

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
факультет суспільно-гуманітарних наук та права
кафедра соціології та філософії

Робоча програма
ОК СОЦІОЛОГІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МЕДІАПЛАНУВАННЯ

Затверджено на засіданні кафедри соціології та філософії

завідувач кафедри

Л.В. Афанасьєва

протокол № 2 від 02.09.2024 р.

Назва освітнього компонента (обов'язковий /вибірковий)	Соціологія масових комунікацій та медіапланування обов'язковий
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Спеціальність	054 Соціологія
Освітня програма	Соціологія
Рік викладання	2024-2025
Семестр	1 семестр
Викладач(-і)	Глебова Н.І., док. соц. наук, професор кафедри соціології та філософії
Профайл викладача	http://scholar.google.com.ua/citations?user=28vSPEoAAAAJ&hl
Контактна інформація та комунікація (зворотний зв'язок)	+38 0962296685 Онлайн-консультації: через систему центру освітніх дистанційних технологій, Viber, WhatsApp
Сторінка освітнього компоненту на сайті центру дистанційних освітніх технологій Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького	https://dfn.mdpu.org.ua/course/view.php?id=6121&notifyeditingon=1

1. Анотація

Зростання ролі масових комунікацій у сучасному суспільстві, розвиток цифрових медіа, інформаційних технологій та стратегічного медіапланування зумовлюють потребу у ґрунтовному вивченні цих процесів. Дисципліна "Соціологія масових комунікацій та медіапланування" спрямована на формування цілісного уявлення про сутність, функції та механізми масових комунікацій, їх вплив на громадську думку, соціальні інститути та поведінку аудиторії. Окрема увага приділяється процесу медіапланування, який включає аналіз медійної аудиторії, вибір комунікаційних каналів та ефективних стратегій поширення інформації. Дисципліна поєднує соціологічні, маркетингові та комунікаційні підходи до дослідження медійної сфери.

2. Мета та завдання освітнього компонента

Метою викладання дисципліни є ознайомлення студентів із основами соціології масових комунікацій, методами аналізу медійного простору та особливостями стратегічного медіапланування. Студенти отримають знання про механізми комунікаційного впливу, динаміку змін у медіасфері та сучасні підходи до створення ефективних комунікаційних стратегій.

Згідно з вимогами освітньої програми здобувачі повинні:

Знати:

- ☐ предмет освітнього компонента, його структуру, понятійний апарат;
- ☐ основні теорії та концепції соціології масових комунікацій;
- ☐ сучасні тенденції розвитку медіа та їхній вплив на суспільство;
- ☐ методи аналізу медійної аудиторії та ефективності комунікацій;
- ☐ технології медіапланування та їх застосування у професійній діяльності.

Вміти:

- ☐ аналізувати медійний контент та визначати особливості його впливу на аудиторію;
- ☐ використовувати методи дослідження медійної сфери для оцінки ефективності комунікацій;
- ☐ розробляти та реалізовувати медіа-стратегії та комунікаційні кампанії;
- ☐ критично оцінювати інформаційний простір та вплив мас-медіа на громадську думку.

3. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ НАБУВАЮТЬСЯ ЗДОБУВАЧАМИ

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК03. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

СК01. Здатність оперувати базовим категоріально-понятійним апаратом соціології.

СК02. Здатність до опанування та використання основних класичних та сучасних соціологічних теорій.

СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в громадянському суспільстві України та в світовій спільноті в цілому.

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

РН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в громадянському суспільстві України та в світовій спільноті в цілому.

РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціально-культурних, економічних, політичних явищ у контексті професійних задач.

ПР07. Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

SOFT-SKILLS, ЯКІ ФОРМУЮТЬСЯ В ОСВІТНЬОМУ КОМПОНЕНТІ

Комунікація
Узгоджена робота
Вирішення проблем
Тайм-менеджмент
Ухвалення рішень
Організаційний
Врегулювання конфліктів

КОМПЕТЕНТНОСТІ, НАПРАВЛЕНІ НА ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ, ЯКІ ФОРМУЮТЬСЯ В ОСВІТНЬОМУ КОМПОНЕНТІ

Якісна освіта
Навчання впродовж усього життя для всіх
Гендерної рівності
Скорочення нерівності

ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Вид заняття	Лекція	Семінарське заняття	Самостійна робота	Всього (годин, кредитів)
Кількість годин денна форма	30	28	62	120 –4кр.

