**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра соціологіїі публічного управління

(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Завідувач кафедри соціології і публічного управління (назва кафедри )

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Мороз В.М. .

(підпис) (ініціали та прізвище)

«31» серпня 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

МЕТОДИ АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

( назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти\_\_\_\_\_другий (магістерський)

перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_05 Соціальні та поведінкові науки

(шифр і назва)

спеціальність \_\_\_\_\_\_\_054 Соціологія

(шифр і назва )

освітня програма Соціологічне забезпечення економічної діяльності

(назви освітніх програм спеціальностей )

вид дисципліни професійна підготовка; вибіркова

(загальна підготовка / професійна підготовка; обов’язкова/вибіркова)

форма навчання денна

(денна / заочна/дистанційна)

Харків – 2022 рік

**ЛИСТ ЗАТВЕРДЖЕННЯ**

Робоча програма з навчальної дисципліни Методи аналізу соціальних мереж в економічної діяльності

(назвадисципліни)

Розробник:

професор, доктор соціологічних наук, доцент Бірюкова М. В.

(посада, науковий ступінь та вчене звання) (підпис) (ініціали та прізвище)

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри

соціології і публічного управління

(назва кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни)

Протокол від «31» серпня 2022 року № 9

Завідувач кафедри\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.М.Мороз

(підпис) (ініціали та прізвище)

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Шифр та назва освітньої програми | ПІБ Гаранта ОП | Підпис, дата |
| 054 Соціологія  Соціологічне забезпечення економічної діяльності | Калагін Ю.А. |  |

Голова групи забезпечення

спеціальності Мороз В.М.

(ПІБ, підпис)

«31» серпня 2022 р.

**ЛИСТ ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕННЯ РОБОЧОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Дата засідання  кафедри-розробника РПНД | Номер протоколу | Підпис завідувача кафедри | Гарант освітньої програми |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

**ТА СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Мета курсу – засвоєння студентами теоретико-методологічних основ сучасних методів аналізу соціальних мереж (social network analysis) в економічній діяльності та розвиток їхніх дослідницьких компетенцій.

Компетентності:

* ЗК05. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
* СК01. Здатність аналізувати соціальні явища і процеси.
* СК02. Здатність виявляти, діагностувати та інтерпретувати соціальні проблеми українського суспільства та світової спільноти.
* СК04. Здатність збирати та аналізувати емпіричні дані з використанням сучасних методів соціологічних досліджень.
* СК05. Здатність обговорювати результати соціологічних досліджень та проектів українською та іноземною мовами.
* СК10. Здатність використовувати сучасні методи соціологічних досліджень в інтернет-просторі.

Результати навчання:

* ПР01. Аналізувати соціальні явища і процеси, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і теорії соціології.
* ПР02. Здійснювати діагностику та інтерпретацію соціальних проблем українського суспільства та світової спільноти, причини їхнього виникнення та наслідки.
* ПР04. Застосовувати наукові знання, соціологічні та статистичні методи, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв’язування складних задач соціології та суміжних галузей знань.
* ПР05. Здійснювати пошук, аналізувати та оцінювати необхідну інформацію в науковій літературі, банках даних та інших джерелах.
* ПР11.Застосовувати наукові знання, соціологічні та статистичні методи, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв’язування складних задач соціології та суміжних галузей знань.

У результаті вивчення дисципліни «Методи аналізу соціальних мереж в економічної діяльності» студенти повинні:

Знати:

* мережеві феномени, фокусуючись при цьому на мережах шкіл, університетів, фірм, організацій, історичних подій, економічних транзакцій, онлайн спільнот, епідеміології тощо.
* методи аналізу соціальних мереж;.
* алгоритми обробки великих масивів даних

Вміти:

* створювати моделі мереж та процесів, вивчати їхні статистичні та структурні властивості, взаємозв’язок акторів, прогнозувати поведінку мереж, яка визначається зміною структурних властивостей.
* вільно орієнтуватися в комп’ютерних засобах аналізу соціальних мереж;
* застосовувати набуті знання для аналізу мережевих даних в майбутній професійній та науковій діяльності;
* розуміти тенденції розвитку соціальних мереж
* використовувати джерела соціальної, управлінської інформації;
* використовувати комп’ютерні середовища Gephi, R та ін. для аналізу мережевих даних
* аналізувати та інтерпретувати дані вітчизняної і зарубіжної статистики про соціальні процеси і явища, виявляти тенденції зміни соціальних показників;
* здійснювати пошук інформації за отриманим завданням, збір, аналіз даних, необхідних для вирішення поставлених завдань.

