

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій

Кафедра музейно-туристичної діяльності

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

МЕТОДИ СОЦІАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

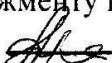
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Освітньо-професійна програма	Менеджмент соціокультурних проєктів
Спеціальність	028 Менеджмент соціокультурної діяльності
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)

Харків, 2024

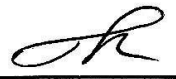
Смлабус склав:

Афенченко Г.В., канд. соціолог. наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту культури та соціальних технологій.

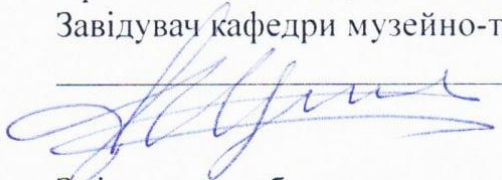
Мова навчання – українська.

Смлабус затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 15 серпня 2024 р
Завідувач кафедри менеджменту культури
та соціальних технологій  Геннадій АФЕНЧЕНКО


Смлабус затверджено на засіданні ради факультету культурології
та соціальних комунікацій
Протокол № 1 від 26.08.24

Голова ради факультету  Наталя КОРЖИК

Зміни до смлабусу затвержені на засіданні кафедри
Протокол № 10 від 20 листопада 2024 р.

Завідувач кафедри музейно-туристичної діяльності
 Анатолій ЩЕРБАНЬ

Зміни до смлабусу затвержені на засіданні ради факультету культурології
та соціальних комунікацій
Протокол № 6 від 21.11.24

Голова ради факультету  Наталя КОРЖИК

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КУРС

Назва курсу	МЕТОДИ СОЦІАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
Викладач (- і)	Геннадій Владленович АФЕНЧЕНКО
Профіль викладача (- ів)	hennadii_afenchenko@xdak.ukr.education , https://ic.ac.kharkov.ua/navchannya/ksk/mtd/afenchenko.html
Контактний телефон та емейл	(093) 9266305 agv2005@ukr.net
Інформація про консультації	hennadii_afenchenko@xdak.ukr.education код курсу в Classroom: njjks7r за розкладом, а також у зручній для здобувачів час за домовленістю з викладачем
Логіка вивчення курсу	Пререквізити: Дисципліна знаходиться у тісному зв'язку з такими дисциплінами як «Критичне мислення», «Організація та методика наукового дослідження». Постреквізити: Вона є фундаментом та теоретичною основою вивчення в подальшому таких дисциплін як «Конкурентний маркетинг у соціокультурній діяльності», «Управління соціокультурними проектами», «Управлінська практика».

2. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Дисципліна спрямована на формування у студентів наукового світогляду і глибоких знань з теорії і практики різних соціальних досліджень, набуття вмінь і навичок цієї діяльності. Особлива увага зосереджена на методології, методах, та їх застосування на практиці. Її вивчення сприяє поглибленню професійних навичок студентів та спрямоване на підготовку кваліфікованих та всебічно розвинутих фахівців.

3. МЕТА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Ознайомити студентів про порядок організації і проведення соціального дослідження, із вимогами до надійності і достовірності отриманих результатів

4. КОМПЕТЕНТНОСТІ

ЗК2.Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК3.Здатність генерувати нові ідеї(креативність).
ЗК4.Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ФК1. Здатність визначати напрями досліджень для розвитку соціокультурної діяльності.
ФК3.Здатність до планування, обґрунтування та обговорення результатів проведеного дослідження.
ФК10.Здатність до прогностичної та проектної діяльності у сфері культури, моделювання інноваційних соціально-культурних процесів і явищ, виявлення тенденцій їх розвитку.

5. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ПР1. Відшукувати, аналізувати та оцінювати інформацію, необхідну для постановки і вирішення як професійних завдань так і особистісного розвитку.
ПР2.Використовувати на практиці фаховий науково-термінологічний апарат, вміти представляти підсумки виконаної роботи.
ПР3.Вміти збирати та інтегрувати докази власної дослідницької позиції, обґрунтовувати результати соціокультурних практик, презентувати і відстоювати власну думку щодо результатів досліджень та інновацій.
ПР12.Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх практичні результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

6. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Ознаки курсу	Обов'язкова, професійна компонента ОПП Менеджмент соціокультурних проєктів
Формат курсу	Денна (заочна) форма навчання, 1-й семестр
Обсяг курсу	Кількість кредитів – 4 Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми навчання - 2 аудиторних – 40 самостійної роботи студента - 80
Технічне і програмне забезпечення	Мультимедійне обладнання, Windows 10, Google Workspace for Education
Форми, види навчальних занять та методи навчання	Форми: навчальні заняття, самостійна робота, контрольні заходи Види: лекції, практичні заняття, робота в Інтернеті, самостійна робота. Вивчення навчальних посібників та першоджерел. Виступи з оглядом результатів досліджень. Виконання практичних завдань. Методи: Пояснювально-ілюстративний: лекція, розповідь, бесіда, роз'яснення. Репродуктивний: бесіда, опитування практичні вправи. робота з пропонованими джерелами. Частково-пошуковий Проблемного викладення: розв'язання ситуацій, навчальний диспут
Поточний контроль	Індивідуальне і фронтальне опитування на практичних заняттях, поточне тестування, співбесіда.
Підсумковий контроль	Екзамен - усна відповідь на екзаменаційний білет з попередньою підготовкою
Політика курсу	<i>Обов'язковими умовами опанування навчальної дисципліни є:</i> Систематичне виконання усіх поставлених завдань; Дисциплінарні та організаційні вимоги (політика щодо відвідування, використання електронних пристроїв під час занять, їжі та напоїв тощо); Дедлайни, запізнені завдання, пропущені завдання (лікарняні, академічна мобільність та ін.); Дотримання «Правил внутрішнього розпорядку для осіб, які здобувають вищу освіту в Харківській державній академії культури» (https://ic.ac.kharkov.ua/norm_base/pvr/pravila_s_20.pdf); Дотримання академічної доброчесності (інформація щодо академічної доброчесності – сайт ХДАК – https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/acad_dobr/acad_dobr.html ; «Кодекс академічної доброчесності Харківської державної академії культури» (https://ic.ac.kharkov.ua/norm_base/kodeks_ad/kodeks_ad.html); Запобігання / протидія булінгу (цькуванню) — («Положення про політику запобігання і протидії булінгу (цькуванню) у ХДАК» https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_pzpb22.pdf Невідкладне вирішення конфліктних ситуацій здійснюється відповідно до «Положення про політику і процедури вирішення конфліктних ситуацій в освітньому процесі в ХДАК» (https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_ppvks2.pdf) Визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здійснюється відповідно до «Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти у ХДАК»

	(https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_pvrn_23.pdf) Відпрацювання пропущених занять на основі самостійної роботи з наданням відповідних результатів за встановленими формами виконання.
--	--

7. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем (або блоків)	Разом годин	Лекційні	Семінарські	Практичні	Сам. робота
Тема 1 Місце соціальних досліджень у системі менеджменту.	24	4	-	4	16
Тема 2. Процес соціальних досліджень	12	2	-	2	8
Тема 3. Програма соціального дослідження	12	2	-	2	8
Тема 4. Вторинна інформація та засоби її обробки. Контент-аналіз	12	2	-	2	8
Тема 5. Вибірковий метод в соціальних дослідженнях	24	4	-	4	16
Тема 6. Методи збору первинної інформації. Спостереження	12	2	-	2	8
Тема 7. Методи збору первинної інформації. Опитування.	12	2	-	2	8
Тема 8. Форми для збору даних та порядок їх розробки	12	2	-	2	8
Всього	120	20	-	20	80

8. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Шкала орієнтовного нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:

Письмова відповідь на питання до теми - 6

Доповідь під час семінару — 1-3;

Письмове тестування — до 10 балів

Зарахування результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти – за рішенням кафедри на основі заяви здобувача та наданих даних (до 10% загальної кількості балів, відведених на поточний контроль)

Самостійна робота (реферат, есе тощо) – 5-7 балів

Підсумковий контроль (іспит) – до 40 балів

Схема нарахування балів, які отримують студенти

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	Підсумковий контроль	Сума
12	6	6	6	12	6	6	6	до 40	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	
82-89	B	добре	

74-81	C	задовільно	зараховано
64-73	D		
60-63	E		
35-59	FX	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

9. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

	НАЗВА	Хід виконання роботи	Рекомендована література (повний бібліографічний опис або за нумерацією відповідно до розділу 12)	Кількість балів, які може отримати здобувач
1	Цілі і завдання соціальних досліджень	<ol style="list-style-type: none"> 1. Види аналітичних робіт, що виконуються маркетинговими фірмами. 2. Вимоги замовників до соціальних досліджень. 3. Вартість різних видів дослідницьких робіт. 4. Відомі маркетингові фірми, асоціації маркетологів країн України, США і Західної Європи. 	1, 2, 3	12
2	Процес соціальних досліджень та його основні етапи	<p>Підготовка до виступу з оглядом кодексу ESOMAR з практики соціальних і маркетингових досліджень та стандартами етики проведення соціальних досліджень.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стандарти якості соціальних досліджень Української асоціації маркетингу. 2. Зміст і послідовність процесу соціальних досліджень 3. Вимоги щодо проведення соціальних досліджень. 4. Кодекс ESOMAR з практики соціальних і маркетингових досліджень. 5. Етика проведення соціальних досліджень. 	1, 2, 3	6
3	Сутність та зміст програми соціальних досліджень	<p>Сформулюйте елементи методологічної частини програми маркетингового дослідження за проблемою «Освітленість вулиць міста»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розробити елементи програми соціального дослідження за обраною власною темою, що містить формулювання проблемної ситуації, цілі і завдання дослідження, визначення об'єкту і предмету дослідження. 2. Теоретично інтерпретувати проблемну ситуацію обраної теми: висунення гіпотези, розкриття змісту понять, операціоналізація понять, переклад понять в показники. 3. Оформити виконання роботи за планом: <ul style="list-style-type: none"> • формування теорії дослідження; • визначення елементів програми дослідження: тип дослідження (по ступені складності і глибини); мета і задачі дослідження; гіпотеза дослідження; • інтерпретація та операціоналізація понять. 	1, 2, 3	6
4	Збирання та аналіз	Завдання 1. Підготовка до виступу з оглядом видів вторинних даних та джерел вторинної інформації.	1, 2, 3	6

	вторинної інформації	Складіть та систематизуйте перелік періодичних видань, які можуть бути джерелами інформації. 1. Використання вторинної інформації в соціальних дослідженнях. 2. Аналіз документів та існуючих даних. 3. Застосування контент-аналізу при вивченні вторинних даних. Завдання 2. Приведіть приклад структури бланка контент-аналізу щоденної газети про комерційні операції з нерухомістю Завдання 3. 1. Провести дослідження будь-якого джерела вторинної інформації (друкованого ЗМІ, теле- чи радіопередачі, Інтернет-сайту тощо) за розробленим власноручно дослідницьким інструментарем (класифікатор контент-аналізу, протокол, котирувальна матриця).		
5	Характеристик а вибіркового методу	Рішення задач з визначення об'єму вибіркової сукупності	4, 5, 6	12
6	Класифікація та основні характеристик и методів збору первинної інформації	Відвідайте виставку (галерею). Опишіть та систематизуйте інформацію, яка може бути одержана і використана в процесі дослідження. 1. Ознайомитися з першоджерелами і навчальними посібниками по дослідженню структури туристичної галузі й аналізу конкуренції. 2. Простежити по джерелах періодичної преси виникнення і напрямки діяльності крупних вітчизняних туристичних фірм. 3. У виступі обґрунтувати висновки щодо можливого плану дослідження галузевого ринку.	1, 2, 3	6
7	Вимірювання	На підставі висновків складіть свою думку щодо таких питань: 1) вимірювання соціально-психологічних характеристик; 2) надійність вимірювання соціально-психологічних характеристик.		6
8	Розробка інструментаря для збирання первинних даних	Розробка опитувальних листків (анкет) за наступним алгоритмом: 1. Визначення цілей опитування. 2. Вибір форми опитування. 3. Розробка питань. 4. Форматування анкети. 5. Попереднє тестування анкети. 6. Корегування анкет.	4, 5, 6	6

10. ПИТАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Кодекс МТІ і ESOMAR з практики маркетингових і соціальних досліджень.	16
2	Організація і проведення соціального дослідження.	8
3	Методологічна і методична частина програми соціального дослідження.	8
4	Використання вибіркового методу в дослідженнях	16
5	Вторинна інформація в соціальних дослідженнях	8
6	Методи збору первинної інформації	8
7	Побудова плану дослідження та організація збору даних	8
8	Аналіз даних та формування звіту про дослідження	8

11. ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОЇ ФОРМИ КОНТРОЛЮ

1. Поняття та сучасні види соціальних досліджень.
2. Маркетингова інформаційна система. Послідовність формування і порядок використання МІС на підприємствах соціокультурної сфери.
3. Організація соціальних досліджень. Суб'єкти, які проводять соціальні дослідження.
4. Принципи і методологія соціальних досліджень.
5. Класифікація проєктів соціальних досліджень.
6. Послідовність та зміст етапів процесу соціального дослідження.
7. Кодекс МТП і ESOMAR з практики маркетингових і соціальних досліджень. Вимоги до їх проведення (відносини з респондентами, клієнтами, бізнесом, широкою громадськістю).
8. Програма соціального дослідження. Методологічна та методична частини програми дослідження.
9. Види інформації. Їх переваги та недоліки.
10. Традиційний (класичний) метод аналізу документів.
11. Формалізований (контент-аналіз) метод аналізу документів. Історія виникнення та технологія проведення.
12. Класифікація первинних даних.
13. Поняття та види спостережень.
14. Проведення спостереження.
15. Технічні засоби фіксації стану об'єкту спостереження.
16. Поняття опитування та його види.
17. Типи питань, які використовують в опитуваннях.
18. Розробка форм для проведення опитування.
19. Організація та проведення опитування способом фокус-груп.
20. Рівні вимірювання характеристик об'єкту дослідження та види шкал.
21. Визначення генеральної сукупності та способи її охоплення.
22. Поняття вибіркового методу. Визначення процедури відбору.
23. Невипадкові методи відбору. Види вибірок.
24. Імовірнісні вибірки. Види вибірок.
25. Визначення об'єму вибіркової сукупності при проведенні польових досліджень.
26. Помилки під час збирання даних.
27. Вимоги щодо звіту про проведення дослідження згідно Кодексу ESOMAR.

12. Рекомендована література

Основна література

1. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження. Київ: Духі Літера, 2015. 380 с.
2. Вербець В.В. Методика організації та проведення соціологічного дослідження: Навчально-методичний посібник. Березно. 2008. 231 с.
3. Комплексні вимірювальні інструменти в соціологічних дослідженнях: розроблення, адаптація, обґрунтування достовірності [Є. Головаха, С. Дембіцький, Н. Паніна та ін.]; за наук. ред. Є. Головахи та С. Дембіцького. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 405 с.
4. Методика проведення фокус-груп: Методичні рекомендації для студентів спеціальності «журналістика» ВДПУ / Укладач Лапшин С.А. Вінниця: ВДПУ, 2016. 28 с.
5. Організація і проведення соціометричної методики в соціально-психологічних дослідженнях. Навчально-методичний посібник/ Е.Т.Соломка, Ю.А. Прокопович Ужгород 2008. 32 с.
6. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження. Київ: Наукова думка, 2006. 232 с.
7. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування: підручник. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. 342 с.
8. Полторак В. А. Маркетингові дослідження Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 387с.

9. Соціологія: організація емпіричного дослідження. Навч. посібн. / уклад. Балановський Я. М. Умань: Візаві, 2019. 471 с.
10. Якісні дослідження в соціологічних практиках: навчальний посібник / За ред. Н. Костенко, Л. Скокової. Київ: Інститут соціології НАНУ, 2009 400 с.

Допоміжна

1. Гоманюк М.А. Інтерв'юер у масовому опитуванні. Кишеньковий навчально-методичний посібник. Херсон : Гілея, 2013. 84 с
2. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / За заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванова В. Київ: Кондор, 2018. 256с.
3. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Наукова творчість у галузі культурології і мистецтвознавства. Харків : ХДАК, 2016.
4. Шостак І. В. Анкетування: методичні рекомендації щодо організації та проведення соціологічного дослідження. Острого, 2021. 40 с.
5. 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.

Інформаційні ресурси

1. International Sociology: SAGE Journals. URL: <https://journals.sagepub.com/home/iss>
2. SOCIS: Центр соціальних та маркетингових досліджень. URL: <http://socis.kiev.ua/ua/>
3. «Соціологія: теорія методи, Маркетинг. Періодичне видання. URL: <http://stmm.in.ua/archive/>
4. Архіви даних крос-національних досліджень. URL: <http://www.gesis.org>
5. Бібліотека Харківської державної академії культури.
6. Інститут демографії і соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України: URL: <http://www.idss.org.ua>
7. Інститут соціології НАН України. URL: <http://i-soc.com.ua/>
8. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://www.kiis.com.ua/>
9. Маркетинг в Україні. Періодичне видання.
10. Маркетинг і реклама. Періодичне видання.
11. Маркетингові дослідження в Україні. Періодичне видання.
12. Моніторинг ООН рівня щастливості у світі (World Happiness Report) URL: <http://worldhappiness.report> Національний банк соціологічних даних «Київський архів» URL: <http://ukraine.survey-archive.com>
13. Онлайн-ресурси Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Портал «Медіаосвіта і медіаграмотність». URL: <http://medialiteracy.org.ua/>
15. Соціологічна асоціація України. URL: <http://www.sau.kiev.ua/>
16. Соціологічна група «Рейтинг». URL: <http://ratinggroup.ua/>
17. Соціологія та соціальні дослідження: що, як, навіщо? Онлайн курс на платформі Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/IRF/SOC101/2015_T1/about
18. Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка. URL: <http://www.uisr.org.ua/>
19. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/>
20. Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка.
21. Центр Разумкова. URL: <http://razumkov.org.ua/>
22. Центр соціальний моніторинг. URL: <https://smc.org.ua/>