Підсумковий контроль – іспит

ПОЛІТИКА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Під час занять вітається активне включення здобувачів в обговорення, виконання практико-орієнтованих завдань, створюється творчий простір для формування практичних умінь і навичок роботи в різних галузях психологічної практики, дотримується студентоцентризований підхід до здобувачів. При оцінюванні враховується пізнавальна активність, креативність здобувачів, глибина засвоєного матеріалу.

Завдання викладач надає наприкінці заняття, а також висвітлює на сторінці Центру дистанційних освітніх технологій.

При опануванні курсу слід дотримуватись академічної доброчесності. Роботи повинні бути оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування (в т.ч. із використанням мобільних девайсів), втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності є підставою незарахування роботи викладачем. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувач повинен повторно виконати роботу. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування (наприклад, сервіс центру дистанційних освітніх технологій).

Здобувачі вищої освіти можуть брати участь у Проєкті сприяння академічній доброчесності в Україні (SAIUP) <https://nuwm.edu.ua/sp/akademichnadobrochesnistj>

Здобувачі мають право на визнання результатів навчання, отриманих в неформальній освіті.

Освітній процес під час військового стану здійснюється у синхронно-асинхронному форматі з обов'язковим дотриманням безпекового режиму під час повітряних тривог.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Перелік тем	Кількість годин денна форма				Рекомендована література
	л	см	сп	всього	
ТЕМА 1. СОЦІОЛОГІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК ГАЛУЗЬ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ	2	2	5	9	1-11
ТЕМА 2. ТЕОРІЯ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ	2	2	6	10	1-11
ТЕМА 3. КОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ	4	2	5	11	1-11
ТЕМА 4. ЕФЕКТИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	4	2	5	11	1-11
ТЕМА 5. ДІЯЛЬНІСТЬ ЗМК ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ ІНТЕРЕСІВ РІЗНИХ СОЦІАЛЬНИХ СУБ'ЄКТІВ	2	2	5	9	1-11
ТЕМА 6. ЗМК ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ І ВИД БІЗНЕСУ	2	4	5	11	1-11
ТЕМА 7. ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	2	2	5	9	1-11
ТЕМА 8. КОМЕРЦІЙНА І СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА В ЗМК	2	4	5	11	1-11
ТЕМА 9. ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ІДЕОЛОГІЧНИЙ ІНСТИТУТ І МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНОГО КОНТРОЛЮ	2	2	5	9	1-11
ТЕМА 10. СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	4	2	5	11	1-11
ТЕМА 11. КОНТЕНТ-АНАЛІЗ У ДОСЛІДЖЕННІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ	2	2	5	9	1-11
ТЕМА 12. МЕДІАПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ЗМК	2	2	5	9	1-11
Разом	30	28	62	120	

ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Соціологія масових комунікацій як галузь соціологічного знання

Соціологія масових комунікацій досліджує процеси створення, поширення та сприйняття інформації, аналізуючи її вплив на суспільство. Масові комунікації виконують функції інформування, соціалізації, розваг та мобілізації. Вони пройшли довгий шлях розвитку від усної традиції до сучасних цифрових технологій, що значно розширили можливості передачі інформації. Масова комунікація виконує різні функції, серед яких інформування, соціалізація, розвага, інтеграція суспільства та контроль за громадською думкою.

Тема 2. Теорія масової інформації та комунікації як методологічна основа збору інформації

Основні концепції комунікації охоплюють традиційні та сучасні парадигми передачі інформації, зокрема символічний інтеракціонізм та структурний функціоналізм. Протягом XX-XXI століття теорії комунікації еволюціонували від концепцій "сильних медіа" до розуміння багатовекторного впливу засобів масової інформації. Серед основних моделей комунікації – лінійна, двоступенева, модель Шеннона-Вівера, модель Лассуела, що пояснюють механізми інформаційного впливу.