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

|  |  |
| --- | --- |
| Вивчення цієї дисципліни безпосередньо спирається на: | На результати вивчення цієї дисципліни безпосередньо спираються: |
| Математичні методи в соціології | Методи багатовимірного аналізу та BigData в соціології |
| Практикум з комп’ютерної обробки соціологічних даних | Переддипломна практика |
|  | Атестація |

**ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

(розподіл навчального часу за семестрамита видами навчальних занять)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Семестр | Загальний обсяг  (годин) / кредитів ECTS | З них | | За видами аудиторних занять (годин) | | | Індивідуальні завдання студентів (КП, КР, РГ, Р, РЕ) | Поточний контроль | Семестровий контроль | |
| Аудиторні заняття  (годин) | Самостійна робота  (годин) | Лекції | Лабораторні заняття | Практичні заняття, семінари | Контрольні роботи (кількість робіт) | Залік | Екзамен |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1 | 90/3 | 48 | 42 | 32 |  | 16 | 18 | 2 | **+** |  |

**Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загального обсягу складає 53 %**

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п.** | **Види навчальних занять (Л, ЛЗ, ПЗ, СР)** | **Кількість годин** | **Номер семестру (якщо дисципліна викладається  у декількох семестрах).**  **Назви змістових модулів.**  **Найменування тем та питань кожного заняття.**  **Завдання на самостійну роботу.** | **Рекомендована література (базова, допоміжна)** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства**   1. Сутність, поняття «соціальна мережа». 2. Світова практика соціальних мереж 3. Процес монетизації соціальних мереж. 4. Особливості української аудиторії соціальних мереж 5. Умови виникнення, поширення і використання соціальних мереж |  |
|  | СР | 5 | **Тема 1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства**  1. Коли з`явилися перші соціальні мережі 2. Що відноситься до основних функції соціальних мереж 3. Чи можна вважати соціальні мережі міцним повноправним інструментом політичного маркетингу. 4. Дайте визначення поняттю «соціальна мережа» 5. Назвіть визначення поняттю «монетизація» 6. Перерахуйте способи монетизації в соціальних мережах. 7. Назвіть найбільш популярні соціальні мережі в світі. 8. Які є переваги та ризики в використання соціальних мереж у громадському секторі в Україні 9. У чому причина високої популярності соціальних мереж 10. Які задачі дозволяють вирішити інформаційно-комунікаційних технології в соцмережах | 1, 3, 4, 5, 8, 9 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства**   1. Сутність, поняття «соціальна мережа». 2. Світова практика соціальних мереж 3. Процес монетизації соціальних мереж. 4. Особливості української аудиторії соціальних мереж 5. Умови виникнення, поширення і використання соціальних мереж | 1, 3, 4, 5, 8, 9 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 2. Структуральний аналіз як теоретико-методологічна база мережевого аналізу в соціології**   1. Дослідницькі традиції в історії розвитку структурального аналізу. 2. Методологічні принципи структурального аналізу та аналітичні принципи мережевого аналізу. 3. Дослідження соціальних мереж та мережевий аналіз (спільне та відмінне). 4. Дослідження методами мережевого аналізу та кількісними методами (спільне та відмінне). 5. Поняття «дослідження соціальних мереж» та «мережевий аналіз»: трактування, особливості, дослідницькі задачі, спільне та відмінне. Класифікація методів аналізу мереж (Р.Барт, Ст. Вассерман, Р.Ханеман). 6. Напрямки дослідження соціальних мереж: структурний, ресурсний, нормативний та динамічний підходи. 7. Застосування аналізу соціальних мереж в дослідженнях соціальних спільнот (communities), ринкових відносин, соціальних змін та соціальної мобільності. 8. Особливості трактування соціальної мережі в рамках різних соціологічних концепцій. |  |
|  | СР | 5 | **Тема 2. Структуральний аналіз як теоретико-методологічна база мережевого аналізу в соціології**  1. Що таке контент-маркетинг? 2. Охарактеризуйте головний інструмент контент-маркетинг? 3. У чому полягає особливість контент-маркетингу? 4. Назвіть етапи купівельного циклу. 5. Перерхуйте мінуси контент-маркетингу. 6. Які вигоди дає наявність контент-плану? 7. При створенні контент-плану на що потрібно зввернути увагу та що врахувати? 8. Як відбувається створення контент-плану? 9. Назвіть та опишіть основні види контенту. 10. Яким має бути контент для соціальних мереж та чому? | 1, 3, 4, 5, 7 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 2. Структуральний аналіз як теоретико-методологічна база мережевого аналізу в соціології**   1. Дослідницькі традиції в історії розвитку структурального аналізу. 2. Дослідження соціальних мереж та мережевий аналіз (спільне та відмінне). 