

Мелітопольський державний педагогічний університет  
імені Богдана Хмельницького  
Факультет інформатики, математики та економіки  
Кафедра соціології

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«Соціологія менеджменту та маркетингу»**  
**Ступінь вищої освіти Магістр**  
**Соціологія муніципальної політики**  
**Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки**  
**Спеціальність 054 Соціологія**

Мелітополь, 2020

## **1. Опис навчальної дисципліни.**

«Соціологія менеджменту та маркетингу»

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана  
Хмельницького

Факультет інформатики, математики та економіки

Кафедра соціології

Ступінь вищої освіти: Магістр

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 054 Соціологія

Кваліфікація: Магістр з соціології

Мова навчання: українська

Розробники Семікін М.О.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри

Протокол № 1 від 28.08.2020 року

Завідувач кафедри соціології

Л.В. Афанасьєва

Найменування показників	Ступінь вищої освіти галузь знань, спеціальність, спеціалізація	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Ступінь вищої освіти другий (магістерський)	Обов'язкова	
Блоків – 2		<b>Рік підготовки:</b>	
Загальна кількість годин – 90	Галузь знань 05 соціально-поведінкові науки	1-й	1-й
		<b>Семестр</b>	
	Спеціальність 054 соціологія	1-й	1-й
		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин – 2	Кваліфікація: магістр соціології	16 год.	8 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
	14 год.	8 год.	
	<b>Лабораторні</b>		
	год.	год.	
	<b>Навчальна практика</b>		
	год.	год.	
	<b>Самостійна робота</b>		
	60 год.	74 год.	
	<b>Вид контролю залік</b>		

### **Мета навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Соціологія менеджменту та маркетингу» є набуття необхідних умінь і навичок застосовувати отриманні знання для аналізу специфіки менеджеріальної та маркетингової діяльності, проектування адаптивних структур менеджменту і маркетингу для соціальних організацій, а також прогнозування тенденцій розвитку структур менеджменту і маркетингу в умовах суспільних змін та глобальних трансформацій.

**Перелік компетентностей, які набуваються під час опанування дисципліною:**

#### **Загальні компетентності.**

**ЗК 1.** Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

**ЗК 8.** Здатність діяти соціально відповідально, зокрема розуміння та застосування норм етики та права.

**ЗК 10.** Здатність до пошуку, обробки й аналізу інформації з різних джерел.

#### **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності**

**СК 1.** Розуміння закономірностей взаємодії індивідів, соціальних груп,

спільнот та суспільств.

**СК 5.** Здатність застосувати соціологічний дослідницький інструментарій.

**СК 11.** Здатність використовувати крос-секційні та моніторингові дослідження у вивченні суспільних змін

## **2. Результати навчання:**

**Програмними результатами навчання є оволодіння наступними компетентностями:**

**РН 1.** Визначати соціальні проблеми, їх можливі структурні та культурні чинники.

**РН 10.** Здатність аналізувати соціально значущі проблеми та процеси з метою прийняття відповідних рішень для соціального проектування розвитку міста, соціального прогнозування розвитку міста.

**РН 12.** Розробляти схеми і методики аналізу (моніторингу) системи міського управління, ситуації міста тощо; формулювати місію і стратегічні пріоритети розвитку міста.

**3. Критерії оцінювання.** Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних рівнів оцінок за кожним запланованим результатом вивчення дисципліни «Соціологія менеджменту та маркетингу».

**5** - Студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому нормативну, обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі розрахункові / тестові завдання. Здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.

**4-** Студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому нормативну та обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість розрахункових / тестових завдань. Студент здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, у яких можуть бути окремі несуттєві помилки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.

**3** - Студент в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових розрахунків, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив

половину розрахункових / тестових завдань. Має ускладнення під час виділення суттєвих ознак вивченого; під час виявлення причинно-наслідкових зв'язків і 4 формулювання висновків.