Тема 3. Комунікативні процеси суспільного розвитку

Засоби масової комунікації впливають на соціальні процеси, формуючи громадську думку, сприяючи політичній мобілізації та культурному обміну. Комунікативний процес включає передавання повідомлення від джерела до реципієнта через різні канали комунікації з урахуванням можливих бар'єрів. Інформація проходить через елементи комунікативної системи, зокрема джерело, повідомлення, канал, отримувача та зворотний зв'язок. Ефективна комунікація потребує організаційних та технологічних механізмів, що забезпечують якісне передавання інформації. Масові комунікації сприяють формуванню суспільних зв'язків, обміну інформацією між різними соціальними групами.

Тема 4. Ефекти та ефективність масової комунікації

Дослідження ефектів масової комунікації охоплює періодизацію змін у підходах до вивчення впливу медіа. На початковому етапі вважалося, що медіа мають потужний вплив на суспільну свідомість, що знайшло відображення в теорії "голки". Подальші дослідження показали, що ефекти масової комунікації залежать від соціального контексту та особистих характеристик реципієнтів. Сучасні дослідження визнають складність взаємодії між медіа та аудиторією, акцентуючи увагу на багатовекторному характері впливу.

Тема 5. Діяльність ЗМК як реалізація інтересів різних соціальних суб'єктів

Засоби масової комунікації є інструментом взаємодії між владою, бізнесом, громадянським суспільством та аудиторією. Функціонування ЗМІ залежить від політичного режиму, економічного розвитку та рівня свободи слова в кожній країні. До основних бар'єрів комунікації належать маніпуляції, пропаганда, цензура та викривлення інформації під впливом комерційних або політичних інтересів.

Тема 6. ЗМК як соціальний інститут і вид бізнесу

Засоби масової комунікації є не лише каналом передавання інформації, а й важливим соціальним інститутом, що впливає на суспільні процеси, формує культурні норми та суспільні цінності. Історично ЗМІ виконували функції пропаганди, просвіти, розваги та контролю, що відображає їхню багатовимірну природу. З розвитком технологій ЗМК також стали потужним бізнесом, де фінансова модель часто визначає інформаційну політику медіаорганізацій. Рекламні доходи, підписні моделі та фінансування від інвесторів впливають на зміст і характер поданої інформації.

Тема 7. Особливості політичної комунікації в сучасному суспільстві

Політична комунікація є ключовим елементом взаємодії між владою та громадянами, яка реалізується через ЗМК, соціальні мережі, публічні виступи та інші канали. Вона формує політичні настрої, забезпечує участь громадськості в управлінні та сприяє демократичному розвитку. У політиці комунікація здійснюється як у формі передвиборчої агітації, так і в процесі публічного управління. ЗМК відіграють роль посередника між владою і громадянами, формуючи політичний порядок денний і сприяючи легітимності політичних рішень.

Тема 8. Комерційна і соціальна реклама в ЗМК

Реклама є важливою складовою масової комунікації, що виконує функції інформування, переконання та мотивації аудиторії до певної поведінки або купівлі товарів і послуг. ЗМІ виступають як носії рекламного контенту, забезпечуючи доступ до широких аудиторій. Соціальна

реклама має особливе значення, оскільки спрямована на формування суспільно корисних моделей поведінки, підвищення обізнаності про соціальні проблеми та підтримку позитивних змін у суспільстві.

Тема 9. Засоби масової комунікації як ідеологічний інститут і механізм соціального контролю

ЗМК відіграють роль ідеологічного інституту, впливаючи на формування поглядів, цінностей і норм поведінки. Вони здійснюють соціокультурний вплив через відбір тем, формування образів, мовні конструкції та інші інструменти. Теорія культивування Дж. Гербнера підкреслює, що тривалий вплив медіа змінює сприйняття реальності. Дослідження 70-80-х років у США показали, як телевізійні образи можуть формувати уявлення про навколишній світ, посилювати стереотипи та впливати на громадську думку.