3. Поняття «дослідження соціальних мереж» та «мережевий аналіз»: трактування, особливості, дослідницькі задачі, спільне та відмінне. Класифікація методів аналізу мереж (Р.Барт, Ст. Вассерман, Р.Ханеман). 4. Застосування аналізу соціальних мереж в дослідженнях соціальних спільнот (communities), ринкових відносин, соціальних змін та соціальної мобільності. | 1, 3, 4, 5, 7 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 3. Математичне моделювання соціальних мереж**   1. Особливості математичного моделювання соціальних мереж. 2. Теорія графів та лінійна алгебра як основа методів аналізу мереж. 3. Дві стратегії дослідження соціальних мереж. 4. Класифікація соціальних мереж (типи та види мереж). 5. Особливості збору даних та вимірювання в мережному аналізі. 6. Способи представлення мережних даних: теоретико-графове, алгебраїчне та матричне представлення. 7. Основні поняття теорії графів: граф, орієнтований граф, шлях, відстань, знаковий граф, навантажений граф, щільність, зв’язність, досяжність. Інтерпретація вершин графа як акторів, ребер як зв’язків, види акторів та типи зв’язків. 8. Поняття ідеальної структури взаємодій кожного актора з іншими акторами. 9. Матриці, базові матричні операції. Матриці образів. 10. Соціальна мережа і соціальна структура: визначення, основні характеристики, спільне і відмінне. 11. Основні поняття та сфера застосування мережного аналізу. |  |
|  | СР | 5 | **Тема 3. Математичне моделювання соціальних мереж**  1. Охарактеризуйте Instagram, як одну з сучасних платформ популяризації бренду. 2. Які переваги у використанні має соціальна мережа Instagram? 3. Яким чином відбувається просування в Instagram, та виходячи з цього для якого виду бізнесу підходить соціальна мережа? 4. Які етапи потрібно пройти при створенні акаунту в Instagram? 5. В чому розкривається потенціал платформи Instagram для бізнесу, яких цілей можна досягти? 6. За якими правилами має відбуватися ведення сторінки в Instagram? 7. Розкрийте функціонал Instagram, як платформи популяризації бренду. 8. Які способи просування можна використовувати в Instagram? 9. Назвіть переваги та недоліки бізнес акаунтів Instagram? 10. Як розкрутити профіль в Instagram платно | 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 3. Математичне моделювання соціальних мереж**   1. Особливості математичного моделювання соціальних мереж. 2. Особливості збору даних та вимірювання в мережному аналізі. 3. Способи представлення мережних даних: теоретико-графове, алгебраїчне та матричне представлення. 4. Основні поняття теорії графів: граф, орієнтований граф, шлях, відстань, знаковий граф, навантажений граф, щільність, зв’язність, досяжність. Інтерпретація вершин графа як акторів, ребер як зв’язків, види акторів та типи зв’язків. 5. Матриці, базові матричні операції. Матриці образів. | 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 4. Базові теоретичні концепти мережевого аналізу**   1. Особливості вимірювання в мережевому аналізі. 2. Основні поняття, на яких базується вимірювання в мережевому аналізі. 3. Рівні вимірювання в мережевому аналізі, рівні моделювання соціальної мережі і рівні аналізу. 4. Типи шкал в мережевих дослідженнях. Визначення типів зв’язків (змісту відношень), їх кількості, інтенсивності. 5. Поняття генератору імен. Базові теоретичні концепти (за Р. Бартом): діапазон, помітність, посередництво, згуртованість, еквівалентність. 6. Поняття «помітності» актора в мережі. 7. Центральність та престижність як показники помітності. Вимірювання центральності (за ступенем, близькістю, посередництвом та інформацією). 8. Індекси престижності. 9. Показники ступеня владності актора в мережі. 10. Особливості підрахунку мір центральності за допомогою програми UCINET. 11. Рівні агрегування акторів у одиниці аналізу: актор, зв’язки, структура. 12. Концептуальна модель мережевого аналізу. |  |
|  | СР | 6 | **Тема 4. Базові теоретичні концепти мережевого аналізу**   1. Назвіть причина використання LinkedIn для бізнесу 2. Як підвищити популярність профілю компанії в LinkedIn 3. Назвіть правила успішного просування компанії в LinkedIn 4. Які формати реклами можна використовувати в LinkedIn 5. Що таке динамічна реклама в LinkedIn 6. Охарактеризуйте маркетинг в Twitter 7. В чому полягають переваги соцмережі Twitter 8. Як просувати профіль в Twitter за допомогою способу массофолловінг 9. Перерахуйте 5 способів просування бізнес-контенту в Twitter | 1, 3, 4, 5, 6 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 4. Базові теоретичні концепти мережевого аналізу**   1. Особливості вимірювання в мережевому аналізі. 2. Основні поняття, на яких базується вимірювання в мережевому аналізі. 3. Рівні вимірювання в мережевому аналізі, рівні моделювання соціальної мережі і рівні аналізу. 