|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **МЕТОДИ АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ** СИЛАБУС | | | | | | | | | | | | |
| **Шифр і назва спеціальності** | | | **054 – Соціологія** | | | **Інститут / факультет** | | | **Інститут соціально-гуманітарних технологій** | | | |
| **Назва програми** | | | **Соціологічне забезпечення економічної діяльності** | | | **Кафедра** | | | **Соціології і публічного управління** | | | |
| **Тип програми** | | | **Освітньо-професійна** | | | **Мова навчання** | | | **Українська** | | | |
| **Викладач** | | | | | | | | | | | | |
| **Бірюкова Марина Василівна** | | | | | | | **Маryna.Biriukova@kpi.edu.ua** | | | | | |
| http://web.kpi.kharkov.ua/sp/wp-content/uploads/sites/95/2021/12/Biryukova-MV.png | | Доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри соціології і публічного управління. Досвід роботи – 34 роки  Лектор з дисциплін: «Математичні методи в соціології», «Практикум з аналізу соціологічних даних», «Комп’ютерні технології організації соціологічних дисциплін», «Технології соціального проектування», «Методи багатомірного аналізу соціологічних даних». | | | | | | | | | | |
| **Загальна інформація про курс** | | | | | | | | | | | | |
| **Анотація** | | Методи аналізу соціальних мереж необхідні для виявлення і розуміння структурних відносин між різними акторами (індивідуумами, організаціями, країнами, тощо) у сучасному суспільстві. Особливу вагу ці методи набули із розвитком інтернет комунікацій і глобальним поширенням соціальних мереж. Курс має на меті ознайомити студентів з можливостями і теоретикометодологічними засадами методів аналізу соціальних мереж і сформувати базові вміння з проведення мережевого аналізу на практиці із застосуванням спеціального програмного забезпечення (Pajek, Gephi, мови програмування R або UCINET). | | | | | | | | | | |
| **Цілі курсу** | | засвоєння студентами теоретико-методологічних основ сучасних методів аналізу соціальних мереж (social network analysis) в економічній діяльності та розвиток їхніх дослідницьких компетенцій | | | | | | | | | | |
| **Формат** | | Лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік. | | | | | | | | | | |
| **Семестр** | | 1 | | | | | | | | | | |
| **Обсяг (кредити) / Тип курсу** | 3 / Вибірковий | | | **Лекції (години)** | 32 | | | **Практичні заняття (години)** | | 16 | **Самостійна робота (години)** | 42 |
| **Програмні 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.

**ТЕМИ ЩО РОЗГЛЯДАЮТЬСЯ**

**Тема 1. Концепція соціальних мереж в сучасній соціологічній теорії**

Зв’язок мережевих підходів в соціології з іншими сучасними соціологічними теоріями. Формування мережевої форми взаємодії є історичною відповіддю на ситуацію комунікаційного надлишку. Суспільство, ключову комунікативну роль в якому починають грати мережі, вільно формує об’єднання людей і групи за інтересами. На відміну від традиційних соціальних структур, мережі здатні сприймати і самостійно створювати нові комунікативні конфігурації, недоступні для традиційних інститутів. Місце структурального аналізу (теорії мереж) в сучасній соціологічній теорії. Основні школи: американська, європейська, канадська. Основні стратегії дослідження соціальної реальності. Поняття «мережевий аналіз» та «мережева теорія»: трактування, відмінності, коректність застосування. Теоретично у якості соціальної мережі можна розглядати будь-яку онлайнову спільноту. Соціальна мережа утворюється читачами тематичного співтовариства, створеного на будь-якому сервісі блогів. Багато професійних співтовариств перетворилися на інструмент пошуку людей і пошуку роботи. Базові принципи структурального аналізу. Методологічна база мережевого аналізу. Мережний аналіз як система методів дослідження соціальної структури. Генеза мережного аналізу. Основні концепції.