Тема 10. Соціологічні дослідження аудиторії масової комунікації

Аудиторія ЗМК є об'єктом ретельного соціологічного аналізу. Її вивчають з позицій демографічних, поведінкових та психологічних характеристик. Соціальні та маркетингові підходи дозволяють визначати потреби, мотивації та реакції аудиторії на інформаційні продукти. Дослідження проводяться як кількісними (опитування, аналіз рейтингів), так і якісними методами (глибинні інтерв'ю, фокус-групи). Прикладні медіавимірювання дозволяють точно оцінити охоплення та ефективність медіа.

Тема 11. Контент-аналіз у дослідженні масової комунікації

Контент-аналіз є методом систематичного, об'єктивного та кількісного аналізу змісту повідомлень у ЗМІ. Він включає в себе техніку та процедури відбору одиниць аналізу, розробку категоріального апарату, кодування та інтерпретацію результатів. Етапи контент-аналізу охоплюють планування, збір матеріалу, кодування та узагальнення. Сучасний розвиток комп'ютерного аналізу тексту дозволяє автоматизувати процес дослідження. Практичні аспекти застосування контент-аналізу вивчаються на прикладі друкованих медіа, що дозволяє оцінити динаміку змісту, частоту тем, тональність повідомлень.

Тема 12. Медіапланування як інструмент організації роботи ЗМК

Медіапланування є ключовим етапом організації рекламної та інформаційної кампанії в ЗМІ. Воно передбачає аналіз цільової аудиторії, вибір відповідних каналів комунікації, оптимізацію бюджету та контроль ефективності. Основні принципи медіапланування включають доцільність, економічність та стратегічність. Процес медіапланування охоплює кілька етапів – від визначення цілей до розробки медіастратегії. Практичне застосування медіапланування дозволяє ефективно організувати інформаційні потоки, досягати аудиторії та підвищувати результативність медіаактивностей.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

	Виконання практико-орієнтованого завдання
	Творчі завдання
	Виконання практико-орієнтованого завдання

Докладний опис завдань для самостійної роботи представлений на сайті ЦОДТ.

Творчі завдання:

1. Мова та влада – здійснення влади через мовлення і текст.
2. Художній фільм як предмет дослідження методом аналізу документів.
3. Особливості рекламного тексту: переконання та вплив.

4. Медійні особливості сучасної фотографії.
5. Специфіка Інтерне-текстів та Інтернет-комунікацій.
6. Характерні риси дискурсу сучасних глобальних фобій.
7. Інформаційне суспільство як текст і його дослідження.
8. Мова сучасного телевізійного серіалу.
9. Актуальні теми контент-аналізу у перевиборчих кампаніях.
10. Проблема фіксації харизми в тексті та документах.
11. Час та простір характеристики текстів.
12. Прагматика культури як особливість сучасної комунікації.
13. Пунктум фотографії та можливості його переносу у відео ряд.
14. Архітектура як текст та соціологічні документи.
15. Гендер як специфічне тло аналізу документів.
16. Феномен сатири, гумору, пародії – проблема аналітичного дослідження.
17. Відмінності української та російської політичних риторик.
18. Імідж (соціальний образ) – як особливість аналізу документів.
19. Ідеальний соціальний аналітик – методологія та принципи роботи.
20. Феномен виникнення політичного гумору під час перевиборчої кампанії.
21. Соціокультурні особливості рекламного слогану та його функціонування у тексті.

Практико-орієнтовані завдання:

Теми теоретичних есе: 1. Історія аналізу документів в соціології.

2. Предмет аналізу – соціальна інформація.
3. Призначення соціальної аналітики на ринку послуг (Замовники vs Результати)
4. Парадигма «тотального» впливу.
5. Парадигма «ефектів мас-медіа».
6. Масова комунікація як процес розповсюдження інформації за допомогою технічних засобів.
7. Маніпуляції у засобах масових комунікацій.
8. Фрагментація як техніка навіювання.
9. Демасифікація як породження постіндустріального суспільства.
10. Результати впливу масових комунікацій на індивідуальну та масову свідомість
11. Класифікація прийомів маніпуляції у ЗМІ
12. Джерела сучасних підходів до аналізу контенту.
13. Електронні способи вимірювання аудиторії.
14. Вплив рейтингів громадської думки на процес прийняття рішень.
15. Семіотика та дискурсивний аналіз повідомлень масової комунікації.
16. Методики обробки результатів кодування.
17. Стандартизація та програмне забезпечення аналізу.
18. Текст проти візуального: проблеми аналізу фото та відео.
19. Від «тотального впливу» до ефектів мас-медіа.