4. Типи шкал в мережевих дослідженнях. Визначення типів зв’язків (змісту відношень), їх кількості, інтенсивності. 5. Індекси престижності. 6. Показники ступеня владності актора в мережі. | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 5. Методичні особливості збирання мережевих даних у соціологічних дослідженнях**   1. Мережева вибірка. 2. Окреслення меж загальної та егоцентричної мереж. 3. Підходи до оцінки репрезентативності мережевих даних, залежність між оцінкою репрезентативності та типом мережі. 4. Особливості конструювання опитувального інструментарію. 5. Особливості побудови інструментарію в дослідженнях егоцентричних мереж. 6. Визначення генератору імен. Порівняльна характеристика генераторів імен. Особливості збору та аналізу мережних даних в General Social Survey (GSS). 7. Методика Р.Барта для побудови інструментарію в дослідженнях соціальних мереж. 8. Особливості застосування пакету SPSS в аналізі даних щодо егоцентричних мереж. Оцінка розміру та щільності мережі. |  |
|  | СР | 5 | **Тема 5. Методичні особливості збирання мережевих даних у соціологічних дослідженнях**  1. Який вид контенту є найбільш ефективним? 2. В чому різниця між білими, сірими та чорними інструментами СММ? 3. В чому заключається зручність органічної реклами? 4. Чому відео ігри вважаються найбільш перспективним плацдармом для реклами? 5. Чому конкурси (giveavay) такі популярні в країнах СНД але такі непопулярні в заідних країнах? 6. Чому хештегам варто приділяти значну долю уваги? 7. В чому особливість Таргетингу та чому таргетована реклама така популярна? 8. 10 сервісів для СММ-маркетолога? 9. Принцип дії активного безкоштовного просування 10. Принцип дії активного платного просування | 1, 2, 3, 4, 5 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 5. Методичні особливості збирання мережевих даних у соціологічних дослідженнях**   1. Мережева вибірка. 2. Окреслення меж загальної та егоцентричної мереж. 3. Підходи до оцінки репрезентативності мережевих даних, залежність між оцінкою репрезентативності та типом мережі. 4. Особливості конструювання опитувального інструментарію. 5. Особливості застосування пакету SPSS в аналізі даних щодо егоцентричних мереж. Оцінка розміру та щільності мережі. | 1, 2, 3, 4, 5 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 6. Інструментальна специфіка застосування формальних методів мережевого аналізу**   1. Методи аналізу помітності актора в мережі: показники центральності розташування актора в соціальній мережі, показники престижності розташування актора в соціальній мережі, показники владності актора в мережі, показники централізації мережі. 2. Поняття «степінь вузла», способи обчислення. Поняття «централізація мережі»: розрахунок показника, інтерпретація. 3. Методи аналізу згуртованості. Висхідна та низхідна стратегії аналізу даних. 4. Класифікація методів аналізу згуртованості, типи згуртованих підгруп. 5. Методи аналізу клік, n-клік, k-плексів, LS-наборів, блоків, компонентів. 6. Методи аналізу еквівалентності: методи позиційного аналізу, методи рольового аналізу. Інтерпретація понять «соціальна позиція» і «соціальна роль», спільне та відмінне при встановленні позицій та ролей акторів у мережі. 7. Поняття мережної позиції та ролі. 8. Етапи (кроки) позиційного аналізу. Особливості вимірювання еквівалентності. 9. Методи репрезентації мережних позицій: CONCOR, ієрархічний кластерний аналіз, факторний аналіз. |  |
|  | СР | 5 | **Тема 6. Інструментальна специфіка застосування формальних методів мережевого аналізу**  1. Що таке копірайтинг? 2. В чому різниця між копірайтенгом для ФБ та інстаграму? 3. 4 етапи копірайтингу 4. Правила написання копірайтерського тексту? 5. Види текстів? 6. Чому форматування та стилістика грають важливу роль в роботі тексту? 7. Які вимоги застосовуються до копірайтера в інстаграмі сьогодні зі сторони роботодавця? 8. Які вимоги застосовуються до копірайтера сьогодні ФБ зі сторони 9. Чому різниця між вимогами до копірайтера у соц мережах така значна? 10. Яку роль у відіграє копірайтинг у економіці компанії та яким чином він впливає на ефективність продажів ? | 1, 3, 4, 5, 6 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 6. Інструментальна специфіка застосування формальних методів мережевого аналізу**   1. Методи аналізу помітності актора в мережі: показники центральності розташування актора в соціальній мережі, показники престижності розташування актора в соціальній мережі, показники владності актора в мережі, показники централізації мережі. 2. Поняття «степінь вузла», способи обчислення. Поняття «централізація мережі»: розрахунок показника, інтерпретація. 3. Методи аналізу згуртованості. Висхідна та низхідна стратегії аналізу даних. 4. Класифікація методів аналізу згуртованості, типи згуртованих підгруп. 