**Тема 2. Структуральний аналіз як теоретико-методологічна база мережевого аналізу в соціології**

Дослідницькі традиції в історії розвитку структурального аналізу. Методологічні принципи структурального аналізу та аналітичні принципи мережевого аналізу. Дослідження соціальних мереж та мережевий аналіз (спільне та відмінне). Дослідження методами мережевого аналізу та кількісними методами (спільне та відмінне). Поняття «дослідження соціальних мереж» та «мережевий аналіз»: трактування, особливості, дослідницькі задачі, спільне та відмінне. Класифікація методів аналізу мереж (Р.Барт, Ст. Вассерман, Р.Ханеман). Напрямки дослідження соціальних мереж: структурний, ресурсний, нормативний та динамічний підходи. Застосування аналізу соціальних мереж в дослідженнях соціальних спільнот (communities), ринкових відносин, соціальних змін та соціальної мобільності. Особливості трактування соціальної мережі в рамках різних соціологічних концепцій.

**Тема 3. Математичне моделювання соціальних мереж**

Особливості математичного моделювання соціальних мереж. Теорія графів та лінійна алгебра як основа методів аналізу мереж. Дві стратегії дослідження соціальних мереж. Класифікація соціальних мереж (типи та види мереж). Особливості збору даних та вимірювання в мережному аналізі. Способи представлення мережних даних: теоретико-графове, алгебраїчне та матричне представлення. 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. Поняття ідеальної структури взаємодій кожного актора з іншими акторами. Матриці, базові матричні операції. Матриці образів. Соціальна мережа і соціальна структура: визначення, основні характеристики, спільне і відмінне. Основні поняття та сфера застосування мережного аналізу.

**Тема 4. Базові теоретичні концепти мережевого аналізу**

Особливості вимірювання в мережевому аналізі. Основні поняття, на яких базується вимірювання в мережевому аналізі. Рівні вимірювання в мережевому аналізі, рівні моделювання соціальної мережі і рівні аналізу. Типи шкал в мережевих дослідженнях. Визначення типів зв’язків (змісту відношень), їх кількості, інтенсивності. Поняття генератору імен. Базові теоретичні концепти (за Р. Бартом): діапазон, помітність, посередництво, згуртованість, еквівалентність. Поняття «помітності» актора в мережі. Центральність та престижність як показники помітності. Вимірювання центральності (за ступенем, близькістю, посередництвом та інформацією). Індекси престижності. Показники ступеня владності актора в мережі. Особливості підрахунку мір центральності за допомогою програми UCINET. Рівні агрегування акторів у одиниці аналізу: актор, зв’язки, структура. Концептуальна модель мережевого аналізу.

**Тема 5. Методичні особливості збирання мережевих даних у соціологічних дослідженнях**

Мережева вибірка. Окреслення меж загальної та егоцентричної мереж. Підходи до оцінки репрезентативності мережевих даних, залежність між оцінкою репрезентативності та типом мережі. Особливості конструювання опитувального інструментарію. Особливості побудови інструментарію в дослідженнях егоцентричних мереж. Визначення генератору імен. Порівняльна характеристика генераторів імен. Особливості збору та аналізу мережних даних в General Social Survey (GSS). Методика Р.Барта для побудови інструментарію в дослідженнях соціальних мереж. Особливості застосування пакету SPSS в аналізі даних щодо егоцентричних мереж. Оцінка розміру та щільності мережі.

