

**Приложение 1 к РПД Б1.В.05.04 «Социологические методы в исследованиях
цифрового общества»
39.03.01 Социология
Направленность (профиль) - Цифровая и экспертно-аналитическая
социология
Форма обучения - очная
Год набора - 2022**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Общие сведения

1.	Кафедра	Философии и социальных наук
2.	Направление подготовки	39.03.01 Социология
3.	Направленность	Социология маркетинга
4.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.05.04 «Социологические методы в исследованиях цифрового общества»
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

1. Методические рекомендации

1.1. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

В ходе лекционных занятий преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на самостоятельную работу и практические занятия.

В процессе лекционных занятий рекомендуется конспектировать основные понятия и содержание темы.

Перед каждой лекцией рекомендуется прочитать конспект предшествующей лекции, а после завершения крупного раздела курса, следует проработать его и по конспекту и по учебнику. В этом случае учебная дисциплина будет усваиваться максимально глубоко.

Рекомендации по составлению конспекта:

– Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте как своими словами, так и приводите в виде цитат.

– В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания). Не надо стремиться записать дословно всю лекцию.

– Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку.

– Составляя конспект, допустимо отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

– Используйте реферативный способ изложения

– Собственные комментарии, вопросы, мысли располагайте на полях или выделяйте в тексте.

Принципиальные места, определения и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов.

1.2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

Практические занятия завершают изучение тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков в применении проективных методов, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Практические занятия предполагают выполнение студентами различных заданий, которые помогают усвоить изучаемые методы исследования и анализа данных.

Подготовка к семинарским (практическим) занятиям студента предполагает работу с научной и учебной литературой, выполнение заданий, предусмотренных для самостоятельной работы. Кроме указанных заданий студенты вправе, по согласованию с преподавателем, выполнять и другие интересующие их задания.

Качество работы студентов на семинарских (практических) занятиях преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

1.3 Методические рекомендации к самостоятельной работе студента

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает индивидуально или в группе без непосредственной помощи преподавателя (но так или иначе под контролем преподавателя), руководствуясь сформированными ранее знаниями и представлениями.

Задача студента заключается в том, чтобы в процессе самостоятельной работы овладеть заявленной компетенцией, а также приобрести и/или развить способность к самостоятельному приобретению знаний, умений, навыков, а также к способности к самоорганизации и саморефлексии учебно-познавательной деятельности.

Среди основных видов самостоятельной работы студентов традиционно выделяют: подготовку к лекциям, семинарским и практическим занятиям, зачетам и экзаменам, презентациям и докладам; написание рефератов, выполнение лабораторных и контрольных работ, написание эссе; решение кейсов и ситуационных задач; подготовка к проведению деловых игр; участие в научной работе.

1.4. Методические рекомендации к докладу

1. Доклад не копируется дословно из первоисточника, а представляет собой новый вторичный текст, создаваемый в результате осмысленного обобщения материала первоисточника;
2. При написании доклада следует использовать только тот материал, который отражает сущность темы;
3. Изложение должно быть последовательным и доступным для понимания докладчика и слушателей;
4. Доклад должен быть с иллюстрациями, таблицами, если это требуется для полноты раскрытия темы;
5. При подготовке доклада использовать не менее трех первоисточников.

1.5. Методические рекомендации к подготовке презентации

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап - основные тезисы, выводы.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Общие требования к презентации:

- Презентация должна быть не меньше 10 слайдов.
- Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название организации; название темы; фамилия, имя, отчество автора; место учебы.
- Следующим слайдом должно быть содержание, где представлено краткое описание основных вопросов.
- Все оставшиеся слайды имеют информативный характер.
- Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

Рекомендации по оформлению презентации:

1. Читабельность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств).
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 7 минут;

1.6. Методические рекомендации к проведению дискуссии

Проведение групповой дискуссии предполагает:

1. формирование микро-групп.
2. выбор идейной позиции.
3. коллективная (внутри микро-групп) подготовка основной речи.
4. выступление «основных спикеров», презентующих позицию микро-группы.
5. ответы на вопросы оппонентов.
6. вопросы оппонентам.
7. анализ, подведение итогов.