5. Методи аналізу клік, n-клік, k-плексів, LS-наборів, блоків, компонентів. | 1, 3, 4, 5, 6 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 7. Особливості маркетингу в соціальних мережах**   1. Вплив маркетингу в соціальних мережах на сучасного споживача 2. Переваги та недоліки маркетингу в соціальних мережах. 3. Використання різних інструментів соціального просування в Інтернеті. 4. Порівняння дієвості інструментів SMM і традиційної реклами. 5. Огляд соціальних мереж і їх роль в просуванні сайту 6. Типи соціальних мереж їх детальний опис та функціональне призначення. 7. На чому базується вибір соціальних мереж для просування різних видів бізнесу. 8. Рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні 9. Використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях підприємств |  |
|  | СР | 5 | **Тема 7. Особливості маркетингу в соціальних мережах**   1. Чому просування в соціальних мережах вважається перспективним видом просування 2. Дайте визначення поняття Social Media Marketing? 3. На які основні типи можна поділити соціальні мережі 4. В чому полягає унікальсть використання соціальних медіа для бізнесу 5. Якими особливостями характеризуються мережеві технології? 6. Що називають просуванням в соціальних мережах? 7. Як працює просування в соціальних мережах (SMM) 8. Які переваги застосування соціального медіамаркетингу у маркетинговій діяльності компаній, порівняно із іншими маркетинговими інструментами 9. Які недоліки можливі при використанні SMM маркетингу? 10. Перерахуйте 3-ри типи інструментів просування в соціальній мережі 11. З яких основних завдання починається розкрутка сайту в соціальних мережах? 12. Класифікуйте соціальні мережі за видами доступності 13. Класифікуються соціальні мережі по географічному розташуванню; За спрямуванням соціальні 14. Класифікація за аудиторією 15. Що саме змушує людей хотіти зв’язуватися між собою? 16. Як вирішити, які соціальні мережі для бізнесу будуть найбільш корисними? 17. Чи необхідно розробляти стратегію SMM-маркетингу, та що вона дозволяє отримати? 18. На який час SMM-стратегія розробляється? 19. Як успішно почати використовувати соціальні мережі у своєму проекті/бізнесі? | 1, 3, 4, 5, 6 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 7. Особливості маркетингу в соціальних мережах**   1. Вплив маркетингу в соціальних мережах на сучасного споживача 2. Використання різних інструментів соціального просування в Інтернеті. 3. Огляд соціальних мереж і їх роль в просуванні сайту 4. На чому базується вибір соціальних мереж для просування різних видів бізнесу. | 1, 3, 4, 5, 6 |
|  | ЛЗ | 4 | **Тема 8. Маркетингова стратегія соціальних мереж**   1. Маркетингова стратегія основа формування стратегічних пріоритетів підприємства. 2. Особливості маркетингу у соціальних мережах як складової маркетингової стратегії підприємства. 3. Корпоративна місія, конкретні рішення щодо цільових сегментів ринку. 4. Маркетингова стратегія диференціації та позиціювання 5. Задачі, які вирішує маркетинг в соціальних мережах. 6. Правильне позиціонування спільноти в соціальних мережах. 7. Складання базових схем побудови стратегії SMM. 8. Як побудувати SMM-стратегію: покроковий план просування в соціальних мережах. |  |
|  | СР | 6 | **Тема 8. Маркетингова стратегія соціальних мереж**   1. Дайте визначення що таке маркетингова стратегія? 2. Що відображає суть STP-маркетингу? 3. Назвіть основні групи факторів, що впливають на формування стратегії маркетингової діяльності підприємств 4. Переразуйте основні особливості SMM. 5. Що ви розумієте під поняттям корпоративна місія компанії? 6. В чому полягає суть та важливість сегментації цільового ринку? 7. Виділіть позитивні та негативні сторони диференційованого маркетингу? 8. Яку роль відіграє позиціювання, як маркетингова стратегія у діяльності компанії? 9. Дайте визначення - Позиціонування товару 10. Охарактеризуйте ключові завдання SMM просування 11. Які головні напрямки роботи SMM просування? 12. Поясніть особливості позиціонування в SMM. 13. З яких етапів складається процес побудови стратегії просування SMM? 14. З чого складається покроковий опис SMM-стратегії, і яким чином він допоможе ефективно просувати бізнес в соціальних мережах? 15. Що потрібно враховувати при постановці завдань для SMM просування? 16. Яке місце у SMM стратегії посідає контент-план, та якимвін має бути 17. За якими показниками вимірюється контроль успішності стратегії в соціальних мережах | 1, 3, 4, 5, 6 |
|  | ПЗ | 2 | **Тема 8. Маркетингова стратегія соціальних мереж**   1. Маркетингова стратегія основа формування стратегічних пріоритетів підприємства. 2. Корпоративна місія, конкретні рішення щодо цільових сегментів ринку. 3. Задачі, які вирішує маркетинг в соціальних мережах. 4. Складання базових схем побудови стратегії SMM. | 1, 3, 4, 5, 6 |
| **Разом (годин)** | | **90** |  |  |

**САМОСТІЙНА РОБОТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **з/п** | **Назва видів самостійної роботи** | **Кількість годин** |
| 1 | Опрацьовування лекційного матеріалу | 16 |
| 2 | Підготовка до практичних(лабораторних, семінарських)занять | 8 |
| 3 | Виконання індивідуального завдання: | 18 |
|  | Разом | 42 |

**ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

**Проектна робота**

(вид індивідуального завдання)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **з/п** |  | **Терміни виконання  (на якому тижні)** |
| **1** | **Розробка індивідуального проекту щодо аналізу соціальних мереж** | 7-9 тижні |

**Реферат**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **з/п** | **Теми рефератів** | **Терміни виконання  (на якому тижні)** |
| 1 | **Теми рефератів**  1. Особливості застосування аналізу соціальних мереж в дослідженнях соціальних спільнот, ринку, соціальних змін та соціальної мобільності  2. Мережевий аналіз та соціометрія: спільне та відмінне  3. On-line мережі як соціальні мережі  4. Особливості блокмоделювання із застосуванням кластерного аналізу  5. Програмне забезпечення для мережевого аналізу (згідно класів дослідницьких завдань)  6. Загальна характеристика та будова пакету комп’ютерних програм для аналізу мережевих даних UCINET  7. Основні методи аналізу мереж в середовищі пакету UCINET  8. Побудова візуального образу мережі із застосуванням програми UCINET  9. Побудова візуального образу мережі із застосуванням програми GRIN  10. Побудова візуального образу мережі із застосуванням програми SPSS  11. Дослідження егоцентричних мереж засобами пакету SPSS  12. Дослідження егоцентричних мереж засобами пакету UCINET  13. Визначення позиційно-рольової структури засобами пакету UCINET (модуль РА)  14. Аналіз когнітивних соціальних мереж засобами пакету UCINET  15. Поняття сили слабких зв’язків, структурних прогалин  16. Особливості застосування факторного аналізу та багатомірного шкалювання до визначення згуртованих підгруп | 2-3  4-5  6-7  8-9 |

**МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Під час проведення лекційних занять з навчальної дисципліни передбачено застосування таких методів навчання: пояснювально-ілюстративний метод (демонстрація на екрані слайдів презентацій, візуалізації навчального матеріалу); метод проблемного викладення**;** частково-пошуковий, абоевристичний метод (лекції за окремими темами викладаються в проблемний формі)

Під час проведення семінарських занять застосовується: репродуктивний метод (засвоєння базових понять курсу); частково-пошуковий, або евристичний метод(під час підготовки індивідуальних проєктів); дослідницький метод (студенти самостійно вивчають літературу, джерела, ведуть дослідження, виміри та виконують інші пошукові дії для створення презентації на задану тему). Семінарські заняття можуть бути побудовані у формі дискусії.

**Лекції –** викладення теоретичного матеріалу лектором згідно навчальної програми і розподілу годин поміж темами. Використовуються різні інтерактивні форми активізації аудиторії та відеопрезентації вербальної інформації. Лектор має власний конспект, що відображає основний зміст теми, студенти занотовують нову інформацію у власні конспекти.

**Практичні заняття** – проводяться у формі семінарських занять. Для семінарських занять студенти опрацьовують лекційний матеріал, готують виступи з використанням навчальної і наукової літератури, виступають з презентаціями. Лектор оцінює активність студентів впродовж семінару за прийнятою шкалою оцінок в балах. Під час семінарського заняття обов’язково за кожною темою оцінюються рівень знань студентів за допомогою тестових завдань та письмової самостійної роботи на знання основних понять за темою.

**Індивідуальне завдання** – вид самостійної роботи поза аудиторними годинами, коли студент, використовуючи лекційний матеріал та додаткові джерела знань, розробляє особисту тему.

**Підготовка презентації –** вид самостійної роботи, що виконується студентом (або 2-3 студентами) поза аудиторними годинами. Студент вільно обирає тематику з числа тем, які пропонуються планами семінарських занять, або узгоджує з викладачем ініціативну тематику. Наступним кроком студент здійснює бібліографічний пошук, використовуючи бібліотечні фонди або Інтернет-ресурси. Також складає план презентації або ставить питання, на які треба отримати аргументовану відповідь. Опанувавши джерела за темою, студент розкриває зміст питань та представляє виконану роботу на семінарі. Обсяг презентації – 16-25 слайдів, текст доповіді – 4-6 стандартних сторінок, набраних на комп’ютері.Основний зміст презентації доповідається у вільній формі на семінарському занятті, і студент отримує оцінку від викладача.

**МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

**1.Підсумковий (семестровий) контроль проводиться у формі залік або шляхом накопичення балів за поточним контролем по змістовним модулям.**

**Залік –** письмова або усна відповідь на питання, що містяться в заліковому білеті. Питання залікових білетів можуть доводитися до студентів заздалегідь. Залікові білети готує лектор, вони затверджуються на засіданні кафедри і підписуються завідувачем кафедри. Залік проводить лектор. Він має оцінити якість відповіді студента за прийнятою шкалою академічних оцінок.