20. Підрахунок знаків та символів, стереотипів – основні категорії змісту інформації.

ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Загальна характеристика біологічних, соціальних, етнічних, психологічних факторів комунікації.
2. Історія розвитку масових комунікацій.
3. Телевізійний етап розвитку комунікації.
4. Віртуальна комунікація як особливий вид комунікації.
5. Джерела і основні парадигми соціальних комунікацій.
6. Загальна характеристика теорій інформації нової комунікативної стратегії.
7. Характеристика функціонального підходу в дослідженні сутності масової інформації.
8. Теорія масового суспільства.
9. Теорія егалітарної масової комунікації.
10. Концепція вільного потоку інформації.
11. Культурологічна теорія комунікації. Теорія комунікативної компетенції.
12. Моделі масової комунікації.
13. Лідери громадської думки.
14. Пропагандистські моделі.
15. Контрпропагандистські моделі.
16. Модель — спіраль мовчання.
17. Моделі телевізійної, релігійної та ділової комунікації.
18. Рекламна комунікація та теорія аргументації.
19. Поняття та загальна характеристика масових, локальних комунікації та комунікації середнього рівня.
20. Внутрішні і зовнішні комунікації: поняття та характеристика.
21. Безпосередні та опосередковані комунікації.
22. Активні і пасивні комунікації.
23. Випадкові і організовані комунікації.
24. Види комунікацій: вербальні і невербальні, вертикальні і горизонтальні комунікації.
25. Мовне спілкування як спосіб комунікації. Функції та форми мовної комунікації.
26. Усна та писемна комунікація.
27. Вербальна і невербальна комунікації.
28. Фізичний та комунікативний простір.
29. Засоби невербальної комунікації (міміка, погляд, жести, пози, хода, контакт очей).
30. Соціологічні методи збору інформації про функціонування комунікації.
31. Сутність і функції міжособової комунікації. Особливості міжособистісної комунікації в малих групах.
32. Засоби масової комунікації і засоби масової інформації.
33. Поняття дискурсу та загальна характеристика ритуального та етикетного дискурсу.
34. Поняття дискурсу та загальна характеристика літературного та міфологічного дискурсу.
35. Зв'язки з громадкістю (PR) як вид комунікації.
36. Комунікації в різних галузях соціальної сфери: освіта, культура, охорона здоров'я, спорт тощо.

- 37.Програма і процедура контент-аналізу.
- 38.Логічна модель предмету аналізу. Категоріальна модель предмету аналізу в контент-аналізі.
- 39.Теоретичні підґрунтя інтернет-аналізу.
- 40.«Технічна репродукція» матеріалів мистецтва

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ФОРМИ КОНТРОЛЮ

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми і засоби оцінювання
РН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.	опрацювання наукових досліджень, спостереження і аналіз випадків, навчальні дискусії, створення ситуацій пізнавальної новизни	Поточний контроль: захист презентації, доповідь, самоконтроль. Підсумковий контроль: іспит.
РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних змін в громадянському суспільстві України та в світовій спільноті в цілому.	опрацювання наукових досліджень, спостереження і аналіз випадків, виконання індивідуальних навчальних завдань, створення ситуації зацікавленості	Поточний контроль: оцінювання розробленої програми, практичний контроль. Підсумковий контроль: іспит.
РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціально-культурних, економічних, політичних явищ у контексті професійних задач.	спостереження і аналіз випадків, створення ситуації зацікавленості, виконання індивідуальних завдань, навчальні дискусії	Поточний контроль: практичний контроль (добірка практичних вправ, проведення практичних вправ на занятті, виконання), виконання творчих завдань. Підсумковий контроль: іспит.
РН07. Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.	опрацювання наукових досліджень, спостереження і аналіз випадків, навчальні дискусії, створення ситуацій пізнавальної новизни	Поточний контроль: захист презентації, доповідь, самоконтроль. Підсумковий контроль: іспит.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ФОРМ І ВИДІВ КОНТРОЛЮ

