

**Силабус навчальної дисципліни
«СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітньо-наукова програма: 075 Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 3

Семестр: 5

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Економіки та соціально-поведінкових наук
Викладач	ПІБ: Бержанір Анатолій Леонідович Посада: доцент кафедри економіки та соціально-поведінкових наук E-mail: bal8@ukr.net
Лінк на освітній контент дисципліни	
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), практичні (30 год.), самостійна робота (60 год.). Заочна форма : лекції (8 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (102 год.).
Політика дисципліни	Академічна доброчесність передбачає виконання і дотримання положень й понять передбачених ст. 42 „Академічна доброчесність” ЗУ „Про освіту” та відповідних вимог ЗУ „Про вищу освіту”. Зокрема відповідно п.2 ч.3 ст.32 ЗУ „Про вищу освіту” керуємося Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, затвердженого на засіданні вченої ради університету протоколом №4 від 28.11.2017 (URL: https://udpu.edu.ua/documents/doc/Якість освіти/Академічна доброчесність/Кодекс академічної доброчесності/Кодекс академічної доброчесності.pdf) Відвідування занять є обов’язковим для здобувачів вищої освіти (за відсутності поважних причин). Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов’язковому порядку. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти передбачає його творчу та новаторську діяльність під час вивчення даної дисципліни, якщо інше не регламентовано спеціальними правилами та алгоритмами.
Що будемо вивчати?	Засвоєння методології та методів проведення соціологічного дослідження, основних логіко-методологічних принципів соціологічного дослідження як виду соціального наукового пізнання, понятійного апарату процесу соціологічного дослідження.
Чому це треба вивчати?	Формування у студентів знань про теоретико-методологічні основи соціологічного дослідження, знань і умінь у сфері методики збору первинної соціологічної інформації, а також її обробки та інтерпретації даних..
Яких результатів можна досягнути?	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з

	<p>дотриманням прав і свобод особистості. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
Як можна використати набуті знання та уміння	<p>Компетентності, якими повинен володіти здобувач: Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>
Зміст дисципліни	<p>Парадигми, теорії і системи понять в соціологічному дослідженні. Історія розвитку соціологічних досліджень. Дослідницькі та методологічні стратегії в соціології. Види соціологічних досліджень. Програма соціологічного дослідження. Вибірковий метод у соціології. Методи соціологічного дослідження: загальна характеристика, теоретичні і загальнонаукові методи. Особливості організації та проведення соціологічного дослідження. Організаційні і етичні питання соціологічного дослідження Теоретична та емпірична інтерпретація основних понять. Обґрунтування логіки аналізу та інтерпретації зібраної первинної соціологічної інформації. Вимірювання в соціології. Критерії якості соціологічних даних. Підсумкові документи дослідження Підготовка звіту. Особливості проведення соціологічних досліджень в різних галузях суспільного життя.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Розкриття організаційних аспектів проведення соціологічного дослідження. Ознайомлення з різними підходами до розробки програми кількісного і якісного соціологічного досліджень. Вироблення здатності до аналізу соціально-значущих проблем, процесів, фактів і явищ суспільного життя. Оволодіння навичками застосування отриманих знань для вирішення професійних завдань.</p>
Міждисциплінарні зв'язки	<p>Соціально-економічна історія України, економічна соціологія, економікс, комунікативний менеджмент, економічна психологія,</p>

	економічна етика та діловий етикет.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Балановський Я. М. Соціологія: організація емпіричного дослідження. Умань : Візаві, 2019. 470 с. 2. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження. Київ : Дух і Літера, 2015. 380 с. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7700/Bogdan_SocResearch.pdf. 3. Галузеві соціології в умовах глобальних змін і суспільних трансформацій / упоряд. А. О. Петренко-Лисак, В. В. Чепак. Київ : Каравела, 2017. 307 с. 4. Гоманюк М. А. Інтерв'юер у масовому опитуванні : навч.-метод. посіб.. Херсон : Гілея, 2013. 84 с. 5. Паніна Н. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій. 2-е видання, доповнене. Київ, 2007. 320 с. 6. Паніотто В. І., Максименко В. С., Харченко Н. М. Статистичний аналіз соціологічних даних. Київ : Києво-Могилянська академія, 2004. 270 с. 7. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування : підручник. Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. 342 с. 8. Сучасні методики контент-аналізу : навч. посіб. / за заг. ред. Н. Костенко, К. Батаєвої, В. Іванова Київ: Кондор, 2018. 256 с. 9. Технології прикладних соціологічних досліджень : навч.-метод. посіб. Київ : Інститут соціології НАН України, 2003. 124 с. 10. Якісні дослідження в соціологічних практиках : навч. посіб. / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. Київ : Інститут соціології НАНУ, 2009 400 с. URL: https://i-soc.com.ua/assets/files/library/gs_ok.pdf. 11. Як провести соціологічне дослідження: методичні рекомендації / упоряд. та заг. ред. О. М.Балакіревої та О. О. Яременка. Київ : Державний ін.-т проблем сім'ї та молоді, 2004. 264 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських занять, модульних контрольних робіт, ІНДЗ.
Підсумковий контроль	Залік



Розробник _____

Бержанір А. Л.