1.7. Методические рекомендации по подготовке к устному опросу

Устный опрос может проводиться в начале/конце практического занятия в течение 15-20 мин. Выбранный преподавателем студент может отвечать с места либо у доски.

Во время проведения устного опроса оценивается способность студента правильно сформулировать ответ, умение выражать свою точку зрения по данному вопросу, ориентироваться в терминологии и применять полученные в ходе лекций и практик знания.

При подготовке к устному опросу следует прочитать конспект и литературу по теме, затем ответить на вопросы для самоконтроля.

1.8. Методические рекомендации к практическим заданиям:

В ходе выполнения практических заданий необходимо внимательно прочитать задание, повторить материал по теме задания, воспользовавшись материалами лекции и рекомендуемой литературы. Аккуратно записать выполненное задание в тетрадь.

1.9. Методические рекомендации к тестированию

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытайтесь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если Вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Психологи также советуют думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту не следует просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

1.10. Методические рекомендации по подготовке к сдаче экзамена

Изучение дисциплины завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

За 3-4 дня нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На консультации перед экзаменом студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

Требования к организации подготовки к экзаменам те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. При подготовке к экзаменам у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения.

2. Планы практических занятий

Тема 1. Процесс социологического исследования цифрового общества (4 часа)

План

1. Роль цифровых исследований в системе управления.
2. Основные направления исследований.
3. Последовательность проведения исследований: этапы и процедуры.
4. Определение потребности в проведении исследований цифрового общества.
5. Проблемы компании, требующие исследования.
6. Основные источники проблем.
7. Подходы к выявлению проблем виртуальной среды.
8. Проблемы, требующие решения, и проблемы, требующие исследования.

Вопросы для самоконтроля:

1. Приведите все известные вам определения понятия «цифровое исследование».
2. Назовите случаи, когда возникает объективная необходимость в проведении исследования цифрового общества.
3. Назовите случаи, когда предприятию необходимо оказаться от проведения исследования.
4. Какова роль исследований в системе управления виртуальной сферой?
5. Назовите основные направления социологических исследований виртуальной среды.
6. Какова последовательность проведения социологических исследований: этапы и процедуры?

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады на темы:
 1. Роль цифровых исследований в системе управления.
 2. Основные направления исследований.
 3. Последовательность проведения исследований: этапы и процедуры.
 4. Определение потребности в проведении исследований цифрового общества.
 5. Проблемы компании, требующие исследования.
 6. Основные источники проблем виртуальной среды.
 7. Подходы к выявлению проблем управления виртуальной реальностью.
 8. Проблемы, требующие решения, и проблемы, требующие исследования..

Практические задания (работа в микрогруппах):

1. Составьте «дерево» проблем компании, требующих исследования цифровой среды.
2. Разработайте запрос на проведение исследования для компании в текущих условиях хозяйствования. Представьте дерево целей. Требуемую информацию. Сроки проведения. Бюджет исследования.

Литература: [1, с. 13-21], [2, с. 9-60], [3, с. 7-30], [4, с. 10-17], [5, с. 8-27], [6, с. 3-12],

Тема 2. Типы социологических исследований (6 часов)

План

1. Формы организации социологических исследований.
2. Взаимодействие со специализированными организациями в области цифровых исследований.
3. Исследовательский проект, его основные виды.
4. Стратегические и тактические социологических исследования.
5. Поисковые социологические исследования: цели, задачи, сфера использования.
6. Методы проведения поискового исследования: работа с литературой, экспертные опросы, метод фокус-группы и анализ избранных случаев.
7. Описательные исследования: цели, задачи и направления применения.
8. Исследование поперечного сечения и анализ временного ряда.
9. Проект каузального исследования.
10. Цифровые исследования поведения потребителей с целью влияния со стороны компании. Исследование потребительских мотивации.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите формы и типы организации социологических исследований.
2. Как организуется взаимодействие со специализированными организациями в области цифровых исследований?
3. Что представляет собой исследовательский проект?
4. Назовите его основные виды.
5. Что представляют собой стратегические и тактические исследования?
6. Что представляют собой поисковые исследования?
7. Что представляют собой описательные исследования?
8. Что представляют собой проект каузального исследования?

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады по одной из тем:
 - Формы и типы организации социологических исследований.
 - Исследовательский проект, его основные виды.
 - Стратегические и тактические исследования.
 - Поисковые исследования.
 - Методы проведения поискового исследования.
 - Описательные исследования.
 - Исследование поперечного сечения и анализ временного ряда.
 - Проект каузального исследования.
 - Исследования поведения потребителей с целью влияния со стороны компании.

Тема дискуссии

Сходства и различия непосредственного и виртуального и социологического исследования (выполняется в группах).

Литература: [1, с. 28-40], [2, с. 9-60; 215-250], [3, с. 7-30], [4, с. 17-25], [5, с. 8-27; 203-289], [6, с. 3-12].

Тема 3. Источники информации социологического исследования (6 часов)

План

1. Источники информации в исследованиях цифрового общества.
2. Первичные и вторичные данные.
3. Типы первичных данных.
4. Вторичная информация в исследованиях: преимущества и недостатки.
5. Виды вторичной информации
6. Методы обработки, анализа и использования вторичной информации.
7. Классификации и сравнительный анализ статистических показателей, характеризующих проблему исследования.
8. Базы данных.
9. Коммерческие источники виртуальной информации.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите источники информации в исследованиях цифрового общества.
2. Что собой представляют первичные данные?
3. Назовите типы первичных данных.
4. Что представляют собой вторичные данные?
5. Каковы виды вторичной информации?
6. Назовите методы обработки, анализа и использования вторичной информации.
7. Дайте характеристику базам данных.
8. Что собой представляют коммерческие источники информации?

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады на темы:
 - Источники информации цифрового общества.
 - Виртуальные информационные системы, основные составляющие и способы функционирования.
 - Определение надежности и достоверности измерения виртуальной социологической информации.

Практическое задание:

1. Составьте план сбора первичной информации.
2. Составьте отчет для организации о причинах возникновения недостаточности информации, собранной в ходе исследования. Скорректируйте план исследования цифрового общества.

Литература: [1, с. 44-57], [2, с. 250-272], [3, с. 18-26], [5, с. 28-46], [6, с. 3-25], [7].

Тема 4. Планирование и организация сбора первичной социологической

информации (6 часов)

План

1. Формирование запроса на исследование.
2. Построение гипотетических сценариев решения проблемы.
3. Дерево решений.
4. Цели и задачи исследований цифровой среды.
5. Определение генеральной совокупности, построение выборки.
6. Принципы формирования панелей.
7. Панель аудита розничной торговли. Потребительская панель.
8. Панель медиа- измерений.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каким образом осуществляется формирование запроса на исследование?
2. Каким образом осуществляется построение гипотетических сценариев решения проблемы?
3. Что представляет собой дерево решений? Каковы функции и назначение?
4. Каковы основные цели и задачи данных исследований?
5. Какие особенности панелей исследования?

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады на темы:
 - Планирование сбора первичной социологической информации
 - Цели и задачи социологических исследований в цифровой среде.
 - Принципы формирования панелей.
 - Планирование и организация сбора первичной социологической информации

Практическое задание (работа в микрогруппах):

1. Выбрать сегмент экономики; 2. Определить тип и перечень предприятий, для которых планируется провести исследование; 3. Обосновать и рассчитать выборку, тип и процедуры отбора. 4. Разработать несколько вариантов брифов, в которых предлагаются маркетинговые услуги специалиста или фирмы с указанием тем, профессиональных возможностей, примерной сметой стоимости услуг. 5. Провести публичную защиту в группе.