Оцінювання результатів навчання здійснюється відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в МДПУ імені Богдана Хмельницького» <https://mdpu.org.ua/universitet/informatsiya-shho-pidlyagaye-oprilyudnennyu/dokumenti-vishhogo-navchalnogo-zaklad/plozhennya-z-organizatsiyi-osvitnogo-p/> та «Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у МДПУ імені Богдана Хмельницького» <https://mdpu.org.ua/universitet/informatsiya-shho-pidlyagaye-oprilyudnennyu/dokumenti-vishhogo-navchalnogo-zaklad/plozhennya-z-organizatsiyi-osvitnogo-p/>.

Бально-накопичувальна система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з кожного освітнього компонента містить поточний, підсумковий контроль знань та оцінювання самостійної роботи. Робота здобувачів на навчальних заняттях оцінюється за видами навчальної діяльності. Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні роботи здобувачів на навчальних заняттях складає 30 балів. Самостійна робота є видом навчальної діяльності здобувача, яка підлягає оцінюванню. Викладач визначає види самостійної роботи здобувачам. Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні самостійної роботи здобувачів складає 30 балів.

Підсумковий контроль знань – вид контролю, який проводиться наприкінці навчального семестру у формі екзамену.

Загальний бал (ЗБ) з освітнього компонента складається з суми балів, отриманих за навчальну, самостійну роботу та підсумковий

контроль знань.

Якщо освітнім компонентом передбачено виконання курсової роботи (КР), загальний бал рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ\text{ ОК} + КР) / 2$, де ЗБ ОК = 100 балів; КР = 100 балів.

Якщо освітнім компонентом передбачено проходження навчальної практики (НП), загальний бал (ЗБ) рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ\text{ ОК} + НП) / 2$, де ЗБ ОК = 100 балів; НП = 100 балів.

Якщо освітнім компонентом передбачено виконання курсової роботи та проходження навчальної практики, загальний бал (ЗБ) рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ\text{ ОК} + КР + НП) / 3$, де ЗБ ОК = 100 балів; КР = 100 балів; НП = 100 балів.

Види навчальної діяльності здобувача, які підлягають оцінюванню	Бально-накопичувальна система здобувача з освітнього компонента		
		Частина 1 :	Частина 2:
	Робота на навчальних заняттях (максимальний сумарний бал – 30):		
	Аналіз впливу чуток на міжнаціональні взаємовідносини людей. Опишіть яка роль чуток в житті полікультурного суспільства та який їх вплив на колективну поведінку.	10	
	Підготувати тези на тему «Процеси етнічного розмежування та згуртування». Дослідіть які чинники впливають на процес розмежування та згуртування етносів.	5	
	Підготувати тези на тему «Форми розв’язання і варіанти вирішення міжетнічних суперечок та конфліктів». Опишіть їх особливості та сутність.		5
	Дослідження способів побудови культурних взаємодій з етнічними громадами. Проаналізувати та навести приклади добровільних, вимушених та примусових способів культурних взаємодій з етнічними громадами.		10
	Самостійна робота студента (максимальний сумарний бал – 30):		
	Виконання практико-орієнтованого завдання	10	
	Творчі завдання	10	
	Виконання практико-орієнтованого завдання	10	
Підсумковий контроль: іспит (максимальний бал – 40)			
Загальний бал (максимальний бал – 100)			

Оцінювання видів навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Максимальна кількість балів та вимоги до їх накопичення
Підготовка і	Максимально 5 балів:

захист завдання	–5 балів – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено широкий аналіз проблеми, –4 бали – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено широкий аналіз проблеми, але є деякі недоліки у тексті, –3 бали – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено достатній аналіз проблеми, але є деякі недоліки у тексті, –1-2 бали – зміст не відповідає темі, є багато недоліків, невідповідність вимогам щодо оформлення, плагіат. 0 балів – відповідь відсутня
Творчі завдання/Практико-орієнтовані завдання	Максимально 10 балів: 9-10 балів - завдання виконане самостійно, повністю без допомоги викладача; має високий рівень поінформованості, потрібний для прийняття рішень; добирає самостійно інформаційні джерела, що відповідають завданню; володіє вміннями творчо-пошукової діяльності; демонструє високий рівень професіоналізму у проведенні практичних вправ; здатний модифікувати дібрані вправи відповідно до актуальних умов 8 балів - завдання виконане повністю з використанням літератури, запропонованої викладачем; має високий рівень поінформованості, потрібний для прийняття рішень; добирає інформаційні джерела до рекомендованих, що відповідають завданню; володіє вміннями творчо-пошукової діяльності, демонструє високий рівень професіоналізму у проведенні практичних вправ, частково здатний модифікувати дібрані вправи відповідно до актуальних умов 6-7 балів - завдання виконано без допомоги викладача, але відзначається неповнотою викладу думок; уміє чітко і точно інтерпретувати отриману інформацію у контексті своєї діяльності; критично ставиться до отриманої від викладача інформації; наводить аргументи, робить необхідні висновки, може зіставляти, узагальнювати й систематизувати інформацію під керівництвом викладача; вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних і нестандартних навчальних ситуаціях, демонструє достатній рівень професіоналізму у проведенні практичних вправ, модифікувати дібрані вправи відповідно до актуальних умов не вдається 5 балів – завдання виконано з допомогою викладача й відзначається неповнотою викладу думок; не завжди вміє чітко і точно інтерпретувати отриману інформацію у контексті своєї діяльності; критично ставиться до отриманої від викладача інформації; наводить аргументи, робить необхідні висновки; може зіставляти, узагальнювати й систематизувати інформацію під керівництвом викладача; вільно застосовує вивчений матеріал лише у стандартних навчальних ситуаціях; демонструє посередній рівень професіоналізму у проведенні практичних вправ, не здатний модифікувати дібрані вправи відповідно до актуальних умов 3-4 балів - завдання виконано фрагментарно після консультації з викладачем або під його керівництвом; усвідомлює недостатній обсяг інформації, виявляє розуміння висновків з певного питання; володіє вміннями здійснювати первинну обробку навчальної інформації без подальшого її аналізу, демонструє низький рівень професіоналізму у проведенні практичних вправ, не здатний модифікувати дібрані вправи відповідно до актуальних умов 2-3 балів - завдання виконано фрагментарно під керівництвом викладача; необхідні практичні вміння роботи з навчальною інформацією не сформовані; не володіє вміннями вибирати відомі способи дій для виконання фахових завдань; більшість передбачених завдань не виконано 0-1 балів - необхідні завдання, передбачені навчальною програмою не виконані; не має елементарних умінь працювати з навчальною інформацією, необхідні практичні вміння і навички не сформовані

Підсумковим контролем на освітньому компоненті є іспит, на його складання надається 40 балів. Іспит включає 2 теоретичні питання (максимально оцінюється в 30 балів), тестові завдання (максимально оцінюється в 10 балів).

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

Характеристика критеріїв оцінювання знань	Якісна шкала	Оцінювання теоретичного питання, практичного завдання	За 40 бальною шкалою
Високий рівень Характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію.	Відмінно	9-10	36-40
Високий рівень Характеризується глибокими і міцними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має частково дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію.	Добре	8	33-35
Достатній рівень Характеризується знаннями суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв'язків між ними. Студент самостійно засвоює знання у стандартних ситуаціях, володіє розумовими операціями (аналізом, синтезом, узагальненням, порівнянням, абстрагуванням), уміє робити висновки, виправляти допущені помилки.	Добре	6-7	30-32
Середній рівень Знання неповні, поверхневі. Студент відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності.	задовільно	5	27-29
Початковий рівень Відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення.	задовільно	3-4	24-26
Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння застосувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач.	Не зараховано (з можливістю повторного складання)	2-3	21-23
Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння орієнтуватись при виконанні практичних задач, незнання основних фундаментальних положень	Не зараховано (з обов'язковим повторним вивченням освітнього компонента)	0-1	1-20