**Контрольні питання з курсу до заліку.**

1. Дослідницькі традиції в історії розвитку структурального аналізу

2. Поняття соціальної структури в мережевому аналізі

3. Дослідження соціальних мереж та мережевий аналіз в соціології (спільне та відмінне)

4. Напрямки досліджень соціальних мереж: структурний, ресурсний, нормативний, динамічний

5. Визначення основних понять («соціальний актор», «соціальна мережа» тощо)

6. Характеристика стратегій дослідження соціальних мереж (дослідження егоцентричних та повних мереж)

7. Методологічні принципи структурального аналізу

8. Типологія мереж. Загальна характеристика одно- та двомодальних мереж

9. Класифікація методів мережевого аналізу (за двома аналітичними підходами та трьома рівнями агрегування акторів у одиниці аналізу)

10. Базові теоретичні концепти мережевого аналізу

11. Особливості збору даних в мережевих дослідженнях

12. Вимірювання соціальних зв’язків: поняття структурних та композиційних змінних

13. Одиниці спостереження, одиниці моделювання та квантифікація відношень у вимірюванні мережевих даних

14. Побудова інструментарію в дослідженнях егоцентричних мереж

15. Поняття генератору імен. Типи генераторів імен

16. Репрезентативність мережевих даних

17. Особливості алгебраїчного представлення мережевих даних

18. Особливості графового представлення мережевих даних

19. Особливості матричного представлення мережевих даних

20. Поняття графу, орієнтованого графу, відстані, шляху, зв’язності, досяжності, ступеню вузла

21. Поняття матриці. Базові матричні операції

22. Матриця суміжностей та матриця інцидентностей

23. Підходи до визначення «помітності» місцерозташування актора в мережі

24. Визначення центральності, обчислення показників центральності

25. Визначення престижності, обчислення показників престижності

26. Поняття згуртованості, підходи до визначення згуртованих підгруп (висхідна та низхідна стратегії)

27. Типи згуртованих підгруп (за типами відношень, що виміряні в мережі)

28. Поняття еквівалентності. Види еквівалентності

29. Вимірювання еквівалентності

30. Методи визначення мережевих позицій

31. Методи рольового аналізу мережевих даних

32. Особливості визначення позиційної структури мережі методом блокмоделювання

33. Методи аналізу діапазону та посередництва в мережі

34. Поняття структурних прогалин, показники наявності структурних прогалин

35. Визначення мереж приєднання. Представлення даних в дослідженнях мереж приєднання

36. Визначення згуртованих підгруп та позиційної структури в мережах приєднання

37. Поняття візуалізації соціальної мережі. Історія розвитку методів візуалізації соціальних мереж

38. Візуальний образ соціальної мережі: алгоритм створення, критерії оцінки якості

39. Особливості аналізу мереж в середовищі пакету UCINET

40. Застосування комп’ютерної програми GRIN для створення візуального образу мережі

41. Вплив маркетингу в соціальних мережах на сучасного споживача

42. Використання різних інструментів соціального просування в Інтернеті.

43. Огляд соціальних мереж і їх роль в просуванні сайту

44. Маркетингова стратегія основа формування стратегічних пріоритетів підприємства.

45.Корпоративна місія, конкретні рішення щодо цільових сегментів ринку.

**2.Поточний контроль проводиться за результатами роботи студентів на семінарських заняттях, методом оцінювання контрольних робіт, шляхом оцінювання рефератів, індивідуальних завдань, ведення конспектів лекцій.**

**Контроль на семінарських заняттях –** оцінювання виступів студентів, відповідей на питання поставлені викладачем, оцінювання внеску окремих студентів у групову роботу, наприклад, активність в діловій грі.

**Контрольна робота** – вид поточного контролю знань студентів, який має на меті виявити рівень знань студентів та практичні навички, що отримані за пройденим матеріалом. Дата проведення контрольної роботи доводиться до студентів і призначається по завершенню вивчення одного або кількох змістових модулів. Питання або практичні завдання готує викладач, що веде практичні заняття, вони узгоджуються з лекційними питаннями і тематикою семінарських занять. Завдання можуть передбачати творчу роботу, відповідь на проблемне питання тощо. Контрольна робота виконується у письмовій формі в присутності викладача, оцінюється за прийнятою шкалою і оцінка може використовувати викладачем для підрахунку кумулятивного балу за підсумками вивчення дисципліни.

**Перевірка лекційного конспекту** – проводиться в рамках практичного заняття, присутність на лекції і ведення конспекту може оцінюватися в балах та враховуватися у кумулятивній оцінці.

**Індивідуальні завдання, реферати, есе** – оцінюються викладачем або за результатами доповіді на практичному занятті або окремо за наданим текстом.

**РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ, ТА ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА УМІНЬ (НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS)**

Таблиця 1.Розподіл балів для оцінювання успішності студента для іспиту

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Робота на практичному занятті | Контрольні роботи | Індивідуальні завдання (проекти) | Реферат | Залік | Сума |
| 5\*8 | 10 | 15 | 10 | 25 | 100 |

