

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

рішенням Вченої ради факультету соціології

Протокол № 7 від “20” грудня 2017 року

Декан факультету соціології

_____ **А.П.Горбачик**

ПРОГРАМА

ЕКЗАМЕНУ

із спеціальності 054 «Соціологія»

освітнього рівня «Магістр»

освітньої програми «Соціальні технології»

КИЇВ – 2017

ЗМІСТ

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	3
2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	3
3. ЗМІСТ ДЕРЖАВНОГО ЕКЗАМЕНУ.....	3
ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ	3
<i>1. Новітні методи аналізу даних в соціології.....</i>	<i>3</i>
<i>2. Методологія дослідження соціальних нерівностей.....</i>	<i>4</i>
<i>3. Теорія соціальних технологій</i>	<i>5</i>
<i>4. Моделювання та прогнозування соціальних процесів.....</i>	<i>6</i>
<i>5. Методи аналізу нечислових даних в соціології</i>	<i>7</i>
ДИСЦИПЛІНИ ВИБОРУ ВНЗ	7
<i>6. Дизайн дослідження</i>	<i>7</i>
ДИСЦИПЛІНИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ СТУДЕНТА	8
<i>Спеціалізація "Технології економічної сфери: менеджмент і маркетинг"</i>	<i>8</i>
7. Соціальні технології маркетингу.....	8
8. Соціальні технології управління та адміністрування	9
<i>Спеціалізація "Технології комунікацій і політичної сфери".....</i>	<i>10</i>
7. Соціальні технології в політиці	10
8. Соціальні технології PR та іміджмейкінгу	11

1. Загальні положення

Державний екзамен для студентів магістратури є важливою складовою навчально-виховного процесу і призначений для об'єктивного оцінювання рівня набутих під час навчання знань, умінь і навичок майбутньої фахової діяльності. Він дозволяє визначити не лише рівень фахової підготовки майбутніх спеціалістів, але й зафіксувати слабкі місця в підготовці студентів зі спеціальності «соціологія».

2. Організаційно-методичні рекомендації

Державний екзамен передбачає перевірку теоретичних знань, практичних умінь і навичок, набутих студентами освітнього рівня «магістр» протягом навчання з предметів, засвоєння яких дозволяє скласти системне уявлення про сучасну соціологічну науку та закласти основу для подальшого вдосконалення фахової підготовки соціологів. Кожний студент під час проведення іспиту отримує індивідуальний екзаменаційний білет, який складається із двох частин.

1. **Перша частина** є тестом, який включає закриті запитання з можливістю вибору одного варіанту відповіді.

2. **Друга частина** містить проблемне відкрите питання, в якому пропонується розглянути конкретне соціальне явище (або процес) і надати розгорнуту відповідь за такою логічною схемою:

1. визначити декілька понять, пов'язаних із зазначеним соціальним явищем/процесом та провести їх теоретичну інтерпретацію;
2. обґрунтувати вибір теоретичного підходу до аналізу зазначеного явища/процесу;
3. сформулювати 1-2 гіпотези щодо дослідження проявів та/або зв'язків даного явища/процесу з іншими явищами/процесами у рамках цього підходу
4. визначити і обґрунтувати методи перевірки цих гіпотез.
5. охарактеризувати прояви даного явища/процесу в сучасному українському суспільстві.

За виконання першої частини студент може отримати не більше ніж 60 балів. За виконання другої частини студент може отримати не більше ніж 40 балів. Загальна кількість балів, яку студент може отримати на екзамені, складає 100 балів. Виконання всіх екзаменаційних завдань є обов'язковим. Незадовільна оцінка з одного із екзаменаційних завдань (менше 36 балів за першу частину або менше 24 балів за другу частину) є підставою для виставлення незадовільної оцінки за іспит в цілому.

Екзамен проводиться у письмовій формі. Члени екзаменаційної комісії перевіряють письмову роботу і виставляють відповідні бали, які прилюдно оголошуються.

3. Зміст державного екзамену

Обов'язкові навчальні дисципліни

1. Новітні методи аналізу даних в соціології

Модель множинної лінійної регресії. Використання номінальних змінних у якості факторів (незалежних змінних) в моделі лінійної регресії. Фіктивні (dummy) змінні: створення, інтерпретація. Модель бінарної логістичної регресії: загальний вигляд рівняння, інтерпретація коефіцієнтів регресії, порівняння впливу окремих факторів, оцінка відповідності моделі емпіричним даним. Аналіз багатовимірних таблиць. Модель логлінійного аналізу: основні етапи, модель незалежності, насичена модель, оцінка відповідності моделі емпіричним даним, ефекти та їх інтерпретація, ієрархічність. Розвідувальне та підтверджуюче використання логлінійного аналізу. Експлораторний (розвідувальний) лінійний факторний аналіз: основні задачі, поняття, етапи, методи. Використання конфірмаційного (підтверджуючого) факторного аналізу для побудови економних вимірювальних моделей: основні етапи та критерії оцінювання відповідності.

Ключові поняття та терміни: фіктивна змінна, логіт (logit), відповідність моделі, експлораторний (розвідувальний) аналіз, конфірмаційний (підтверджуючий) аналіз, ефект впливу, ефект взаємодії.

Література

Основна:

1. Паніотто В.І. Статистичний аналіз соціологічних даних / В.І. Паніотто, В.С. Максименко, Н.М.Харченко – К.:Наукова думка, 2004.
2. Д.Крамер Математическая обработка данных в социальных науках: современные методы .- М: Издательский центр "Академия", 2007. - 288 с. <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/library/matematiceskaya-obrabotka-dannyh-v-socialnyh-naukah-sovremennye-metody>
3. D.Knoke, P.Burke Log-Linear Models.- SAGE, 1980.- 80 pp.

Додаткова:

1. Knoke D., Bohrnstedt W., Mee A. Statistics for Social Data Analysis.- F.E.Peacock Publishers.- 2002
2. Ким Дж.-О., Мьюллер Ч.У., Клекка У.Р. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ.- М.: Финансы и статистика, 1989
3. Наследов А. SPSS 15: профессиональный статистический анализ данных/ А. Наследов. – СПб.:Питер, 2008.

2. Методологія дослідження соціальних нерівностей

Концепція соціальних нерівностей як спроможності скористатись суспільними ресурсами (А.Сен). Концепція нерівностей людського існування (Г.Тьорборн). Міжсекційний підхід в дослідженні нерівностей. Ресурсоорієнтована концепція індивідуального добробуту (Е.Оллардт). Задоволеність життям, Інтегральний індекс соціального самопочуття (Є.Головаха, Н.Паніна). Способи класифікації професійних статусів. Соціально-економічний індекс професійного статусу (SEI); модель О. Данкена досягнення статусу. Структура Міжнародного стандартного класифікатора професій ISCO. Нерівності життя. Соціальний та індивідуальний добробут. Нерівності в зайнятості. Класовий аналіз нерівностей. Критерії виокремлення класових категорій за методологією Е.О.Райта. Відносини експлуатації та їх емпіричне визначення. Соціальне відторгнення. Логіка класового аналізу Голдторпа-Еріксона-Портокареро, основні критерії визначення класової позиції. Нерівності ринкової та трудової ситуацій. Модель службових відносин. Креативний клас в сучасних суспільствах. Прекаріат. Культурорієнтовані методології класового аналізу П.Бурдьо, М.Севеджа.

Ключові поняття: соціальна нерівність, справедливість, індивідуальний добробут, задоволеність життям, нерівності життя, життєві шанси, професійний статус, статус зайнятості, експлуатація, ринкова ситуація, трудова ситуація, якість життя, спосіб життя, соціокультурне мілю.

Література

Основна:

1. Куценко О. Соціальні класи: соціологічні інтерпретації і підходи до вивчення \ \ Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія. - № 5, 2014. – С. 69-75.
2. Куценко О.Д. Общество неравных: Классовый анализ неравенств в современном обществе: опыты западной социологии. - Харьков: Изд_во Харьковского нац. Университета, 2000.
3. Вимірювання якості життя в Україні. Аналітична доповідь, Лібанова Е.М., Гладун О.М., Лісогор Л.С. та ін. – К.: 2013 \ Р.1. – С.9-20; Р.3.2-3.3.. – Сс.25-33.
4. Нерівність в Україні: масштаби та можливості впливу / за ред. Е.М.Лібанової. – К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2012. - Р. 3.10. Регіональна диференціація рівня життя населення. – Сс.198 – 204; - Р.5.1. Багатовимірний аналіз нерівності – Сс.235-242

5. Håkon Leiufrud, Ivano Bison & Erling Solheim SOCIAL CLASS IN EUROPE II / European Social Survey 2002-2008. - Norway, Italy, 2010. – Pp.9-11, 25-28.
6. Savage M., Devine F. etc. A New Model of Social Class: Findings from the BBC's Great British Class Survey Experiment \ \ Sociology - April Vol. 47, No. 2, 2013. – P.220-249. <http://soc.sagepub.com/content/47/2/219.full.pdf+html>

Додаткова:

1. Therborn, G. (2006) Meaning, Patterns, and Forces of Inequalities. London: Verso.
2. Симончук Е. Картографирование классов: традиции и новации / Е. Симончук // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2016. — № 1. — С. 26–51. Режим доступа: <http://simonchuk.kiev.ua/ru/posts/>
3. Фестер М. Социальные мильё, классы и стили жизни в Западной Германии // Социальное неравенство. Изменения в социальной структуре: европейская перспектива / Под ред. В.Воронкова. СПбЖ «Алтейя», 2008. С.25-44.
4. Україна: на шляху до соціального залучення : Національна Доповідь про людський розвиток 2011 [Електронний ресурс] / [Лібанова Е., Левенець Ю., Макарова О. та ін.] – К.: ПРООН, 2011. – 124 с. – Режим доступу до ресурсу: http://www.undp.org.ua/files/ua_95644NHDR_2011_Ukr.pdf

3. Теорія соціальних технологій

Соціальні технології та соціально-технологічна діяльність: специфіка та суспільне призначення. Поняття «соціальна технологія» та його сутнісні ознаки. Проблема типологізації соціальних технологій: традиційні та інноваційні соціальні технології. Основні гносеологічні властивості соціальних технологій. Соціальні наслідки розробки та впровадження соціальних технологій. Інженерний характер соціально-технологічної діяльності: особливості генези та розвитку ідеї соціальної інженерії. Проблема технологізації соціальних об'єктів. Функціональна специфіка соціальних технологій: критерії типологічної відмінності пізнавальних та практичних функцій соціальних технологій. Поняття «соціальний ризик» та його технологічний зміст. Стимулювання праці як соціально-технологічна проблема. Маркетинг та реклама як соціальні технології. Поділ політичної влади як соціально-технологічний принцип організації та функціонування демократичного суспільства. Вибірчі системи та їх технологічна специфіка Соціальні технології використання вільного часу: туризм та індустрія розваг. Процес технологізації управління: поняття та основні характеристики. Управлінський вплив як технологічний спосіб розробки, ухвалення та організації та виконання управлінських рішень. Роль та значення моніторингових та діагностичних соціологічних досліджень як технологічного засобу забезпечення ефективності управлінської діяльності.

Ключові поняття та терміни: соціальні технології, соціально-технологічна діяльність, соціально-технологічні принципи, управлінські впливи, технологізація управління

Література

Основна:

1. Теория управления. социально-технологический подход. Энциклопедический словарь / под ред. В.Н Иванова, В.И Патрушева. - М.: Муниципальный мир, 2004. – 672 с.
2. Сурмин Ю.П., Туленков Н.В. Теория социальных технологий: Учеб. пособие.- К.: МАУП, 2004.- 608 с .
3. Соціальні технології: заради чого? яким чином? з яким результатом: монографія /Кол. авторів. Наук. ред. В. І. Подшивалкіної. – Одеса: ОНУ імені І.І.Мечнікова, 2014. – 560с.
4. Патрушев В.И. Основы общей теории социальных технологий. – М. Изд-во ИКАР, 2008. – 320 с.

Додаткова:

1. Социальный менеджмент: учебное пособие/ под ред. В.Н Иванова, В.И Патрушева. - М.: Гардарики, 2009. – 296с.
2. Суименко Е.И. Социальная инженерия: к вопросу о научном статусе// Соціологічна наука і освіта в Україні: Зб. наук. пр. - К.:МАУП. - 2000.-Вип.1.- С. 78-81.
3. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. - М.: Прогресс- Традиция, 2000. – 384 с.
4. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. - М.: Весь мир, 2004. – 120с.
5. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний, - М.: Логос, 2012. -248с.

4. Моделювання та прогнозування соціальних процесів

Моделі та їх класифікація. Моделі сегрегації та розселення: Шеллінга, Кристаллера, Ципфа та Льюша. Моделі агрегації: модель Грановеттера, модель овацій. Клітинні автомати та гра «Життя». Моделі прийняття групових рішень: модель Дельфів, теорема Ерроу, модель Кондорсе, парадокс Кондорсе, метод Шульце, метод Борда, медіана Кемені, тактичне голосування. Модель розподілу ресурсів: задача розділення торта.

Теорія ігор. Нормальна та розгорнута форма. Дилема в'язня. Стратегії у іграх. Строге та слабе домінування. Рівновага Неша. Модель Курно та Хотеллінга-Даунса. Рівновага Неша на підіграх.

Ключові поняття та терміни: моделювання, сегрегація, агрегація, клітинний автомат, групове рішення, дерево прийняття рішень, стратегія, рівновага Неша.

Література

Основна:

1. Захаров А. В. Теория игр в общественных науках: учебник для ВУЗов.- Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. - 304 с
2. Бреер В.В. Модели толерантного порогового поведения ru.mtas.ru/archive/Breer_116.pdf
3. Electorama. Condorcet method — електронне джерело. Режим доступу: http://wiki.electorama.com/wiki/Condorcet_method
4. Астафьев Г.Б., Короновский А.А., Храмов А.Е. Клеточные автоматы: Учебно-методическое пособие. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2003. 24с
5. Behavioral Game Theory and Sociology Herbert Gintis* January 26, 2006 <http://www.umass.edu/preferen/gintis/behavi~1.pdf>
6. Данилов В.И. Лекции по теории игр./ КЛ,2002,001ю- М.Ж Российская Экономическая школа, 2002, 140с
7. <https://plato.stanford.edu/entries/voting-methods/>

Додаткова:

1. Lippman, David. Voting Theory / Lippman, David — Math in Society, 2010 — pp. 1-19
2. Granovetter M. Threshold Models of Collective Behavior.- The American Journal of Sociology, vol.83, No.6, 1420-1443
3. Александров Д.А., Кондратьев М.А. Городская сегрегация: модели и перспективы исследования в российских городах <http://leontief-centre.ru/UserFiles/Files/AIKon.pdf>
4. Douglas Woodall. Properties of Preferential Election Rules / Douglas Woodall — Voting matters - Issue 3, December 1994 — Pp. 8-15.
5. World Heritage Encyclopedia. Schulze method — електронне джерело. Режим доступу: http://www.gutenberg.cc/articles/eng/Schulze_method
6. Растворцева С.Н., Манаева И.В. Анализ проявления закона Ципфа в городах России.- Экономический анализ: теория и практика.-2015. - №46. –С. 56–66.
7. Кичмаренко О.Д., Огуленко А.П. Теория принятия решений. Раздел : Теория голосования .- ОНУ имени И.И.Мечникова, 2012, С52

5. Методи аналізу нечислових даних в соціології

Аналітичні стратегії роботи з соціологічними даними. Теоретико-методологічні засади методів аналізу нечислових даних і пізнавальні стратегії соціології. Якісний дизайн соціологічних досліджень. Сучасні методи аналізу нечислових даних. Теоретичні підходи до аналізу нечислових даних у соціології. Тексти та візуальні об'єкти. Етика роботи з нечисловими даними. Планування аналізу нечислових даних і вибір методів відповідно до завдань та об'єкту дослідження. Процедури обробки та аналізу нечислових даних. Етапи роботи з нечисловими даними. Програмне забезпечення при аналізі нечислових даних. Наративний, конверсаційний та дискурсивний аналіз. Аналіз випадку. Біографічний метод. Аналіз малюнків, фото та відео матеріалів. Якісний компаративний аналіз та інтелектуальний аналіз тексту. Інтерпретація нечислових даних та підготовка звіту.

Ключові поняття та терміни: нечислові дані, якісний дизайн дослідження, «обґрунтована теорія», семіотика, герменевтика, кодування, «щільний опис» даних, триангуляція, таксономія, наративний аналіз, конверсаційний аналіз, дискурсивний аналіз, якісний компаративний аналіз, інтелектуальний аналіз тексту.

Література

Основна:

1. Day, Ian. Qualitative Data Analysis. A user-friendly guide for social scientists. Routledge, 2005. <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/library/qualitative-data-analysis-user-friendly-guide-social-scientists>
2. Qualitative data analysis: a methods sourcebook / Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldaña. Third edition. SAGE publications, 2014.
3. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Ветер Е. Методы анализа текста и дискурса / Пер. с англ. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2009.

Додаткова:

1. Rihoux B., Ragin Ch. Configurational Comparative Methods: Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques. SAGE publications, 2009.
2. Vogt, W. Paul, et al. Selecting the right analyses for your data: Quantitative, qualitative, and mixed methods. Guilford Publications, 2014. <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/library/selecting-right-analyses-your-data-quantitative-qualitative-and-mixed-methods>
3. Семенова В.В. Качественные методы: Введение в гуманистическую социологию. М., 1998.
4. Страус А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / пер. с англ. М.: Эдиториал УРСС, 2001.
5. Фабрикант М. Применение нарративного анализа в исследовании больших социальных групп // Психологический журнал, - 2010. - № 1(25). С. 64-68.
6. Якісні дослідження в соціологічних практиках: Навчальний посібник / За ред. Н.Костенко, Л.Скокової. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2009. – 400 с.

Дисципліни вибору ВНЗ

6. Дизайн дослідження

Структура процесу дослідження, типи дизайну та дослідницькі стратегії. Сутність і етапи процесу наукового дослідження. Показники якості соціологічного дослідження. Елементи програми соціологічного дослідження. Дослідницький дизайн при підготовці програми дослідження. Етичні вимоги при плануванні та проведенні соціологічного дослідження. Класифікація типів дизайну у соціологічних дослідженнях. Зовнішня та внутрішня валідність у експериментальному, кількісному та якісному дизайні дослідження. Обґрунтування вибору експериментального або неекспериментального дизайну дослідження. Методи формування вибірки, збору і аналізу даних у кількісному, якісному та змішаному дизайні дослідження. Крос-секційний, лонгітюдний дизайн дослідження і когортний аналіз.

Ключові поняття та терміни: програма та дизайн дослідження, експеримент, квазі-експеримент, зовнішня валідність, внутрішня валідність, надійність, кількісний дизайн, якісний дизайн, змішаний дизайн, кореляційний дизайн, панельні дослідження, когортний аналіз.

Література

Основна:

1. Babbie, Earl. *The practice of social research*. Thirteenth Edition, International Edition. Wadsworth, Cengage Learning, 2013.
2. Creswell, John W. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th edition. Sage publications, 2014.
3. Vogt, W. Paul, et al. *Selecting the right analyses for your data: Quantitative, qualitative, and mixed methods*. Guilford Publications, 2014. <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/library/selecting-right-analyses-your-data-quantitative-qualitative-and-mixed-methods>

Додаткова:

1. Bryman, Alan. *Social research methods*. 4th edition. Oxford University Press, 2012.
2. Rea, Louis M., and Richard A. Parker. *Designing and conducting survey research: A comprehensive guide*. 4th edition. John Wiley & Sons, 2014.
3. Батыгин Г. С. *Обоснование научного вывода в прикладной социологии*. – Москва: Наука, 1986. – 270 с.
4. Паніна Н.В. *Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій / 2-ге видання, доповнене*. – Київ, 2007. - 320 с.
5. Савельев Ю. Б. *Когортный анализ и проблема разграничения компонентов социальных изменений: метод линейной декомпозиции тренда // Социологические исследования*. – 2015. – № 10. – С. 130–135.
6. Ядов В.А. *Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учебник для вузов*. – М., 2000. – 596 с.

Дисципліни вільного вибору студента

Спеціалізація "Технології економічної сфери: менеджмент і маркетинг"

7. Соціальні технології маркетингу

Об'єкт та предметне поле маркетингу в умовах сучасного соціуму. Значення соціально-спрямованих шкіл маркетингу для формування нової теорії маркетингу. Нормативні і ціннісні основи маркетингу : маркетинг як соціальне проектування. Соціальний маркетинг як система відтворення соціальних ресурсів. Маркетинг як соціальний процес конструювання економічних обмінів. Поняття грошей як елемента ринкових взаємодій в системі маркетингу та стратегії ціноутворення. Аналіз факторів маркетингового середовища як умова побудови успішної маркетингової стратегії. Споживча поведінка та соціальні фактори її формування. Сегментація як соціальна технологія сучасного ринкового суспільства. Брендінг як особлива технологія створення цінності продукту. Соціальний зріз маркетингових комунікативних стратегій : особливості застосування.

Ключові поняття та терміни: маркетингові стратегії, соціальне проектування, маркетингове середовище, сегментування ринку, поведінка споживачів, соціальний маркетинг, маркетингові комунікації.

Література

Основна:

1. Брассингтон Ф. Петтитт С. *Основы маркетинга. Классический зарубежный учебник* – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс,. 2011 – 768 с.
2. Власова М. Л. *Социологические методы в маркетинговых исследованиях* – Высш. школа эконом. – М.: Изд. дом. ГУ ВШЭ, 2006. – 710 с.

3. Каптуревский Ю.Н. Классика маркетинга. Сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг. Санкт-Петербург: Питер, 2001.- 752 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга – ИД Вильямс, 2014. – 659 с.
5. Маркетинг : підручник./ За ред. А. О. Старостіної. — К.: Знання, 2009. — 1070 с.

Додаткова:

1. Траут Д. Райс Эл. Позиционирование. Битва за умы. – Спб, Питер, 2007- 336 с.
2. Філософія маркетингу: інтеграція теорії та практики. — Д.: Наука і освіта, 2010. — 271 с.
3. Шафалюк, Олександр Казимирович. Гуманістична концепція споживача в маркетингу— К.: КНЕУ, 2008. — 200 с.
4. Percy L. Strategic Integrated Marketing Communication. - Published by Elsevier Inc. 2008

8. Соціальні технології управління та адміністрування

Поняття соціальних технологій управління та адміністрування в соціології. Зміст, структура і типологія соціальних технологій управління та адміністрування. Історична еволюція, науковий статус, місце і роль соціальних технологій управління та адміністрування в сучасному суспільстві. Принципи і процедури проектування соціальних технологій управління та адміністрування, а також механізми їх практичної реалізації

Особливості соціальних технологій процесу управління та процесу адміністрування. Специфіка соціальних технологій кадрового менеджменту та соціальних технологій прийняття управлінських рішень. Характер соціальних технологій управлінського аудиту та управлінського консалтингу. Соціальні технології аудиту загальнодержавних і регіональних соціальних програм, соціальні технології управлінського аудиту соціального середовища та людських ресурсів. Соціальні технології управлінського консультування, коучингу та аналітичної медіації.

Ключові поняття та терміни: соціальні технології управління та адміністрування, загальні та спеціальні технології управлінської діяльності, технології процесу управління та адміністрування, технології кадрового менеджменту та процесу прийняття управлінського рішення, технології управлінського аудиту та управлінського консалтингу.

Література:

Основна:

1. Андруник А.П. Технологии эффективного менеджмента [Электр. Ресурс]: учебное пособие /А.П.Андруник.-Пермь:»Кунгурская типография», 2015.-362с.
2. Герасимов Б.М. Социальные технологи в управлении :моногр. /Б.М.Герасимов, В.Г.Чумак.- Самара: Изд-во СамНЦ РАН, 2014.- 396 с.
3. Плотников М.В. Социальные технологии менеджмента: учебное пособие /М.В. Плотников.- Н/Новгород: Нижегородский гос. ун-т, -2012.-148с.
4. Соціальні технології: заради чого? яким чином? з яким результатом: монографія.
5. Колектив авторів [В.Подшивалкіна, Т.Каменська, М.Туленков та ін.].- Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2015.- 546 с.

Додаткова:

1. Анохин А.Г. Современные технологии эффективной политики: учеб. пособие /А.Г. Анохин.- М.:РУДН, 2008.-239с.
2. Блинов А.О. Управленческое консультирование: учебник для магистров/ А.О.Блинов, В.А.Дресвянников.-М.: Дашков и Ко,2013.-222с.
3. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире /В.Н.Иванов.- М.:Славянский диалог,1996.-335с.
4. Мазурик О.В. Соціальний аудит: теоретичні засади та технологія застосування Україні: моногр./ О.В.Мазурик.-Донецьк:Східний видавничий дім,2013.-316с.
5. Марков М. Технология и эффективность социального управления: пер. с болг./М. Марков.- М.: Прогресс, 1982.-267с.
6. Социальный аудит: технологии, стандарты, основные понятия.Словарь-справочник.-М.: Изд-во АТИСО, 2008.-320с.

7. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: учебное пособие/Ю.П.Сурмин, Н.В.Туленков.-К.: МАУП, 2004.-608с.

Спеціалізація "Технології комунікацій і політичної сфери"

7. Соціальні технології в політиці

Світова криза демократії. Фасадна демократія. Електронна демократія. Феномен гібридної війни. Ринок політики. Політичне поле та його диференціація. Економічні, соціологічні, маркетингові та громадянські моделі поведінки на ринку політики. Поведінкові моделі просторової конкуренції та медійного виборця. Застосування парадоксу Кондорсе, «дилеми ув'язнених» в прийнятті політичних рішень. Електронне урядування та його моделі. Маніпулювання свідомістю. Принципи і техніки пропаганди. Критерії оцінки ефективності виборчої кампанії. Виборча кампанія як політична гра, її формальні та неформальні організаційні структури., структурно-логічна модель. Інтенсивні методи проектування і організації виборів. Технології підвищення політичної та електоральної активності виборців. Імідж як продукт соціальних і політичних комунікацій. Методики оцінки ефективності пропагандистських компаній. Моніторинг ефективності іміджу кандидата в ході виборчої кампанії. Соціологічні PR технології під час проведення політичних кампаній.

Ключові поняття: Соціальні технології в політиці, політичне поле, політичний ринок, гібридна війна, електронна демократія, моделі політичної поведінки, прийняття політичних рішень, електронне урядування, маніпулювання свідомістю, техніки пропаганди, ефективність виборчої кампанії, активність виборців, імідж кандидата.