**2** - Студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових розрахунків, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив окремі розрахункові / тестові завдання. Безсистемно відділяє випадкові ознаки вивченого; не вміє зробити найпростіші операції аналізу і синтезу; робити узагальнення, висновки

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

#### **4. Засоби оцінювання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: стандартизовані тести; розрахункові та розрахунково-графічні роботи; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах та інші види індивідуальних та групових завдань.

**Контроль** за видами діяльності магістрантів здійснюється шляхом оцінювання знань за основними напрямками систематичності та активності роботи на семінарських заняттях; за виконанням модульних завдань; за виконанням завдань для самостійного опрацювання.

Форма навчальної роботи	Вид навчальної роботи	Бали
Семінарське заняття	1. Відповіді при опитуванні (змістовні)	5
	2. Участь в обговоренні відповідей та доповнення при опитуванні	1

	3. Доповіді з рефератами	5
	4. Підготовка есе	3
	5. Участь в обговоренні рефератів, есе	1
	6. Тестування	5
	7. Реферативний огляд статей	3
	8. Термінологічний диктант	2
Самостійна робота	1. Вивчення окремих тем або питань	1
	2. Вирішення ситуації з підготовкою аналітичної записки	4
	3. Письмове оформлення таблиць, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру	3
	4. Підготовка наукового дослідження та виступ з ним на університетській науковій студентській конференції	5
	5. Доповідь на міжвузівській науковій конференції	10
	6. Доповідь на міжнародній науковій конференції	15
Підсумковий контроль	Залік	30

## **6. Програма навчальної дисципліни**

### **Інформаційний обсяг навчальної дисципліни**

#### **Заліковий кредит 1. «Соціологія менеджменту та маркетингу».**

#### **Блок 1. Соціологія менеджменту в системі управління**

**Тема 1. Менеджмент у системі соціологічного знання.** Методологія дисципліни як сукупність заходів для оптимізації управлінських процесів. Системний підхід до соціальних явищ як запорука адекватного відображення соціальної дійсності. Місце і роль соціального управління у системі соціологічного знання. Основні категорії та поняття дисципліни. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристики.

**Тема 2. Менеджмент як суспільний інститут.** Принципи менеджменту та його соціальна сутність. Управління як соціальне явище. Розвиток управління. Механізм прийняття управлінських рішень. Специфіка та особливості управлінської діяльності. Принципи менеджменту як результат узагальнення соціального досвіду. Специфіка системного підходу.

**Тема 3. Соціальна сутність та принципи стратегічного менеджменту.** Визначення методів менеджменту, структура, функції та його характеристика. Типологія управління. Основні елементи структури управління. Основні характеристики менеджменту в низовій, середній і вищій ланках управління. Структура органів державного управління. Управління духовним виробництвом: об'єкт і суб'єкт. Управління матеріальним виробництвом. Поєднання соціальних, соціально-психологічних, та організаційно-адміністративних методів як запорука ефективного менеджменту.

**Тема 4. Соціологічні аспекти організації діяльності менеджера.** Основні напрямки управлінської роботи з персоналом. Моделі управління персоналом. Методи та принципи управління персоналом. Управлінські завдання. Концепція управління персоналом. Соціально-психологічні аспекти управління. Створення продуктивного робочого середовища – методи оптимізації, блоки. Завдання управління при оптимізації робочого середовища та канали взаємодії суб'єктів і об'єктів менеджменту. Соціальні ролі сучасного менеджера.

## **Блок 2. Соціологія як інструмент маркетингу.**

**Тема 5. Соціологічні методи в маркетингових дослідженнях.** Маркетингові дослідження: визначення понять, завдання, позиції в системі маркетингу. Американська асоціація маркетингу визначає маркетингове дослідження як систематичний пошук, збір, обробку, інтеграцію інформації, яка має відношення до всіх проблем маркетингу. Ф. Котлер говорить про маркетингові дослідження як про систематичне визначення кола даних, необхідних у зв'язку зі стоячою перед організацією маркетинговою ситуацією, їх збір, аналіз і звіт про результати.

**Тема 6. Соціологія як теоретико-методологічна база маркетингових досліджень.** Соціальні аспекти маркетингової діяльності. Розгляд соціології як теоретико-методологічної бази маркетингових досліджень спирається на різноманіття соціальних аспектів маркетингової діяльності, про які ми вже говорили. Разом з тим не слід забувати про те, що відіграючи важливу роль в методологічному забезпеченні маркетингу, соціологія не є єдиним постачальником досліду і управлінського інструментарію. Однак в тих випадках, коли мова йде про соціологічні аспекти вивчення значущих елементів маркетингу, таких як споживач, зовнішнє оточення, тільки методи соціологічного дослідження здатні ефективно вирішити проблеми.

**Тема 7. Методи соціологічного дослідження маркетингу.** Методи соціологічного дослідження. Методи соціологічного дослідження – способи побудови і обґрунтування соціологічного знання; сукупність прийомів, процедур і операцій емпіричного і теоретичного пізнання соціальної дійсності. Методи соціологічних досліджень можуть бути розділені на три великі групи: методи збору інформації (спостереження, опитування, аналіз документів, експеримент і ін.); методи обробки та аналізу даних (факторний, латентно-структурний, кореляційний, регресивний, дисперсійний аналіз, ранжування, шкалювання, індексування та ін.); методи побудови теорії (дедуктивний, індуктивний, порівняльний, причинний, структурно-функціональний, генетичний і ін.).

**Тема 8. Маркетингові дослідження споживача: основні види та організація.** Маркетингові дослідження споживача і їх класифікація. Класифікуючи маркетингові дослідження, перш за все слід звернути увагу на можливість використання як первинних, так і вторинних даних. Первинні дані збираються з конкретною метою при здійсненні конкретних проектів. Вторинні дані представляють собою вже існуючу інформацію, отриману для будь-яких інших цілей. Відповідно до цього ми можемо говорити про польові

і кабінетні дослідження. У процесі польового дослідження дослідник самостійно здійснює збір даних відповідно до цілей того проекту, який він реалізує.

## 7. Структура навчальної дисципліни «Соціологія менеджменту та маркетингу»

Назви змістових модулів і тем*	Кількість годин												
	денна форма						Заочна форма						
	усь ого	у тому числі					усьог о	у тому числі					
		л	п	ла	інд	с.р.		Л	Сем	ла	ін	С.р	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
<b>Блок 1. Соціологія менеджменту в системі управління</b>													
Тема 1. Менеджмент системи соціологічного знання.	10	2	2			6	10	2	2				6
Тема 2. Менеджмент як суспільний інститут.	10	2	2			6	10	2	2				6
Тема 3. Соціальна сутність та принципи стратегічного менеджменту	10	2	2			6	10	2					8
Тема 4. Соціологічні аспекти організації діяльності менеджера	10	2	2			6	10						10
Разом за блоком	40	8	8			24	40	6	4				30
<b>Блок 2. Соціологія як інструмент маркетингу</b>													
Тема 5. Соціологічні методи в маркетингових дослідженнях	14	2	2			10	14	2					12
Тема 6. Соціологія як теоретико-методологічна база маркетингових досліджень.	14	2	2			10	14						14
Тема 7. Методи соціологічного дослідження маркетингу.	14	2	2			10	14		2				12
Тема 8. Маркетингові	8	2	0			6	8						8



дослідження споживача: основні види та організація												
Разом за блоком	50	8	6			36	50	2	2			46
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>			<b>60</b>	<b>90</b>	<b>8</b>	<b>6</b>			<b>76</b>

## 7. Теми лекцій

№з/п	Назва теми лекції та питання, що вивчаються	Кількість годин
1	Тема 1. Менеджмент у системі соціологічного знання. 1. Місце і роль менеджменту у системі соціологічного знання. 2. Основні критерії та поняття дисципліни. 3. Об'єкт та предмет менеджменту та їх характеристики.	2
2	Тема 2. Менеджмент як суспільний інститут. 1. Адміністративні методи менеджменту. 2. Економічні методи управління. 3. Соціально-психологічні методи.	2
3	Тема 3. Соціальна сутність та принципи стратегічного менеджменту. 1. Поняття та особливості стратегічного менеджменту. 2. Методи побудови стратегії менеджменту. 3. Етапи стратегічного управління.	2
4	Тема 4. Соціологічні аспекти організації діяльності менеджера. 1. Основні напрями роботи менеджера з персоналом. 2. Моделі управління персоналом. 3. Методи та принципи управління персоналом. 4. Управлінські завдання. Концепція менеджменту.	2
5	Тема 5. Соціологічні методи в маркетингових дослідженнях. 1. Маркетингові дослідження: визначення понять, завдання, позиції в системі маркетингу. 2. Проблеми ефективності маркетингових досліджень. 3. Методологія маркетингових досліджень.	2
6	Тема 6. Соціологія як теоретико-методологічна база маркетингових досліджень. 1. Соціальні аспекти маркетингової діяльності. 2. Елементи маркетингового соціологічного дослідження. 3. Програма маркетингового соціологічного дослідження. 4. Оцінка маркетингового дослідження споживача як різновиду соціологічних досліджень.	2
7	Тема 7. Методи соціологічного дослідження в маркетингу. 1. Методи соціологічного дослідження. 2. Аналіз причин і наслідків. 3. Вибірка як метод соціологічних досліджень.	2
8	Тема 8. Маркетингові дослідження споживача: основні види та організація. 1. Маркетингові дослідження споживача і їх класифікація. 2. Організація маркетингового дослідження. 3. Польові дослідження в маркетингу.	2
Разом		16

## 8. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми та питання, що вивчаються	Форми контролю	Кількість годин
1	Тема 1. Менеджмент у системі соціологічного знання. 1. Місце і роль менеджменту у системі соціологічного знання. 2. Основні критерії та поняття дисципліни. 3. Об'єкт та предмет менеджменту та їх характеристики.	Реферативні виступи Усне опитування	2
2	Тема 2. Менеджмент як суспільний інститут. 1. Адміністративні методи менеджменту. 2. Економічні методи управління. 3. Соціально-психологічні методи.	Кейси з соціології в Україні	2
3	Тема 3. Соціальна сутність та принципи стратегічного менеджменту. 1. Поняття та особливості стратегічного менеджменту. 2. Методи побудови стратегії менеджменту. 3. Етапи стратегічного управління.	Кейси, усне опитування	2
4	Тема 4. Соціологічні аспекти організації діяльності менеджера. 1. Основні напрями роботи менеджера з персоналом. 2. Моделі управління персоналом. 3. Методи та принципи управління персоналом. 4. Управлінські завдання. Концепція менеджменту.	Кейси, усне опитування	2
5	Тема 5. Соціологічні методи в маркетингових дослідженнях. 1. Маркетингові дослідження: визначення понять, завдання, позиції в системі маркетингу. 2. Проблеми ефективності маркетингових досліджень. 3. Методологія маркетингових досліджень.	Ситуаційно-рольова гра, усне опитування.	2
6	Тема 6. Соціологія як теоретико-методологічна база маркетингових досліджень. 1. Соціальні аспекти маркетингової діяльності. 2. Елементи маркетингового соціологічного дослідження. 3. Програма маркетингового соціологічного дослідження. 4. Оцінка маркетингового дослідження споживача як різновиду соціологічних досліджень.	Реферативні виступи, усне опитування	2
7	Тема 7. Методи соціологічного дослідження в маркетингу. 1. Методи соціологічного дослідження. 2. Аналіз причин і наслідків. 3. Вибірка як метод соціологічних досліджень.	Реферативні виступи, усне опитування	2
Разом			14

## 9. Самостійна робота

### Теми для самостійного опрацювання

№ з/п	Теми і перелік питань що винесені на самостійне вивчення	Кількість годин
1.	Тема 1. Менеджмент у системі соціологічного знання. 1. Що таке комунікація? 2. Типи комунікаційних взаємодій в управлінській діяльності. 3. Характерні особливості групових і між групових комунікацій.	6
2.	Тема 2. Менеджмент як суспільний інститут. 1. Що таке управлінська інформація? 2. Назвіть етапи розвитку технології інформаційної діяльності.	6
3.	Тема 3. Соціальна сутність та принципи стратегічного менеджменту. 1. Авторитарне керівництво. 2. Ліберальне керівництво. 3. Демократичний стиль керівництва.	6
4.	Тема 4. Соціологічні аспекти організації діяльності менеджера. 1. Особливості використання соціологічного інструментарію для вивчення управлінської діяльності та її елементів. 2. Соціальне передбачення, прогнозування, проектування, планування та технології. 3. Специфіка соціального проектування. Види соціального планування та його роль в процесі управління. Соціальні технології та роль у вивченні управління.	6
5.	Тема 5. Соціологічні методи в маркетингових дослідженнях. 1. Маркетингові дослідження: визначення понять, завдання, позиції в системі маркетингу. 2. Проблеми ефективності маркетингових досліджень. 3. Методологія маркетингових досліджень.	10
6.	Тема 6. Соціологія як теоретико-методологічна база маркетингових досліджень. 1. Соціальні аспекти маркетингової діяльності. 2. Елементи маркетингового соціологічного дослідження. 3. Програма маркетингового соціологічного дослідження. 4. Оцінка маркетингового дослідження споживача як різновиду соціологічних досліджень.	10
7.	Тема 7. Методи соціологічного дослідження в маркетингу. 1. Методи соціологічного дослідження. 2. Аналіз причин і наслідків. 3. Вибірка як метод соціологічних досліджень.	10
8	Тема 8. Маркетингові дослідження споживача: основні види та організація. 1. Маркетингові дослідження споживача і їх класифікація. 2. Організація маркетингового дослідження. 3. Польові дослідження в маркетингу.	6
Разом		60

## 10. Методи контролю

1. Проведення поточного контролю під час усного опитування студентів.
2. Практична перевірка під час проведення поточного контролю, контролю виконання завдань самостійної роботи, реферативних виступів, есе, презентацій та творчих проектів.
3. Проведення кейсів з проблемних тем.
4. Проведення періодичного контролю під час першої та другої контрольних точок.
5. Проведення підсумкового семестрового контролю.
6. Залік з дисципліни «Соціологія менеджменту та маркетингу»

## 11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Базова

1. Диба М. І. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні / М. І. Диба, Ю. О. Гернего // Фінанси України. —2018. — No 7. —С. 50—63.
2. Контролінг: інструмент управління підприємством [Електронний ресурс]. —Режим доступу : [https://banking.uabs.sumdu.edu.ua/images/department/banking/discip/finkon/Lekci\\_i\\_fk.pdf](https://banking.uabs.sumdu.edu.ua/images/department/banking/discip/finkon/Lekci_i_fk.pdf).
3. Моргулець О.Б. Цілі і завдання менеджменту у сфері послуг [Текст] / Менеджмент у сфері послуг. : Навч. Посіб. —К.: Центр учбової літератури, 2016. —384 с.
4. Погасій С.О., Познякова О.В., Краснокутська Ю.В. Інвестиційний менеджмент (в прикладах і завданнях): навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2019. —337с.
5. Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології :— Одеса: ОРІДУНАДУ, 2020.— 642 с.
6. Соколенко В.А. Сутність та види стратегії розвитку [Текст] / В.А. Соколенко, О.М. Бондаренко // Вісник НТУ «ХПІ». —2018. —No53 (1162). —С. 70—74.
7. Principles for Responsible Investment. URL: <https://www.unpri.org/pri/about-the-pri>
8. Тайм-менеджмент: Основні поради тайм-менеджменту. Київський Пласт. 2018. URL:<http://kyiv.plast.org.ua/new/taim-menedzhment-osnovni-porady-taim-menedzhmentu>
9. Котлер, Ф. Основы маркетинга – ИД Вильямс, 2016. – 659 с.
10. Новітній маркетинг : навч. посіб. за ред. Є.В.Савельєва. — К.: Знання, 2018. — 420 с.
11. Петруня, Юрій Євгенович. Маркетинг : навч. посіб. / Ю. Є. Петруня. — 2-е вид., переробл. і допов. — К.: Знання, 2016. — 351 с.
12. Попова, Н.В. Маркетинг — Харків : В справі, 2016. — 298 с

