

**Силабус навчальної дисципліни  
«Методи дослідження медіа»**

<b>Спеціальність</b>	061 “Журналістика”
<b>Освітня програма</b>	061.020 “Медіакомунікації”
<b>Освітній рівень</b>	магістр
<b>Статус дисципліни</b>	Базова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	2 курс, 4 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	5 кредитів
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 20 год.
	Практичні (семінарські) – 24 год.
	Лабораторні -10 год.
	Самостійна робота – 110 год.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Екзамен
<b>Кафедра</b>	Кафедра управління соціальними комунікаціями, м.Харків пр.Науки 9А корпус 1 ауд.201, 202 телефон +38 (057) 702-11-86, сайт кафедри <a href="http://www.kafusk.hneu.edu.ua/">http://www.kafusk.hneu.edu.ua/</a>
<b>Викладач (-і)</b>	Белікова Юлія Валеріївна, доцентка, кандидатка соціологічних наук
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	yuliya.byelikova@hneu.net, sociology.hneu@gmail.com
<b>Дні занять</b>	За розкладом
<b>Консультації</b>	За розкладом
<b>Мета</b> навчальної дисципліни : <i>засвоїти теоретичні основи вивчення медіа, основні методи вимірювання медіа та аудиторії</i>	
<b>Передумови для навчання</b>	
<i>Навчальна дисципліна «Методи дослідження медіа» є базовою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього рівня «магістр» для всіх форм навчання.</i>	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<p><b>Тема 1.</b> Теоретичні основи вивчення медіа.</p> <p><b>Тема 2.</b> Вимірювання медіа: аудиторні дані, моніторинг та індивідуальні дослідження.</p> <p><b>Тема 3.</b> Створення програми дослідження та інструментарію.</p> <p><b>Тема 4.</b> Організація та проведення фокус групового дослідження.</p> <p><b>Тема 5.</b> Контент-аналітичне дослідження медіа.</p> <p><b>Тема 6.</b> Опитування як інструмент дослідження медіа.</p>	
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>	
<i>ноутбук, проектор, колонки</i>	
<b>Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)</b>	<i>Розміщено лекційні матеріали, практичні та лабораторні завдання, додаткові матеріали. <a href="#">Дисципліна нова, посилання з'явиться у 2 семестрі</a></i>

### **Рекомендовані джерела**

*Вказати основні та допоміжні джерела, які пропонуються здобувачам для вивчення навчальної дисципліни*

1. Bertrand I. Media research methods: audiences, institutions, texts/ I. Bertrand, William P. – London: Palrave Macmillian, 2005. – 288p.
2. Jensen K. B. A handbook of media and communication research: Qualitative and quantitative methodologies/ K.B. Jensen. – NY: Routledge, 2013.-352p.
3. Wimmer R. Mass media research. Cengage learning/ R. Wimmer, J. Dominick.- California: Wadsworth 2013.-496p.
4. Белікова Ю.В. Дослідження емоційної температури суспільства з використанням соціальної мережі twitter// Наукові праці: науково-методичний журнал. -Вип. 222. Т. 234. Соціологія. –Миколаїв : Вид.-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2014.- С.19-23.
5. Белікова Ю.В. Онлайн опитування як інструмент реалізації маркетингових завдань ВНЗ / Ю.В. Белікова // Наукові праці: науково-методичний журнал. -Вип. 246. Т. 258. Соціологія. –Миколаїв : Вид.-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2015.- С.27-30.
6. Белікова Ю.В. Гендерна специфіка соціальних мереж в Україні як основа для СММ (соціального медіа маркетингу) / Ю. В. Белікова// Маркетинг в Україні. - Київ: Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, 2015. -№5 (92). - С.16-21.
7. Белікова Ю.В. Технологія створення онлайн анкети для маркетингово-моніторингових опитувань за допомогою google forms // менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: збірник наукових статей іv міжнародної науково-практичної internet -конференції .–Харків.: НФаУ, 2016.–659с.- С.67-74.
8. Белікова Ю.В. Драйвери та бар'єри використання on-line опитувань в Україні / Ю. В. Белікова// Збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький, 2016 р. – 313 с. -С.188-190.
9. Белікова Ю.В. Порівняльний аналіз сервісів для проведення онлайн опитувань / Ю. В. Белікова// Збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький, 2016 р. – С.36-41.
10. Белікова Ю.В. Фактори участі респондентів в онлайн дослідженнях / Ю. В. Белікова//Актуальні проблеми сучасної соціології, соціальної роботи та професійної підготовки фахівців. – Ужгород, 2016. – С. 23-25. -230 с.
11. Добрийвечер А. Медиа-измерения в интернете / Добрийвечер А. // Маркетинг в Украине. – К.: Вид-во КНЕУ имени В.Гетьмана, 2015. - №4 (91).-С.38-41.
12. Индустриальный телевизионный комитет о ТВ панели [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://tampanel.com.ua/ru/about/>
13. Квіт С. Що таке медіадослідження?/ С. Квіт // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку [зб. наук. праць].-Черкаси: Вид-во ЧНУ, 2007. –С. 335-339.
14. Крылов И. Введение в медиапланирование/ И. Крылов// Рекламные технологии, 1998. -№ 2. – С.2-4.
15. Уточненный экспертный прогноз объема рекламного рынка Украины 2015 от Всеукраинской рекламной коалиции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vrk.org.ua/news/139>

### **Система оцінювання результатів навчання**

*Кількість балів напряму залежить від кількості та якості виконаних завдань як протягом лекції (кожне лекційне завдання оцінюється максимально у 1 бал), так і практичних (кожне практичне завдання оцінюється максимально у 3 бали), лабораторних (кожне лабораторне завдання оцінюється максимально у 3 бали). Творче завдання максимально оцінюється у 20 балів, більш детально вимоги щодо змісту та критеріїв оцінювання є на ПНС.*

*Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.*

<b>бали</b>			
<b>Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (приклад)</b>			
<b>Види навчальної роботи</b>			<b>Мах кількість балів</b>
Аудиторна групова робота			10
Активна робота на парі (практ.)			15
Виконання лабораторного завдання			15
Творче завдання			20
Екзамен (за наявності)			40
Максимальна кількість балів			100
<b>Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця</b>			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	А	відмінно	зараховано
82 – 89	В	добре	
74 – 81	С	задовільно	
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	Е	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F	незадовільно	
<b>Політики навчальної дисципліни</b>			
<p><i>Всі завдання виконуються згідно до вимог академічної доброчесності, у випадку порушення цієї політики бали за завдання анулюються.</i></p> <p><i>Всі пропущені заняття є можливість відпрацювати, виконавши відповідні завдання на ПНС. Втім завдання виконані пізніше встановленого терміну, можуть бути оцінені на менший бал, ніж ті, що виконані вчасно.</i></p> <p><i>Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни</i></p>			

Силабус затверджено на засіданні кафедри «25» серпня 2020р. Протокол №1