Література

Основна:

1. Дзюба С.В., Жилияєв І.Б., Полумієнко С.К, Рубан І.А., Семенченко А.І. Електронне урядування. Опорний конспект лекцій / За ред. А.І. Семенченка. – Київ, 2012. – Режим доступу: <http://academy.gov.ua/infpol/pages/dop/2/files/25b2e244-abac-4811-a0e5-4e420559b51d.pdf>
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М., 2005. - Режим доступу: http://www.karamurza.ru/books/manipul/manipul_content.htm
3. Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. Глава 3. Политика в терминах политического маркетинга – М.: «Весь мир», 2008. – С.191-252.
4. Основи політичної соціології: навчальний посібник для студентів соціогуманітарних спеціальностей / М. А. Безносков, Т. М. Дублікаш, А. Д. Литовченко та ін. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015.–С.195-226.-
Режим доступу: <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/11544>
5. Полторак В.А. Соціологія політики, політичний маркетинг і політико-інженерна діяльність // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2012, вип. 56. – С.219 – 227. – Режим доступу: file:///D:/My%20Documents/Downloads/staptp_2012_56_27.pdf
6. Світова гібридна війна: український фронт / За загальною редакцією В. П. ГОРБУЛІНА. – - Київ: Інститут стратегічних досліджень, 2017. Розділи 1.1., 1.4, 1.5, 2.2, 8. – Режим доступу: http://bintel.com.ua/uploads/images/news-center/gorbulin/HW_druk_fin%2Bsite_changed-6e437.pdf
7. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М.: Социо-Логос, 1997. - С.32-40. – Режим доступу: <http://www.rulit.me/books/delat-mnenie-novaya-politicheskaya-igra-read-404396-4.html>

Додаткова:

1. Концепція розвитку електронного урядування в Україні / За ред. А.І. Семенченко, 2009р. – 16 с. – Режим доступу: http://www.irf.ua/files/ukr/conception_final.pdf
2. Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. – М.: Эксмо, 2015.

3. Клименко, І. В. Технології електронного врядування: Навчальний посібник / І. В. Клименко, К. О. Линьов. — Київ: Вид-во ДУС, 2006. — 225 с.

8. Соціальні технології PR та іміджмейкінгу

Суть, зміст і принципи PR. Система управління PR. Інструменти PR у сфері соціальних та політичних відносин. Організація зв'язків зі ЗМІ та різноманітними колами громадськості в соціальній та політичній сфері. Процес планування PR-компаній в системі соціальних комунікацій. Технології іміджмейкінгу в соціальній та політичній сфері. Форми та моделі іміджмейкінгу. Технологічний інструментарій формування іміджу. Методи та інструменти управління особистісним іміджем.

Спеціальні події в PR. Комунікативні технології PR та іміджмейкінгу. Інтерв'ю, виступи, промови в PR-діяльності та іміджмейкінгу. Лобізм в PR-практиках та іміджмейкінгу. Використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) для реалізації PR-проектів та творенні і управлінні іміджем. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасних політики та бізнесу.

Ключові поняття та терміни: PR, комунікації, соціальні комунікації, реклама, лобізм, PR-кампанія, PR-проект, іміджмейкінг, громадська думка, групи впливу, соціальні технології, комунікативні технології, ІКТ.

Література

Основна:

1. Джефкінс Ф., Ядин Д. Паблік рилейшнз: учебное пособие для вузов / пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 416 с.
2. Кочеткова А. В., Филиппов В. Н., Скворцов Я. Л., Тарасов А. С. Теория и практика связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
3. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – М., 1999. – 352 с.
4. Ромат Є.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. – К., 2016. – 284 с.
5. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика. – К., 2011. – 464 с.

Додаткова:

1. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика.— К.: Університет «Україна», 2008.— 217 с.
2. Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – 2-ге укр. вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2008 – 565 с.
3. Іванов В.Ф., Бугрим В.В., Башук А.І. [та інші] Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник // За ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна / К.: ВПЦ «Київ. університет», 2011.– 431 с.
4. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін. за ред. А.О. Старостіної.- К.: Знання, 2009.
5. Почепцов Г. Від *facebook*у і гламуру до *WikiLeaks*: медіакомунікації. – К., 2012. – 464 с.
6. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 512 с.
7. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006. – 552 с
8. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный»: Технология скрытого управления людьми / В. П. Шейнов.—М.: АСТ; Мн.: Харвест, 2006.— 672 с.