Оцінювання результатів навчання в Університеті здійснюється відповідно до 100-бальної шкали:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи, практики, диференційованого заліку	для заліку
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C	Добре	
64-73	D	Задовільно	
60-63	E	Задовільно	
35-59	F X	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ПОРЯДОК ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ, ОТРИМАНИХ В НЕФОРМАЛЬНІЙ ОСВІТІ

Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання, отриманих в неформальній освіті. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання у процесі неформальної освіти в Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького <http://surl.li/lgwzd>

Викладач надає здобувачам актуальну інформацію про підвищення рівня професійної підготовки та можливе перезарахування результатів, отриманих у неформальній освіті. Такі рекомендації надаються здобувачам на сторінках освітніх компонентів на ЦОДТ, а також в telegram-групах.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Балабанов Л. В. Основи паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ: 2001. URL:
2. Барчан О. В. Сучасні теорії масової комунікації: навч.-метод. посіб. для проведення лабораторних занять (для студентів відділення журналістики). Ужгород: 2022. 44 с. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/47188>
3. Гвозденко Є. М., Чекштуріна В. М. Instagram як ефективний інструмент просування бізнесу. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. URL:
4. Горпинич О. В., Архипова А. О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навч. посіб. Київ: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2018. URL: [1_1633_68263693.pdf](#)
5. Єнін М. Н., Северинчик О. П. Соціологія громадської думки та мас-медіа: комплекс навч.-метод. забезпечення дисципліни: навч. посіб. для бакалаврів за спец. 054 «Соціологія». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 81 с.
6. Завалій Т. О., Захаров Д. М. Таргетинг: навч. посіб. [Електронне видання]. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2024. URL:

7. Каретна О. О., Яценко М. А. Соціологія масової комунікації: навч.-метод. посіб. для підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спец. 054 «Соціологія». Одеса: 2024. 84 с. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/items/22aa89b0-1af1-465f-b7bb-469adb885bf2>
8. Квіт С. Масові комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
9. Кодацька Н. О. Соціологія масових комунікацій та громадської думки: опорний конспект лекцій у схемах та таблицях. Дніпро: УМСФ, 2023.
10. Чудовська І. Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. Київ: 2021. 235 с. URL:
11. Яценко М. А., Каретна О. О. Соціологія масової комунікації: навч.-метод. посіб. для підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 054 «Соціологія». Одеса: 2024. 82 с. URL:

Інформаційні ресурси в інтернеті

1. Інститут соціології НАН України. URL: <http://www.i-soc.com.ua>
2. Київський міжнародний інститут соціології URL: <https://www.kiis.com.ua>
3. GfK Ukraine www. URL: <https://www.gfk.com/uk-ua>
4. Соціологічна група «Рейтинг» (Rating Group Ukraine) URL: <http://ratinggroup.ua>
5. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва URL: <https://dif.org.ua>
6. Соціологічна агенція «Фама» URL: <http://fama.viv.com.ua>
7. Центр SOCIS URL: <http://socis.kiev.ua>
8. URL: ispp.org.ua – офіційний сайт Інституту соціальної та політичної психології АПН України
10. URL: <http://www.socium.info/library.html> – бібліотека соціологічної літератури
11. URL: <http://www.studfiles.ru/all-vuz/879/folder:2208/> - бібліотека соціологічної літератури
12. URL: www.ucerps.com.ua/ukr/all/sociology (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м. Київ).
13. URL: www.ukrstat.gov.ua (Статистичні матеріали Держкомстату України)
14. URL: www.sociology.kharkov.ua (Домашня сторінка харківських соціологів)
15. URL: www.i-soc.com.ua (Домашня сторінка Інституту соціології НАН України)

Публікації з освітнього компонента викладачів освітньої програми, з якими можна ознайомитися в репозиторії <http://eprints.mdu.edu.ua> та у вільному доступі у мережі Інтернет: