

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
педагогічних технологій та освіти
впродовж життя

26 серпня 2025 р., протокол № 7

Голова Вченої ради



Юлія ПОДМИЛА МОГЕЛЬНИЦЬКА

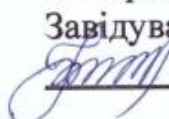
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Соціологія»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійна програма «Маркетинг»
факультет бізнесу та сфери обслуговування
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій

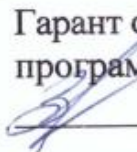
Схвалено на засіданні кафедри
психології та соціального
забезпечення

25 серпня 2025 р., протокол № 8

Завідувач кафедри

 Марина ОКСЮТОВИЧ

Гарант освітньо-професійної
програми

 Тетяна ЗАВАЛІЙ

Розробники: д.е.н., проф., професор кафедри психології та соціального
забезпечення МЕЛЬНИЧУК Дмитро

Житомир
2025-2026 н. р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 2

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціологія» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійна програма «Маркетинг» затверджена Вченою радою факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя 27 серпня 2024 р., протокол № 7.

Робоча програма навчальної дисципліни «Соціологія» (зі змінами та доповненнями) для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійна програма «Маркетинг» затверджена Вченою радою факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя 26 серпня 2025 р., протокол № 7.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 3

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма здобуття вищої освіти
Кількість кредитів 3	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	обов’язкова
Модулів – 1	Спеціальність 075 «Маркетинг»	Рік підготовки:
Змістових модулів – 2		2
Загальна кількість годин – 90		Семестр
		2
		Лекції
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи – 3,6	Освітній ступінь «бакалавр»	16 год.
		Практичні
		16 год.
		Лабораторні
		-
		Самостійна робота
		58 год.
		Вид контролю: залік

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить для денної форми здобуття вищої освіти – 35,56 % аудиторних занять, 64,4 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти фундаментального соціологічного мислення, необхідного для критичного аналізу соціальних чинників ринку, а також оволодіння базовими методами соціального аналізу для обґрунтування маркетингових рішень та формування соціально відповідальної професійної позиції.

Завданнями навчальної дисципліни є отримання здобувачами вищої освіти теоретичних знань та набуття практичних навичок, зокрема: знати основні категорії та концепції соціології (суспільство, соціальна структура, соціальні інститути, культура); знати базові методи соціологічних досліджень (типи, етапи, інструментарій) та етичні вимоги до їх проведення; знати соціальні механізми, які визначають поведінку ринкових суб'єктів та впливають на результативність маркетингової діяльності; знати про вплив соціальних та ціннісних факторів на споживчу поведінку та динаміку ринку; знати про необхідність соціальної відповідальності та етичних принципів у професійній діяльності; вміти використовувати базові соціологічні категорії для аналізу соціально-демографічних груп, ціннісних орієнтацій та стилів життя; вміти застосовувати елементи методології дослідження для визначення результативності діяльності.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» та освітньо-професійною програмою «Маркетинг»:

ЗК2. 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.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 075 «Маркетинг»:

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 5

ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати наступні Soft skills:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; уміння грамотно спілкуватися по e-mail; вести дискусію і відстоювати свою позицію; навички працювати в команді.

- *уміння виступати привселюдно*: навички публічної презентації результатів досліджень.

- *керування часом*: уміння справлятися із завданнями вчасно.

- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми.

- *особисті якості*: креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

- *аналітичні навички та робота з даними*: навички збору, оцінки та узагальнення соціальної інформації; прийняття обґрунтованих рішень на основі аналізу даних.

- *лідерські якості*: уміння ухвалювати рішення (на основі даних); уміння ставити мету, планувати діяльність.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 6

3. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1

Змістовий модуль 1. Основи соціального аналізу та суспільства.

Тема 1. Соціологія як наука та її соціальна роль (ЗК2, ПР15).

Предмет і об'єкт соціології. Місце соціології в системі наук (взаємодія з економікою, філософією). Основні функції соціології (пізнавальна, прогностична, соціальне планування). Етичні засади соціологічного знання та соціальна відповідальність.

Тема 2. Суспільство та соціальні інститути (ЗК2, ПР15).

Суспільство як соціальна система. Соціальні відносини, соціальні групи та соціальні спільноти. Соціальні інститути: сутність та види (економічний, політичний, сімейний). Взаємодія та соціальні зміни в суспільстві.

Тема 3. Соціальна нерівність, стратифікація та соціальна поведінка (ЗК2, ПР15).

Соціальна структура та стратифікація. Класичні моделі стратифікації. Соціальна нерівність як фактор диференціації доступу до ресурсів та товарів. Соціальна мобільність. Девіантна поведінка та соціальний контроль.

Тема 4. Культура, соціалізація та економічна культура (ЗК2, ПР15).

Поняття культури, її елементи (норми, цінності). Соціалізація особистості та набуття соціальних ролей. Економічна культура та її функції. Підприємницька поведінка, ризик та управління.

Змістовий модуль 2. Соціальні дослідження та прикладна соціологія ринку.

Тема 5. Вступ до соціальних досліджень та їх організація (ЗК8, ПР6).

Соціологічне дослідження: сутність, етапи (підготовчий, основний, завершальний) та види (розвідувальне, описове, аналітичне). Програма дослідження: мета, завдання, об'єкт, предмет, робочі гіпотези.

Тема 6. Методи збору первинної соціальної інформації (ЗК8, ПР6).

Емпіричні методи соціології (опитування, спостереження, аналіз документів). Опитування: анкетування та інтерв'ю. Аналіз документів: традиційний та контент-аналіз. Основні вимоги до інструментарію (анкети).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 7

Тема 7. Вибірка, розрахунки та прогнозування показників (ЗК8, ПР6).

Генеральна та вибіркова сукупності. Типи вибірок (ймовірнісні, цілеспрямовані). Визначення обсягу вибірки. Необхідність прогнозування соціальних явищ. Прогнозування збуту: некілкісні (Дельфі, журі керівників) та кілкісні методи.

Тема 8. Соціологія масової комунікації та етичне звітування (ЗК2, ЗК8, ПР6, ПР15).

Соціологія громадської думки. Вплив та маніпулювання громадською думкою. Соціальний аналіз медіа та реклами. Обробка, узагальнення та інтерпретація даних (таблиці, рисунки, діаграми). Формулювання висновків та соціально відповідальних рекомендацій.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 8

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	лекції	практичні (лабораторні)	самостійна робота
МОДУЛЬ 1				
Змістовий модуль 1. Основи соціального аналізу та суспільства				
Тема 1. Соціологія як наука та її соціальна роль	11	2	2	7
Тема 2. Суспільство та соціальні інститути	11	2	2	7
Тема 3. Соціальна нерівність, стратифікація та соціальна поведінка	11	2	2	7
Тема 4. Культура, соціалізація та економічна культура	12	2	2	8
Разом за змістовий модуль 1	45	8	8	29
Змістовий модуль 2. Соціальні дослідження та прикладна соціологія ринку				
Тема 5. Вступ до соціальних досліджень та їх організація	12	2	2	8
Тема 6. Методи збору первинної соціальної інформації	12	2	2	8
Тема 7. Вибірка, розрахунки та прогнозування показників	11	2	2	7
Тема 8. Соціологія масової комунікації та етичне звітування	10	2	2	6
Разом за змістовий модуль 2	45	8	8	29
ВСЬОГО	90	16	16	58

5. Темі практичних (лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
МОДУЛЬ 1		
Змістовий модуль 1. Основи соціального аналізу та суспільства		
1	Тема 1. Соціологія як наука та її соціальна роль	2
2	Тема 2. Суспільство та соціальні інститути	2
3	Тема 3. Соціальна нерівність, стратифікація та соціальна поведінка	2
4	Тема 4. Культура, соціалізація та економічна культура	2
Змістовий модуль 2. Соціальні дослідження та прикладна соціологія ринку		
5	Тема 5. Вступ до соціальних досліджень та їх організація	2
6	Тема 6. Методи збору первинної соціальної інформації	2

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 9

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
7	Тема 7. Вибірка, розрахунки та прогнозування показників	2
8	Тема 8. Соціологія масової комунікації та етичне звітування	2
РАЗОМ		16

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
МОДУЛЬ 1		
Змістовий модуль 1. Основи соціального аналізу та суспільства		
1	Тема 1. Соціологія як наука та її соціальна роль. Етапи становлення соціології: позитивізм Огюста Конта, його вплив та обмеження. Місце соціології у системі наук: взаємодія з філософією та економікою. Етичний кодекс соціолога: основні принципи Українська соціологічна думка: основні етапи розвитку. Функції соціології: соціальне планування та світоглядна функція. Історична доля підприємницької культури в Україні.	7
2	Тема 2. Суспільство та соціальні інститути. Соціальна дія та соціальна взаємодія: сутність, механізми та ефекти (М. Вебер). Соціальні статуси та ролі: взаємозв'язок та конфлікт ролей (на прикладі рольового конфлікту). Соціальні зміни та процеси: природа, основні види соціальних рухів. Соціальна організація: елементи, формальні та неформальні організації (Т. Парсонс). Девіантна поведінка як соціальне явище та її вплив на соціальний порядок. Ефект «групового мислення» та «зсуву ризику» у прийнятті рішень.	7
3	Тема 3. Соціальна нерівність, стратифікація та соціальна поведінка. Приписні та набуті статуси: порівняльна характеристика закритих та відкритих систем стратифікації. Соціальна структура українського суспільства: особливості та тенденції розвитку. Соціальне відчуження (аномія) та його вплив на ринкову активність і девіантну поведінку. Аналіз нерівності доступу до ресурсів: освітні та медичні послуги. Соціальні наслідки безробіття та його вплив на купівельний попит. Види зайнятості: повна, неповна, продуктивна, раціональна.	7
4	Тема 4. Культура, соціалізація та економічна культура. Соціалізація особистості: етапи, процеси десоціалізації та ресоціалізації. Елементи культури: детальний аналіз норм, цінностей, символів та їхньої ієрархії. Огляд класичних праць з економічної соціології та концепція Reciprocity (реципрокності) і Exchange (обміну). Соціологія праці та економіки як галузеві теорії.	8

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 10

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
	Самозайнятість та підприємницька поведінка як соціоекономічні явища.	
Змістовий модуль 2. Соціальні дослідження та прикладна соціологія ринку		
5	Тема 5. Вступ до соціальних досліджень та їх організація. Роль соціологічних досліджень у підвищенні конкурентоспроможності підприємства та у практиці соціального управління. Види соціологічних досліджень: розвідувальне (пілотажне), описове, аналітичне. Функції програми МСД: методологічна, методична, організаційна. Обґрунтування проблеми (Проблемна ситуація) та розробка робочих гіпотез (для ІСЗ). Вимоги до розробки програми соціологічного дослідження (точність, гнучкість). Робочий план дослідження: етапи та їх деталізація (для ІСЗ).	8
6	Тема 6. Методи збору первинної соціальної інформації. Якісні та кількісні стратегії дослідження: переваги та можливі види поєднання. Типи спостереження: включене/невключене, польове/лабораторне. Переваги та недоліки. Аналіз документів: види та методи (традиційний, контент-аналіз). Проективні методики у фокус-групах (колажі, асоціативні тести). Експеримент у соціології: різновиди та обмеження застосування. Соціометрія як метод дослідження малих груп: мета, процедура та інструментарій.	8
7	Тема 7. Вибірка, розрахунки та прогнозування показників. Ймовірнісні та цілеспрямовані вибірки: відмінності, умови застосування. Надійність та валідність соціологічної інформації: типи помилок (випадкові та систематичні). Види питань в анкеті за формою: відкриті, закриті, напівзакриті. Переваги та недоліки кожного типу. Класифікація питань за функціями: контрольні, фільтруючі, проективні. Прогнозування збуту: не кількісні (Дельфі, журі керівників) та кількісні (множинна регресія, екстраполяція) методи.	7
8	Тема 8. Соціологія масової комунікації та етичне звітування. Критичні концепції «суспільства споживання» та їхнє відображення в сучасному маркетингу. Соціальний аналіз медіа: вплив на споживача, критерії відбору новин. Логіка експериментального плану: постановка гіпотез на прогноз, перевірка причинно-наслідкових зв'язків. Етичні аспекти звітування: недопустимість маніпуляції громадською думкою. Підготовка презентації ІСЗ.	6
РАЗОМ		58

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 11

7. Індивідуальні самостійні завдання

Індивідуальне самостійне завдання (ІСЗ) у формі соціологічного дослідження виконується протягом Змістового модуля 2 і є практичною реалізацією набутих навичок здобувачів освіти.

Метою ІСЗ є організація та проведення міні-дослідження з соціальних аспектів маркетингової діяльності для обґрунтування управлінських рішень. Здобувач має дотримуватися орієнтовної структури програми соціологічного дослідження, включаючи методологічний, методико-процедурний та аналітичний розділи. Структура включає:

I. Методологічний розділ (обсяг до 3 сторінок):

1. Обґрунтування проблеми (проблемна ситуація).
2. Мета та завдання.
3. Об'єкт і предмет дослідження.
4. Уточнення та логічна інтерпретація основних понять (з переходом до індикаторів).
5. Формулювання робочих гіпотез (гіпотези-підстави та гіпотези-наслідки).

II. Методико-процедурний розділ (обсяг до 3 сторінок):

1. Обґрунтування стратегії та вибірки (визначення генеральної та вибіркової сукупності, обґрунтування типу вибірки та її репрезентативності).
2. Визначення методів збору інформації (обґрунтування вибору кількісних/якісних методів).
3. Розробка інструментарію (анкета, гід інтерв'ю тощо).
4. Робочий план дослідження (графік та етапи, розподіл ресурсів тощо).

III. Аналітичний розділ (обсяг до 7 сторінок):

1. Обробка та узагальнення інформації (кодування, групування, подання у вигляді таблиць та рисунків).
2. Аналіз та інтерпретація результатів (перевірка робочих гіпотез, переведення числових даних у логічні висновки).
3. Формулювання висновків, прогнозу та практичних рекомендацій (прогноз щодо соціальних механізмів, надання рекомендацій).

За результатами проведеного дослідження здобувачі публічно захищають роботи у вигляді презентації. Структура презентації має включати наступні елементи:

1. Титульний слайд. Тема дослідження, спеціальність, група, ПІБ здобувача.
2. Методологія. Проблема, мета, об'єкт, предмет дослідження.
3. Гіпотези та концепти. Робочі гіпотези та важливі аспекти теми дослідження.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 12

4. Дизайн дослідження (які методи використано, яка кількість респондентів, тип вибірки, метод збору даних), обґрунтування розрахунку вибірки.
5. Основні результати (найважливіші рисунки/таблиці з їх інтерпретацією).
6. Висновки та перевірка гіпотез.
7. Прогноз і практичні рекомендації.

Розподіл балів за ІСЗ

Розділ / Критерій	Максимальна кількість балів
Методологічний розділ	4
Методико-процедурний розділ	4
Аналітичний розділ	8
Презентація та захист роботи	4
Всього	20

Тему дослідження здобувач обирає самостійно, **перелік орієнтованих тем** не є вичерпним і несе рекомендаційний характер:

1. Соціальні чинники формування громадської думки щодо соціально-відповідального маркетингу компаній.
2. Дослідження цінностей та мотивів споживчої поведінки в обраному ринковому сегменті.
3. Соціокультурні фактори, що впливають на сприйняття реклами або товару.
4. Вплив соціальних мереж та довіри на споживчу лояльність до малого бізнесу.
5. Соціальні механізми формування «зеленого» споживання серед різних поколінь.
6. Соціалізація у цифровому середовищі: формування споживчих установок через вплив інфлюенсерів.
7. Вплив українських інфлюенсерів на споживчі установки молоді в Instagram/TikTok.
8. Соціальні чинники формування антиспоживчих настроїв (дауншифтинг, мінімалізм).
9. Цінності та мотиви покупців українських фермерських продуктів.
10. Як соціальний статус впливає на вибір одягу відомих українських брендів.
11. Використання одягу як символу соціальної ідентичності студентами.
12. Соціальні чинники популярності мінімалізму та відмови від надмірного споживання.
13. Соціологічний аналіз патріотичного споживання (купівлі українських товарів).
14. Соціокультурні фактори сприйняття гумористичної реклами в Україні.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 13

15. Використання контент-аналізу для вивчення гендерних стереотипів у рекламі.

16. Аналіз символіки кольору в рекламі як соціокультурний фактор.

17. Вплив чуток та «сарафанного радіо» на рішення про купівлю в сегменті NORECA (або іншому сегменті).

18. Роль довіри в соцмережах для лояльності клієнтів локальних кав'ярень.

19. Соціальні механізми маніпулювання громадською думкою через мас-медіа.

20. Чинники довіри до телевізійних новин і Telegram-каналів.

21. Вплив глобалізації на стандарти споживання студентської молоді.

22. Соціальна структура онлайн-аудиторії українських новинних сайтів.

23. Вплив молодіжної субкультури (наприклад, геймерів) на вибір нішових товарів.

24. Соціальна напруга та її вплив на емоційну реакцію на рекламні повідомлення.

25. Мотивація української молоді до «зеленого» та екологічного споживання.

26. Порівняльний аналіз ціннісних орієнтацій жителів мегаполісів та малих міст як сегментаційна ознака.

27. Вплив культурного релятивізму на ефективність міжнародних рекламних кампаній.

28. Роль сімейних цінностей у виборі житла або автомобіля.

29. Соціальні механізми (не)довіри до традиційних медіа та їхній вплив на вибір соціальних тем.

30. Якісні методи (фокус-групи) для розуміння прихованих мотивів вибору послуг мобільного оператора.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 14

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання.

Результат навчання	Методи навчання
ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	– Практичні методи (проведення розрахунків вибірки), – Методи самостійної роботи (розробка прогнозних рекомендацій, написання аналітичного звіту ІСЗ) – Методи активного навчання (проведення ділових ігор/сценаріїв прогнозування) – Наочні методи (демонстрація рисунків і таблиць у звіті).
ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	– Вербальні методи (пояснення етичних стандартів, етичних принципів маркетингу), – Дискусійний метод (обговорення соціальної відповідальності, культурного різноманіття), – Практичні методи (аналіз соціально значущих кейсів), – Методи активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, спрямований на етичну аргументацію).

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Залік
ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості..	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Залік

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 15

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Процедура складання заліку визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань поточного контролю	100
Підсумкова семестрова оцінка	100

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	80
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	20
Разом за виконання завдань поточного контролю	100

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 16

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти ¹	Кількість балів за семестр
	денна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	20
Участь у дискусії	10
Виконання тестових завдань	30
Виконання та захист практичних завдань, вправ, кейсів	20
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	80

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$P_{\text{НЗ}} = \sum (P_i \times BK_i) \times K_{\text{НЗ}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{НЗ}}$ – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

P_i – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

BK_i – ваговий коефіцієнт за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

$K_{\text{НЗ}}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Якщо здобувач вищої освіти виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав 60 балів або більше та бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі заліку. За складання заліку здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Семестрова оцінка з навчальної дисципліни формується за результатами

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 17

підсумкового контролю.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі заліку, якщо виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і за поточний контроль у сумі набрав 50 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 35–49 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 34 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 18

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F	Не зараховано	0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Соціальна структура	Social Structure
2	Соціальна стратифікація	Social Stratification
3	Соціалізація	Socialization
4	Суспільство споживання	Consumer Society
5	Соціальний інститут	Social Institution
6	Вбудованість	Embeddedness
7	Соціальний зв'язок	Social Link/Tie
8	Громадська думка	Public Opinion
9	Соціологічне опитування	Sociological Survey
10	Соціологічне спостереження	Sociological Observation
11	Концептуалізація	Conceptualization
12	Операціоналізація	Operationalization
13	Вибірка (та її розрахунок)	Sample (and calculation)
14	Якісні методи	Qualitative Methods
15	Кількісні методи	Quantitative Methods
16	Контент-аналіз	Content Analysis
17	Глибинне інтерв'ю	In-Depth Interview
18	Соціометрія	Sociometry
19	Рольовий конфлікт	Role Conflict
20	Прогнозування	Forecasting / Prediction
21	Соціальна нерівність	Social Inequality
22	Ціннісні орієнтації	Value Orientations
23	Субкультура	Subculture
24	Соціальна дія	Social Action
25	Гіпотеза	Hypothesis

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 19

12. Рекомендована література

Основна література

1. Литвин А.П., Яковенко А.К. Соціологія: навч. посібник. Львів: Новий Світ-2000, 2020. URL: <https://cutt.ly/Br8qvRNI>
2. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с. URL: <https://cutt.ly/or8qvd26>
3. Радіонова Л.О., Зінчина О.Б. Соціологія: навч. посіб. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2025. URL: <https://cutt.ly/Or8qvcq6>
4. Соціологія: Підручник / За ред. В.М. Пічі. 5-те вид., випр. Львів: Новий Світ-2000, 2020. URL: <https://cutt.ly/ir8qbeOQ>
5. Чудовська І.А. Соціологія масових комунікацій: Навч. посіб. Київ, 2021. 235 с. URL: <https://cutt.ly/vr8qvSfb>

Допоміжна література

1. Коваліско Н. В., Кудринська А. І. Основи економічної соціології : навч.-метод. посібник. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. URL: <https://cutt.ly/Br8qvMT7>
2. Козирєв М. П. Соціологія: Навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2013. 440 с. URL: <https://cutt.ly/4r8qvLNC>
3. Мельничук Д., Войналович І. Сучасні виклики та пріоритети соціально-гуманітарної політики України. Вісник Хмельницького національного університету. 2023. Т. 316. № 2. С. 290-295.
4. Оксютрович, М., Мельничук, Д. (2023). Конструктивні стратегії поведінки особистості у психогенних кризових ситуаціях. Вчені записки Університету «КРОК». № 1(69). С. 253-260.
5. Паніна Н. Технологія соціологічного дослідження: курс лекцій. 2-ге вид. Київ, 2007. 320 с. URL: <https://cutt.ly/xr8qn105>.
6. Перегуда Є. Соціологія : навч. посіб. Київ: КНУБА, 2012. 140 с. URL: <https://cutt.ly/Rr8qQ0mV>.
7. Толстов І. В., Даніл'ян В. О. Філософія і соціологія: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2024. 222 с. URL: <https://cutt.ly/Sr8qQuLw>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019			Ф-31.07- 05.01/075.00.1/Б /ОК14-02-2025
	Випуск 2	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 20 / 20

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Free Online Form Builder & Form Creator for 2025. Jotform. URL: <https://www.jotform.com/>
2. Google Forms: Додаток для створення онлайн-форм. Google Workspace. URL: <https://workspace.google.com/products/forms>
3. OPERSO. Оперативна соціологія. URL: <https://operso.com.ua/>
4. Socis – Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦИС». URL: <https://socis.kiev.ua/ua/>
5. SurveyMonkey: The World's Most Popular Survey Platform. SurveyMonkey. URL: <https://www.surveymonkey.com/>
6. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Інститут соціології НАН України. Інститут соціології НАН України. URL: <https://isnasu.org.ua/>
8. Центр Разумкова. razumkov.org.ua. URL: <https://razumkov.org.ua/>