

Аннотация рабочей программы дисциплины «Методология и методы социологического исследования» для направления подготовки 39.03.01 Социология, направленность (профиль) образовательной программы «Социологические и маркетинговые исследования»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: сформировать целостное представление о проведении эмпирического социологического исследования, отработать практические навыки применения методов. По итогам курса студенты должны научиться самостоятельно решать проблему адекватности теоретической концепции эмпирическому уровню исследования, а также овладеть методологическими, методическими и организационными основами исследовательской деятельности.

Задачи дисциплины:

- 1) изучить основные методологические принципы сбора данных в социологии;
- 2) раскрыть методологическую роль теории, понятийного аппарата в социологическом исследовании;
- 3) раскрыть структуру программы социологического исследования как документа, регламентирующего нормы и логику эмпирического познания;
- 4) дать понимание теоретических основ и особенностей процесса измерения в социологическом исследовании;
- 5) рассмотреть основные вопросы организации выборочного исследования;
- 6) изучить опросные методы сбора данных;
- 7) изучить неопросные способы получения информации;
- 8) дать понимание системы методов анализа и обработки данных социологического исследования, возможности и ограничения в применении этих методов, их взаимосвязь с отдельными видами социологического исследования;
- 9) раскрыть способы, используемые для обобщения и представления данных социологического исследования, структуру и логику разработки научного отчета.
- 10) дать представление об организации социологического исследования

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональной компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Организация и проведение социологических исследований	ОПК-3. Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения	ИД-1 _{ОПК-3} Операционализирует задачи конкретного социологического исследования; ИД-2 _{ОПК-3} Предлагает пути проверки задач и гипотез исследования; ИД-3 _{ОПК-3} Разрабатывает программные и методические документы социологического исследования; ИД-4 _{ОПК-3} Решает организационные и методические вопросы сбора информации в соответствии с поставленными задачами и методической стратегией исследования; контролирует сбор социологических данных; ИД-5 _{ОПК-3} Оформляет научно-техническую документацию на всех этапах исследования

3. Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование темы
1	Методология социологического исследования
2	Структура и функции социологического исследования
3	Виды социологических исследований

№ п/п	Наименование темы
4	Основные методы социологии
5	Программа социологического исследования: проблема, объект, предмет
6	Логический анализ основных понятий в социологическом исследовании и определение цели, задач и гипотез
7	Принципиальный (стратегический) план исследования. Методический раздел программы.
8	Выборочный метод
9	Измерение социальных характеристик
10	Опрос как метод социологии
11	Изучение бюджетов времени
12	Измерение социальных установок
13	Тестирование и проективные методики
14	Опрос экспертов
15	Методы социометрии
16	Контент-анализ
17	Структурированное наблюдение
18	Социологический эксперимент
19	Подготовительный этап социологического исследования
20	Этап сбора данных
21	Этап обработки и анализа данных
22	Специфика качественной парадигмы. Исследовательские стратегии
23	Неформализованное интервью и его разновидности
24	Фокус-группа и ее модификации
25	Неструктурированное наблюдение
26	Традиционный анализ текстов
27	Проектирование качественного исследования
28	Сочетание количественного и качественного подходов
29	Основы маркетингового исследования
30	Программа маркетингового исследования
31	Социологическое сопровождение маркетинга в производственной сфере и сфере средств производства
32	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере торговли
33	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере услуг
34	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере СМК
35	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере образовательных услуг
36	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере финансовых услуг
37	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере гостиничных услуг и туризма, включая региональный маркетинг
38	Социологическое сопровождение маркетинга в медицине, фармацевтическом и санитарно-курортном бизнесе
39	Социологическое сопровождение маркетинга в агробизнесе
40	Социологическое сопровождение маркетинга персонала