## **Допоміжна**

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.
- 2.Корягіна С В. Маркетинговий аудит: навч. посіб. / С.В. Корягіна, М.В. Корягін. — К. : Центр учбової літератури, 2016. —320 с.
- 3.Практика ABC & XYZ-анализа в торговом маркетинге/[http://www.marketch.ru/marketing\\_marginalia/praktika-abc-xyzanaliza/](http://www.marketch.ru/marketing_marginalia/praktika-abc-xyzanaliza/)
4. Стратегії та технології інноваційного розвитку : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О.М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 416 с.
5. Федоричак В. Реклама в Instagram. Три прості способи створювати рекламні оголошення.—Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/prodvizhenie-sajtov-internet-magazinov/reklama-v-instagram/>.
6. Besley J., Dudo A., Yuan S., Ghannam N. Qualitative interviews with science communication trainers about communication objectives and goals. Science Communication. 2016. 38 (3). P. 356—381.
7. Маркетинг взаємодії: сучасна теорія і практика - Харків : Панов А. М., 2016. — 394 с.
8. Маркетинговые показатели : более 50 показателей, которые важно знать каждому рук. / Поль У. Фэррис, Нейл Т. Бендл, Филипп И. Пфайфер, Дэвид Дж. Рейбштейн; пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2016. — 445 с.
9. Пінчук, Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу . – К.: КНЕУ, 2016. – 328 с.
10. Пуригіна, Ольга Георгіївна. Маркетинг : навч. посіб. Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. — Д.: Інновація, 2016. — 241 с.
11. Сотніков, Ю.М. Маркетингові дослідження із застосуванням пакета SPSS :— Одеса : Атлант, 2016. — 145 с.

## **12. Інформаційні ресурси**

1. [ispp.org.ua](http://ispp.org.ua) – офіційний сайт Інституту соціальної та політичної психології АПН України
2. <http://socionet.ru/> - Соціонет – інформаційний простір з суспільних наук
3. <http://www.ras.ru/russian/RAS/ofcpp.html> – відділення філософії, соціології, психології і права РАН.
4. <http://www.socium.info/library.html> – бібліотека соціологічної літератури
5. <http://www.studfiles.ru/all-vuz/879/folder:2208/> - бібліотека соціологічної літератури
6. [www.ucseps.com.ua/ukr/all/sociology](http://www.ucseps.com.ua/ukr/all/sociology) (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м.Київ).
7. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) (Статистичні матеріали Держкомстату України)
8. [www.sociology.kharkov.ua](http://www.sociology.kharkov.ua) (Домашня сторінка харківських соціологів)

9. [www.i-soc.com.ua](http://www.i-soc.com.ua) (Домашня сторінка Інституту соціології НАН України)
10. Інститут соціології НАН України (Київ): [http:// i-soc.com.ua/ukr/index.php](http://i-soc.com.ua/ukr/index.php)
11. Соціологія: теорія, методи, маркетинг: <http://i-soc.com.ua/journal/content.php>
12. Український соціум. Науковий журнал (Київ): <http://www.ukr-socium.org.ua>
13. Соціонет – інформаційний простір з суспільних наук: <http://socionet.ru/>
14. Социология: методология, методы, математические модели. <http://www.nir.ru/socio/scipubl/4M.htm>.
15. Социологический журнал. <http://www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm>
16. Електронна бібліотека з соціології: <http://www.tisbi.ru/resources/library/18/>
17. Центр Разумкова: <http://razumkov.org.ua/ukr/index.php>
18. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва: <http://dif.org.ua>
19. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС): <http://www.kiis.com.ua>
20. Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка: <http://www.uisr.org.ua/monitoring>