Литература: [1, с. 44-193], [2, с. 216-250], [3, с. 30-47; 72-82], [4, с. 73-84], [5, с. 110-125; 148-168], [7].

Тема 5. Методы сбора первичной социологической информации (6 часов)

План

1. Качественные методы сбора социологической информации.
2. Экспертные методы: способы формирования списка экспертов, методы сбора экспертного мнения обработка полученного результата.
3. Фокус-группа как метод получения идей и предложений. Планирование, организация и проведение фокус-групп.
4. Методы наблюдения. Формы для записи результатов наблюдения.
5. Глубинное интервьюирование. Подготовка, организация и проведение. Представление результатов.
6. Ассоциативные, проецируемые и экстенсивные тесты.
7. Количественные методы сбора первичной социологической информации. Методы опросов.

8. Разработка вопросников. Методы проведения опроса: личная беседа, телефонный опрос, почтовая анкета, интервьюирование при помощи компьютера.
9. Этапы сбора социологической информации.
10. Организация и проведение сбора данных.
11. Формы организации социологических исследований в цифровой среде.
12. Ошибки сбора данных. Контроль качества собираемых данных.

Вопросы для самоконтроля:

1. Перечислите качественные методы сбора социологической информации.
2. Что собой представляют экспертные методы сбора информации?
3. Что собой представляет фокус-группа как метод получения идей и предложений?
4. Каковы особенности проведения метода наблюдения в социологическом исследовании?
5. Что представляет собой глубинное интервьюирование?
6. Перечислите количественные методы сбора первичной информации.
7. Какие узнаете методы опроса? Назовите их особенности в исследовании цифровой среды.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады на темы:
 - Качественные методы сбора социологической информации.
 - Экспертные методы: способы формирования списка экспертов, методы сбора экспертного мнения обработка полученного результата.
 - Фокус-группа как метод получения идей и предложений. Планирование, организация и проведение фокус-групп.
 - Методы наблюдения. Формы для записи результатов наблюдения.
 - Метод Дельфи.
 - Глубинное интервьюирование. Подготовка, организация и проведение. Представление результатов.
 - Количественные методы сбора первичной маркетинговой информации.
 - Методы опросов в маркетинговом исследовании.
 - Разработка вопросников.
 - Этапы сбора социологической информации.
 - Организация и проведение сбора данных.
 - Формы организации социологических исследований.
 - Ошибки сбора данных. Контроль качества собираемых данных.

Практическое задание (в микрогруппах):

1. Разработать инструментарий исследования цифровой среды (вид дается преподавателем);
2. Провести апробацию в микрогруппе;
3. Устранить недочеты.

Литература: [1, с. 90, 126, 221-240], [2, с. 195-214], [3, с. 47-71], [4, с. 34-65], [5, с. 47-108], [7, с. 44-99].

Тема 6. Анализ первичной социологической информации (4 часа)

