальные патологии: учеб. Пособие. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2008. Ч.1. – 2008. – 161 с.; Ч. 2. – 2009. – 195 с.

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 питанн я	2 питанн я	3 питанн я	4 питанн я
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
Усього	25 балів	25 балів	25 балів	25 балів
	100 балів			

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