**Тема 6. Інструментальна специфіка застосування формальних методів мережевого аналізу**

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. Поняття «степінь вузла», способи обчислення. Поняття «централізація мережі»: розрахунок показника, інтерпретація. Методи аналізу згуртованості. Висхідна та низхідна стратегії аналізу даних. Класифікація методів аналізу згуртованості, типи згуртованих підгруп. Особливості визначення згуртованих підгруп, що обумовлені типами відношень, на основі яких побудована мережа. Методи аналізу клік, n-клік, k-плексів, LS-наборів, блоків, компонентів. Застосування факторного аналізу та багатомірного шкалювання для визначення згуртованих підгруп. Методи аналізу еквівалентності: методи позиційного аналізу, методи рольового аналізу. Інтерпретація понять «соціальна позиція» і «соціальна роль», спільне та 8 відмінне при встановленні позицій та ролей акторів у мережі. Поняття мережної позиції та ролі. Визначення еквівалентності. Структурна, автоморфічна, ізоморфічна та регулярна еквівалентність. Етапи (кроки) позиційного аналізу. Особливості вимірювання еквівалентності. Методи репрезентації мережних позицій: CONCOR, ієрархічний кластерний аналіз, факторний аналіз. Рівні рольового аналізу соціальних мереж: індивідуальні ролі, локальні ролі, загальна рольова структура. Алгоритми визначення мережних позицій та ролей (застосування комп’ютерної програми UCINET). Визначення та базові поняття блокомоделювання. Види блоків, особливості визначення блоків. Критерії кодування блоків: повна підгонка, нульовий блок, критерій «альфа»-щільності, максимальне та середнє значення (для навантажених даних). Методи оцінки побудованої моделі. Інтерпретація структури мережі, виділеної на основі блокмоделювання. Статистичні методи блокмоделювання. Методи аналізу діапазону. Обчислення діапазону окремого актора. Діапазон як міра різноманітності зв’язків актора в мережі. Міри діапазону (за Р.Бартом). Мультиплексність мережі. Методи аналізу посередництва. Посередництво як характеристика розташування актора в мережі. Поняття структурних дірок та слабких зв’язків. «Сила слабких зв’язків». Показники олігополії, примушення, ієрархії. Мережі приєднання. Поняття когнітивної соціальної структури. Мережне представлення когнітивних соціальних структур. Побудова імовірнісних моделей когнітивних соціальних структур та оцінка їх параметрів. Загальна характеристика мереж приєднання. Актори та події. Двомодальне представлення мереж приєднання. Особливості аналізу локальних та позиційних властивостей мереж приєднання. Визначення згуртованих підгруп в мережах приєднання: набори c-зв’язаних та qзв’язаних акторів. Застосування аналізу відповідності в дослідженнях мереж приєднання.

**Тема 7. Особливості маркетингу в соціальних мережах**

Вплив маркетингу в соціальних мережах на сучасного споживача. Переваги та недоліки маркетингу в соціальних мережах. Використання різних інструментів соціального просування в Інтернеті. Порівняння дієвості інструментів SMM і традиційної реклами. Огляд соціальних мереж і їх роль в просуванні сайту Типи соціальних мереж їх детальний опис та функціональне призначення. На чому базується вибір соціальних мереж для просування різних видів бізнесу. Маркетингова стратегія — це принципові та довгострокові рішення з відповідними способами та засобами, які визначають орієнтири та спрямовують окремі заходи маркетингу на досягнення поставлених цілей, які охоплюють елементи комплексу маркетингу (продукт, ціну, місце та просування). Вони є глобальними напрямами діяльності, які потребують конкретизації через планування заходів маркетингу, і є своєрідним планом відповідно до якого підприємство формалізує яким чином воно досягне успіху, тобто реалізації продукції на конкретному ринку.Рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні Використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях підприємств

**Тема 8. Маркетингова стратегія соціальних мереж**

Маркетингова стратегія основа формування стратегічних пріоритетів підприємства. Перші три елементи стратегії відображають сутність так званого STPмаркетингу (segmenting - сегментування; targeting - вибір цільового ринку; positioning - позиціювання). До соціальних чинників відносять демографічні зміни, зміни стилю (способу) життя, житлових умов, освітнього і культурного рівнів, рівня урбанізації, рівня доходу після сплати податків. Позначаться ці зміни на попиті на товари та послуги організації? Чи потрібні які-небудь корективи в план маркетингу для досягнення найкращих результатів? Під технологічними факторами розуміють зміна технологій. Безпрецедентне прискорення технологічного розвитку в XX ст. призвело до різкого скорочення життєвого циклу товару, вносить підчас кардинальні зміни в канали розподілу, швидкість доставки більшої кількості інформації більшому числу людей і т.д. Який вплив цього наступаючого "безготівкового" ринку? Маркетинг на сучасному етапі перетворюється на більш оперативний, більш дорогий і ризикований. У якості економічних факторів розглядають поточну економічну ситуацію і перспективи її розвитку. Що відбувається зараз в економіці - економічний спад або підйом, який рівень інфляції, які процентні ставки, податки (ПДВ), мінімальний розмір оплати праці, найважливіші тарифи? Особливості маркетингу у соціальних мережах як складової маркетингової стратегії підприємства. Корпоративна місія, конкретні рішення щодо цільових сегментів ринку. Маркетингова стратегія диференціації та позиціювання Задачі, які вирішує маркетинг в соціальних мережах. Правильне позиціонування спільноти в соціальних мережах. Складання базових схем побудови стратегії SMM. Як побудувати SMM-стратегію: покроковий план просування в соціальних мережах.