План

1. Редактирование. Кодирование. Табулирование.
2. Методы уменьшения ошибок.
3. Цели и задачи анализа. Виды анализа в социологических исследованиях.
4. Анализ содержания бесед: ретроспективных бесед, бесед с упором на творческое воображение; бесед, вызывающих нерешительность или волнение, бесед в группах.
5. Анализ мотиваций потребителя: мотивы потребителей по Аллену, теория мотиваций Маслоу, мотивация по Фрейдю.
6. Выделение типов покупателей на основе анализа. Решение о покупке.
7. Статистический метод анализа. Метод экспертных оценок.
8. Методы анализа и оценки рисков в цифровой среде.
9. Подготовка данных для компьютерной обработки. Кодирование данных. Группировка данных. Табулирование.
10. Применение методов описательной статистики.
11. Определение средних значений и стандартных ошибок выборки.
12. Проверка методом Колмогорова-Смирнова. Графическое представление результатов социологической исследований.
13. Основные задачи ассоциативного анализа данных при подготовке решений.
14. Метод кросс-табуляции. Методы корреляционного и регрессионного анализа.
15. Цифровой анализ сегментов и целевых рынков.
16. Анализ спроса, оценка рыночного потенциала, текущего размера рынка, уровня проникновения продуктов и марочных товаров.
17. Исследование сезонных колебаний продаж. Исследования, связанные с разработкой нового продукта.
18. Исследование ценовой эластичности. Исследование рекламы и стимулирования сбыта.
19. Оценка эффективности усилий по продвижению товаров и услуг на рынок.
20. Взаимодействие со специализированными организациями в области социологических исследований.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите этапы сбора социологической информации.
2. Каковы формы организации социологических исследований?
3. Назовите ошибки сбора данных, их причины и пути преодоления.
4. Как осуществляется контроль качества собираемых данных?
5. Раскройте методы анализа собранных данных.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады на темы:
 - Этапы сбора социологической информации.
 - Организация и проведение сбора данных.
 - Формы организации социологических исследований.
 - Ошибки сбора данных. Контроль качества собираемых данных. Редактирование Кодирование. Табулирование.
 - Методы уменьшения ошибок.
 - Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.
 - Анализ собранных данных.

Литература: [1, с. 309-371], [2, с. 61-214], [3, с. 92-107], [5, с. 169-196], [6, с. 35-106], [8, с. 3-56].

Тема 7. Представление результатов социологического исследования (4 часа)

План

1. Интерпретация данных. Выводы и рекомендации для компании-заказчика.
2. Прогнозирование на основе выводов. Сущность, виды прогнозирования: краткосрочное, среднесрочное, долгосрочное.
3. Методы прогнозирования рынка: опрос, обобщение оценок отдельных торговых агентов и руководителей сбытовых подразделений;
4. Прогнозирование на основе «доли рынка»; пробный маркетинг; метод стандартного распределения вероятностей, базирующийся на методе PERT.
5. Назначение маркетингового отчета.
6. Форма отчета. Письменный отчет. Устный отчет (презентация отчета).
7. Составление отчета о маркетинговом исследовании. Критерии отчета об исследовании. Критерии качества написания отчета.
8. Критерии оптимального представления результатов.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите рекомендации к формулировке выводов и рекомендаций для компании-заказчика.
2. Что собой представляет прогнозирование?
3. Каковы основные правила и принципы составления отчета о маркетинговом исследовании?
4. Каковы критерии отчета об исследовании?
5. Какие вы знаете критерии качества написания отчета?
6. Укажите критерии оптимального представления результатов.

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте доклады на темы:
 - Выводы и рекомендации для компании-заказчика.
 - Прогнозирование на основе выводов. Сущность, виды прогнозирования: краткосрочное, среднесрочное, долгосрочное.
 - Методы прогнозирования рынка: опрос, обобщение оценок отдельных торговых агентов и руководителей сбытовых подразделений;
 - Прогнозирование на основе «доли рынка»; метод стандартного распределения вероятностей, базирующийся на методе PERT.
 - Составление отчета о маркетинговом исследовании. Форма отчета. Критерии отчета об исследовании. Критерии качества написания отчета.
 - Критерии оптимального представления результатов.
 - Использование специального программного обеспечения для анализа и презентации данных.
 - Принятие решений на основе данных социологических исследований.

Практическое задание:

1. Проанализируйте в письменной форме результаты социологического исследования цифровой среды. Каким образом они могут быть использованы вами для разработки оптимального комплекса маркетинга компании?

Литература: [1, с. 373-381], [3, с. 108-111], [4, с. 156-158], [5, с. 197-201].