Таблиця 2. Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ЄКТС

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рейтингова**  **Оцінка, бали** | **Оцінка ЕСТS та їївизначення** | **Національна  оцінка** | **Критеріїоцінювання** | |
| **позитивні** | **негативні** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 90-100 | А | Відмінно | - **Глибокезнання**навчальногоматеріалу модуля, щомістяться в **основних і додатковихлітературнихджерелах;**  - **вмінняаналізувати**явища, яківивчаються, в їхньомувзаємозв’язку і розвитку;  - **вміння**проводити**теоретичнірозрахунки**;  - **відповіді** на запитання**чіткі**, **лаконічні, логічнопослідовні;**  **- вміння вирішуватискладніпрактичнізадачі.** | Відповіді на запитанняможуть містити**незначнінеточності** |
| 82-89 | В | Добре | - **Глибокийрівеньзнань** в обсязі**обов’язковогоматеріалу**, щопередбачений модулем;  - вміннядавати**аргументованівідповіді** на запитання і проводити**теоретичнірозрахунки**;  - вміннявирішувати**складніпрактичнізадачі.** | Відповіді на запитаннямістять**певнінеточності;** |
| 75-81 | С | Добре | - **Міцнізнання**матеріалу, щовивчається, та його**практичного застосування;**  **-**вміннядавати**аргументованівідповіді** на запитання і проводити**теоретичнірозрахунки**;  - вміннявирішувати**практичнізадачі.** | **-** невміннявикористовуватитеоретичнізнання для вирішення**складнихпрактичних задач.** |
| 64-74 | D        Д | Задовільно | - Знання**основнихфундаментальнихположень**матеріалу, щовивчається, та їх**практичного застосування**;  - вміннявирішуватипрості**практичнізадачі**. | Невміннядавати**аргументованівідповіді** на запитання;  - невміння**аналізувати**викладенийматеріал і **виконуватирозрахунки;**  - невміннявирішувати**складніпрактичнізадачі.** |
| 60-63 | Е | Задовільно | - Знання**основнихфундаментальнихположень**матеріалу модуля,  - вміннявирішуватинайпростіші**практичнізадачі**. | Незнання**окремих (непринципових) питань** з матеріалу модуля;  - невміння**послідовно і аргументовано**висловлювати думку;  - невміннязастосовуватитеоретичніположення при розв’язанні**практичних задач** |
| 35-59 | FХ  (потрібнедодатковевивчення) | Незадовільно | **Додатковевивчення**матеріалу модуля може бути виконане**в терміни, щопередбаченінавчальним планом**. | Незнання**основнихфундаментальнихположень**навчальногоматеріалу модуля;  - **істотніпомилки** у відповідях на запитання;  - невміннярозв’язувати**простіпрактичнізадачі.** |
| 1-34 | F  (потрібнеповторневивчення) | Незадовільно | - | - Повна**відсутністьзнань**значноїчастининавчальногоматеріалу модуля;  - **істотніпомилки** у відповідях на запитання;  -незнанняосновнихфундаментальнихположень;  - невмінняорієнтуватисяпід час розв’язання **простихпрактичних задач** |

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ   
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**(надається перелік складових навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни та посилання на сайт, де вони розташовані)**

1. сілабус
2. робоча програма навчальної дисципліни
3. навчальний контент (конспект або розширений план лекцій);
4. плани семінарських занять
5. завдання для самостійної роботи студентів
6. питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь студентів
7. бібліотечний фонд університету і кафедри
8. сайт кафедри: http://web.kpi.kharkov.ua/sp/054-sotsiologiya-magistr/

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

**Базова література**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Виноградова О. В., Недопако Н.М Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с. |
| 2 | Косарєв В.М. Social Network Analysis = Аналіз соціальних мереж: навчальний посібник [Електронний ресурс] / В.М. Косарєв, Н.О. Різун. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. – 264 с. |
| 3 | Сальнікова С. А. Аналіз соціальних мереж : навч.-мет. комплекс для студентів спец. «Соціологія» / С. А. Сальнікова. – Луцьк : Вежа-Друк, 2012. – 40 с. |
| 4 | Knoke D. Network analysis / D. Knoke, J. H. Kuklinski. – Newbury Park : Sage, 1982. |

**Допоміжна література**

|  |  |
| --- | --- |
| 5 | Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. м. Київ, серпень 2020 р. |
| 6 | Жулькевська О. В. Специфіка застосування мережевого аналізу в соціології : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук / О. В. Жулькевська. – К. : 2003. – 240 с. |
| 7 | Богуславська К. О. Застосування мережевого підходу у дослідженнях політичних еліт / К. О. Богуславська // Еліти і цивілізаційні процеси формування націй, 2006. – К. : – С. 351–360. |
| 8 | Демків О. Б. Аналітичні принципи та категорії мережевого аналізу / О. Б. Демків // Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи : Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2004. – № 621. – С. 45–55. |
| 9 | Hogan B. Analysis of social network in Internet / B. Hogan // Sage Handbook of Online Research Methods, Thousand Oaks, CA: Sage. – 2008. |

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ**

1. ukrstat.gov.ua (СтатистичніматеріалиДержкомстатуУкраїни)
2. http://i-soc.com.ua/institute/el\_library.php (Електронна бібліотека Інституту соціології НАН України)
3. <http://sau.in.ua/theme/simya/> (Соціологічна асоціація України, дослідження, сім’я)
4. <https://genderindetail.org.ua/> (Гендер в деталях)
5. <https://idss.org.ua/public> (Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи Національної академії наук України, публікації)