

Компонент ОПОП

Направление подготовки: **39.04.01 Социология**

Направленность (профиль): **Социологические исследования в маркетинге**

Б1.В.ДВ.05.02

шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины
(модуля)

Метод интервью в маркетинге

Разработчик (и):
Жигунова Г.В.,
зав. кафедрой ФиСН,
д-р социол. наук,
профессор

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 7 от 27 февраля 2025 г.
Заведующий кафедрой
философии и социальных наук



Жигунова Г.В.

**Мурманск
2025**

Пояснительная записка

Объем дисциплины 3 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1УК-3 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели ИД-2УК-3 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение различных идей и мнений ИД-3УК-3 Преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты на основе учета интересов всех сторон	Знать: особенности организации и руководства работой команды, а также командных стратегий для достижения поставленной цели Уметь: Вырабатывать стратегию сотрудничества и на ее основе организовывать работу команды для достижения поставленной цели; Планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды; организовывать обсуждение различных идей и мнений Владеть: Навыками преодоления возникающих в команде разногласий и конфликтов на основе учета интересов всех сторон

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Методические принципы фокус-групповых исследований

Основные сферы применения метода фокус-групп. Положительные и отрицательные стороны метода. Методологические принципы использования фокус-групп в социологическом исследовании. Основные подходы к разработке программы социологического исследования методом фокус-групп. Основные подходы к организации выборки. Определение степени формализованности фокус-групп.

Роль модератора в проведении фокус-группы.

Тема 2. Подготовка проведения фокусированного интервью

Подготовка инструментария фокусированного интервью в зависимости от целей исследования.

Разработка плана обсуждения проблемы в фокус-группе. Выбор тем и определение их числа в дискуссии. Прямая и обратная последовательность тем. Типология вопросов в фокусированном интервью, их последовательность. Формулировка вопросов и трудности их восприятия респондентами. Использование иллюстративных вопросов (вопрос с преамбулой). Ролевые и имитационные вопросы. Обсуждение зрительных стимулов и тестов. Подготовка топик-гайда. Типология вопросов топик-гайда. Подготовка сценария фокус-группы.

Набор респондентов и практические рекомендации социологу для повышения надежности метода фокус-групп.

Тема 3. Проведение фокус-группового интервью

Основные этапы работы и их характеристика при проведении исследования с

помощью метода фокус-групп.

Подготовительный этап: подготовка помещения к проведению фокус-группы, встреча участников фокус-группы, введение в беседу. Базовый этап: техника стимулирования процесса общения, методы активизации дискуссии, методы коррекции лидеров, методы фокусирования обсуждения, методы борьбы с молчанием, методы организации внутригруппового взаимодействия. Содержательные, организационные и этические аспекты завершающего этапа.

Практические рекомендации по использованию гайда в фокус-группе. Степень включенности модератора. Типы модераторов. Стратегии поведения модератора. Ошибки в работе модератора. Практические рекомендации по проведению фокус-группы.

Тема 4. Анализ и представление результатов данных фокус-групп

Стратегии и методы обработки данных.

Кодирование качественных данных, транскрибирование фокус-группового интервью.

Специфика видеозаписи и ее анализ. Учет особенностей невербального поведения респондентов при обработке данных. Представление результатов исследования.

Специфика качественного анализа. Методологические подходы к анализу результатов фокус-групп. Стратегии обработки данных. Описание данных в фокусированном интервью, их подготовка к анализу. Поиск кодировочных категорий.

Группировка данных. Составление типологий (аналитические и "естественные" типологии, сконструированные респондентом). Интерпретация результатов исследования. Аналитическая и теоретическая триангуляция. Стратегии и методы обработки данных фокус-групп. Анализ видео- и аудиозаписи фокус-группы.

Типология данных фокус-групп. Специфика анализа вербальных и невербальных данных.

Поэтапный анализ. Параллельный анализ. Вертикальный и горизонтальный методы анализа данных. Лингвистический анализ. Контент-анализ. Кодирование качественных данных.

Представление результатов фокус-групп. Виды отчетов по результатам фокус-групп. Стенограммы фокус-групп. Устная презентация результатов. Письменный отчет. Структура письменного отчета.

Адаптация языка письменного отчета к требованиям Заказчика.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);

- задания текущего контроля;

- задания промежуточной аттестации;

- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 256 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573211> (дата обращения: 16.06.2021).
2. Логунова, Л. Ю. Методология социологических исследований : учебное пособие / Л. Ю. Логунова ; отв. ред. Л. Л. Шпак ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278902> (дата обращения: 16.06.2021).
3. Маженина, Е. А. Методология и методика социологических исследований: электронное учебное пособие / Е. А. Маженина, Т. Н. Протасова ; Кемеровский государственный университет, Кафедра социологических наук. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. – 132 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437477> (дата обращения: 16.06.2021).
4. Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 234 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275794> (дата обращения: 16.06.2021).
5. Немирова Н.В. Рабочая тетрадь по прикладной социологии. СПб. : РГПУ им. А.И. Герцена, 2014. 58 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435429>

Дополнительная литература

6. Белановский, С. А. Метод фокус-групп : учебное пособие : [16+] / С. А. Белановский. – Москва : Издательство Магистр, 1996. – 543 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=42582> (дата обращения: 16.06.2021).
7. Герасимов П.П. Методы маркетинговых исследований : М. : Лаборатория книги, 2010. 108 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87390>
8. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 431 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571833> (дата обращения: 15.06.2021).
9. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе : учебное пособие : [16+] / В. А. Иванова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2019. – 114 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612517> (дата обращения: 16.06.2021).
10. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> (дата обращения: 15.06.2021).

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>
- 2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

- URL: <http://window.edu.ru>

3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) *Офисный пакет Microsoft Office 2007*
- 2) *Система оптического распознавания текста ABBYY FineReader*
- 3) IBM SPSS Statistics 22

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ;

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения		
	Очная		
	Семестр		Всего часов
	3		
Лекции	18		18
Практические занятия	28		28
Лабораторные работы	0		0
Самостоятельная работа	62		62
Подготовка к промежуточной аттестации	-		-
Всего часов по дисциплине	108		108
/ из них в форме практической подготовки	0		0

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Зачет	+		
Количество докладов/сообщений	4		
Количество презентаций	4		
Количество практических работ	3		
Количество тестов	1		
Количество рефератов	4		
Количество коллоквиумов	1		

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Организация как объект социологии организаций
2	Виды и типы организаций
3	Организационная структура
4	Организационная среда и организационные процессы