



Міністерство освіти і науки України
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
Факультет соціології та соціальної політики



РОБОЧА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)
«СОЦІОМАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

Галузь знань
05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність
054 «Соціологія»
Освітній рівень
перший (бакалаврський)

Назва кафедри та викладач / викладачі	Кафедра соціології та публічних комунікацій Викладач: Булатевич Микола Миколайович Інформація про викладача на сайті факультету: https://fssp.udu.edu.ua/kafedry/kafedra-sotsiolohii-ta-publichnykh-komunikatsii#bulatevych-mykola-mykolaiovych-kandydat-sotsiolohichnykh-nauk-dotsent E-mail: m.m.bulatevych@udu.edu.ua		
I. Основна мета/цілі навчання	Забезпечити здобувачів вищої освіти знанням про соціомаркетингові дослідження як різновид соціологічних досліджень, їх місце в системі соціологічного знання та особливості проведення		
II. Місце навчальної дисципліни в освітній програмі	Навчальна дисципліна вибіркова поглибленої підготовки за спеціальністю BV2.05		
III. Обсяг навчальної дисципліни		Денна форма	Заочна форма
	Кількість кредитів	3	3
	Загальна кількість годин	90	90
	Лекційні заняття	18	6
	Семінарські заняття	22	6

	Практичні заняття		
	Самостійна робота	50	78
IV. Короткий зміст навчальної дисципліни	<u>Модуль І. Соціомаркетингові дослідження в системі соціології.</u> <u>Тема 1. Соціомаркетингові дослідження як різновид соціологічних досліджень.</u> <u>Тема 2. Поняття споживацької поведінки та особливості її дослідження.</u> <u>Тема3. Методики, техніки та процедури соціомаркетингових досліджень.</u> <u>Тема 4. Значення маркетингових досліджень для управлінської діяльності та ухвалення управлінських рішень.</u> <u>Тема 5. Особливості розробки соціомаркетингових досліджень.</u> <u>Тема 6. Ринок маркетингових досліджень та дослідницька етика.</u>		
V. Порядок та критерії оцінювання	Форми і методи поточного контролю Форма контролю – Залік Поточний контроль: опитування (усні й письмові), доповіді, реферати, творчі роботи (презентації, командні проєкти, написання прес-релізів, есе), оформлення документів, тренувальні онлайн-тести, тестові модульні контрольні роботи Підсумковий контроль: Залік у 5 семестрі		
VI. Політика курсу	Грунтується на засадах академічної доброчесності та визначається системою вимог, які ставляться до здобувачів вищої освіти в УДУ імені Михайла Драгоманова Дні й години для консультацій: консультації проводяться за графіком кафедри.. Обсяги, терміни і порядок відпрацювань: відпрацювати пропуски здобувач може в години консультацій; доскласти/перескласти завдання може протягом семестру; за доскладання й перескладання робіт Особливості оцінювання. Максимальні бали за виконання робіт здобувачами: 1) реферативні повідомлення, доповіді на семінарських заняття – 4 балів; 2) творчі практичні роботи, презентації –5 балів; 3) тестові модульні контрольні роботи – 5 балів.		
VII. Основні інформаційні ресурси	Основні інформаційні джерела 1. Gordon L. E. Real research: research methods sociology students can use / Liahna E. Gordon. – Los Angeles : Sage Publications, 2019. – 344 p. 2. McDaniel C. Marketing research / Carl McDaniel, Roger Gates. – Hoboken : John Wiley & Sons Inc., 2010. – 693 p. 3. Smith PR. Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies / PR Smith and Ze Zook. – London and New York : Kogan Page, 2020. – 672 p.		

Обговорено та затверджено на засіданні кафедри соціології та публічних комунікацій протокол №_6_ від 21 січня 2025 р.