**Форма та 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.

**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 заліку 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, оцінювання тестів, самостійних робот, індивідуальних завдань, командних проектів, презентацій.**

**Контроль на семінарських заняттях –** оцінювання виступів студентів, відповідей на питання поставлені викладачем, оцінці виконання тестових завдань, оцінок під час самостійних робот, оцінювання внеску окремих студентів у групову роботу при підготовки командного проекту, активність в діловій грі.

**Контрольна робота** – вид поточного контролю знань студентів, який має на меті виявити рівень знань студентів, що отримані за пройденим матеріалом. Дата проведення контрольної роботи доводиться до студентів і призначається по завершенню вивчення змістовного модулю. Питання та тестові завдання готує викладач, що веде практичні заняття, вони узгоджуються з лекційними питаннями і тематикою семінарських занять. 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.

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | |  |  | | --- | --- | |  | Виконання проекту передбачає командну(2-3 студента) або індивідуальну дослідницьку роботу за вибраною темою, підготовку письмового звіту та проведення презентації за допомогою мультимедійного обладнання в присутності викладачів кафедри. Командний проект – це пізнавально-аналітична робота. | |

*Ціль проекту* полягає в перевірці успішності засвоєння студентами методів аналізу соціальних мереж та уміння використовувати соціологічну уяву для аналізу явищ і процесів, що відбуваються у суспільстві.

Розподіл балів, які отримують студенти

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 оцінюваннязнань та умінь: національна та ЕСТS

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рейтингова**  **Оцінка, бали** | **Оцінка ЕСТS та її визначення** | **Національна оцінка** | **Критерії оцінювання** | |
| **позитивні** | **негативні** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 90-100 | А | Відмінно | - **Глибоке знання** навчального матеріалу модуля, що містяться в **основних і додаткових літературних джерелах;**  - **вміння аналізувати** явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв’язку і розвитку;  - **вміння** проводити **теоретичні розрахунки**;  - **відповіді** на запитання **чіткі**, **лаконічні, логічно послідовні;**  **- вміння вирішувати складні практичні задачі.** | Відповіді на запитання можуть містити **незначні неточності** |
| 82-89 | В | Добре | - **Глибокий рівень знань** в обсязі **обов’язкового матеріалу**, що передбачений модулем;  - вміння давати **аргументовані відповіді** на запитання і проводити **теоретичні розрахунки**;  - вміння вирішувати **складні практичні задачі.** | Відповіді на запитання містять **певні неточності;** |
| 75-81 | С | Добре | - **Міцні знання** матеріалу, що вивчається, та його **практичного застосування;**  **-** вміння давати **аргументовані відповіді** на запитання і проводити **теоретичні розрахунки**;  - вміння вирішувати **практичні задачі.** | **-** невміння використовувати теоретичні знання для вирішення **складних практичних задач.** |
| 64-74 | D  Д | Задовільно | - Знання **основних фундаментальних положень** матеріалу, що вивчається, та їх **практичного застосування**;  - вміння вирішувати прості **практичні задачі**. | Невміння давати **аргументовані відповіді** на запитання;  - невміння **аналізувати** викладений матеріал і **виконувати розрахунки;**  - невміння вирішувати **складні практичні задачі.** |
| 660-63 | Е | Задовільно | - Знання **основних фундаментальних положень** матеріалу модуля,  - вміння вирішувати найпростіші **практичні задачі**. | Незнання **окремих (непринципових) питань** з матеріалу модуля;  - невміння **послідовно і аргументовано** висловлювати думку;  - невміння застосовувати теоретичні положення при розвязанні **практичних задач** |
| 35-59 | FХ  (потрібне додаткове вивчення) | Незадовільно | **Додаткове вивчення** матеріалу модуля може бути виконане **в терміни, що передбачені навчальним планом**. | Незнання **основних фундаментальних положень** навчального матеріалу модуля;  - **істотні помилки** у відповідях на запитання;  - невміння розв’язувати **прості практичні задачі.** |
| 1-34 | F  (потрібне повторне вивчення) | Незадовільно | - | - Повна **відсутність знань** значної частини навчального матеріалу модуля;  - **істотні помилки** у відповідях на запитання;  -незнання основних фундаментальних положень;  - невміння орієнтуватися під час розв’язання **простих практичних задач** |

Основна 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. |

**Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни**

Таблиця 4. – Перелік дисциплін

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |

**Провідний лектор:** проф. Бірюкова М.В.  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(посада, звання, ПІБ) (підпис)