

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Амурский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной работе
А.В. Лейфа

« 09 » 09 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Направленность (профиль) образовательной программы Социологические и маркетинговые исследования

Квалификация выпускника Бакалавр

Год набора 2021

Форма обучения: очная

Курс 2-3 Семестр 3-6

Зачет с оценкой 3-5 сем.

Курсовая работа 4 сем.

Экзамен 6 сем.

Общая трудоемкость дисциплины 468 (акад. час.), 13 (з.е.)

Составитель Леонов А.К., доцент, канд. социол. наук

Факультет социальных наук

Кафедра философии и социологии

2021 г.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 февраля 2018 г. № 75.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры философии и социологии

«01» 09 20 21 г., протокол № 1
И.о. заведующего кафедрой Е.И. Тарутина Е.И. Тарутина

СОГЛАСОВАНО
Учебно-методическое управление
Н.А. Чалкина
(подпись)
«01» 09 20 21 г.

СОГЛАСОВАНО
Выпускающая кафедра
Е.И. Тарутина
(подпись) Е.И. Тарутина
«01» 09 20 21 г.

СОГЛАСОВАНО
Научная библиотека
О.В. Петрович
(подпись)
«01» 09 20 21 г.

СОГЛАСОВАНО
Центр информационных и образовательных технологий

(подпись)
«01» 09 20 21 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Данная дисциплина относится к обязательной части ОП ВО. Данный курс читается в течение четырех семестров на втором и третьем году обучения, так как требует определенной теоретической подготовки студентов, которая дается в рамках курса «Основы социологии», «История социологии». Практическое применение полученных знаний и навыков наиболее полным образом реализуется в рамках собственного учебного исследования (курсовая работа). Освоение дисциплины как базовой необходимо для последующего изучения таких дисциплин как «Социологический практикум (включая анализ данных)», «Социология маркетинга», «Социология общественного мнения», «Социологии рекламы и связей с общественностью», прохождения учебной, производственной и преддипломной практик, подготовки ВКР.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

3.1. 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;

Категория (группа) общепрофессиональной компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
		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

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 13 зачетных единиц, 468 академических часов.

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в acad. часах)						Контроль (в acad. часах)	Самостоятельная работа (в acad. часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТО	КЭ			
Раздел 1. Основы эмпирической социологии											
1	Методология социологического исследования	3	2	2						4	Экспресс-опрос по лекции Конспект лекции Оценка работы студента на практикуме
2	Структура и функции социологического исследования	3	4	4						4	
3	Виды социологических исследований	3	4	4						4	
4	Основные методы социологии	3	4	4						4	
5	Программа социологического исследования: проблема, объект, предмет	3	4	4						5	
6	Логический анализ основных понятий в социологическом исследовании и определение цели, задач, гипотез	3	4	4						5	
7	Принципиальный (стратегический) план исследования	3	4	4						4,8	

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в акад. часах)						Контроль (в акад. часах)	Самостоятельная работа (в акад. часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТО	КЭ			
	Методический раздел программы.										
8	Выборочный метод в социологии	3	4	4						5	
9	Измерение социальных характеристик	3	4	4						4	
	Зачет с оценкой	3					0,2				
Итого			34	34			0,2			39,8	
Раздел 2. Количественные методы в социологии											
10	Опрос как метод социологии	4	4	4						0,15	Экспресс-опрос по лекции Конспект лекции Оценка работы студента на практикуме
11	Изучение бюджетов времени	4	2	2						0,15	
12	Измерение социальных установок	4	2	2						0,15	
13	Тестирование и проективные методики	4	2	2						0,15	
14	Опрос экспертов	4	2	2						0,15	
15	Метод социометрии	4	2	2						0,15	
16	Контент-анализ	4	4	4						0,15	
17	Структурированное наблюдение	4	2	2						0,15	
18	Социологический эксперимент	4	2	2						0,15	
Раздел 3. Основы организации социологического исследования											
19	Подготовительный этап социологического исследования	4	4	4						0,15	
20	Этап сбора данных	4	4	4						0,15	
21	Этап обработки и анализа данных	4	4	4						0,15	
	Зачет с оценкой	4					0,2				
	Курсовая работа	4				2				36	
Итого			34	34		2	0,2			37,8	

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)						Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТ	КЭ			
Раздел 4. Качественные методы в социологии											
22	Специфика качественной парадигмы. Исследовательские стратегии	5	4	4						4	
23	Неформализованное интервью и его разновидности	5	4	4						4	
24	Фокус-группа и ее модификации	5	4	4						4	
25	Неструктурированное наблюдение	5	4	4						4	
26	Традиционный анализ текстов	5	4	4						4	
27	Проектирование качественного исследования	5	10	10						9,8	
28	Сочетание количественного и качественного подходов	5	4	4						10	
	Зачет с оценкой							0,2			
Итого			34	34				0,2		39,8	
Раздел 5. Социологическое сопровождение маркетинговых исследований											
29	Основы маркетингового исследования	6	2	2						4,4	
30	Программа маркетингового исследования	6	2	2						4,4	
31	Социологическое сопровождение маркетинга в производственной сфере и сфере средств производства	6	4	4						4,4	
32	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере торговли	6	2	2						4,4	

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)						Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТО	КЭ			
33	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере услуг	6	4	4						4,4	
34	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере СМК	6	2	2						4,4	
35	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере образовательных услуг	6	2	2						4,4	
36	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере финансовых услуг	6	2	2						4,4	
37	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере гостиничных услуг и туризма, включая региональный маркетинг	6	4	4						4,4	
38	Социологическое сопровождение маркетинга в медицине, фармацевтическом и санитарино-курортном бизнесе	6	4	4						4,4	
39	Социологическое сопровождение маркетинга в агробизнесе	6	2	2						4,4	
40	Социологическое сопровождение маркетинга персонала	6	2	2						4,4	
	Экзамен							0,3	35,7		

№ п/п	Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в акад. часах)						Контроль (в акад. часах)	Самостоятельная работа (в акад. часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	ЛР	ИКР	КТО	КЭ			
Итого			32	32				0,3	35,7	44	

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, ЛР – лабораторная работа, ИКР – иная контактная работа, КТО – контроль теоретического обучения, КЭ – контроль на экзамене.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Методология социологического исследования	Уровни методологического познания в социологическом исследовании. Методология количественного подхода (общая характеристика) История становления количественного подхода. Критерии научного знания. Фокус исследовательского интереса количественного подхода. Исследовательская ориентация количественного подхода. Объект исследования в русле количественного подхода. Качество исследования в количественном подходе. «Асимметрия приписывания» в социологическом исследовании. Методы проверки качества.
2	Структура и функции социологического исследования	Общие принципы структурирования социологического исследования. Основные этапы социологического исследования. Особенности структуры социологического исследования в количественной и качественной парадигме.
3	Виды социологических исследований	Критерии классификации социологического исследования. Специфика задач, решаемых отдельными видами социологического исследования. Разведывательное, описательное, аналитическое и прогностическое исследования. Фундаментальное, прикладное и поисковое исследования. Оперативное исследование. Точечные и повторные исследования.
4	Основные методы социологии	Опрос, наблюдение, анализ документов и их количественные формы. Эксперимент как метод социологии.
5	Программа социологического исследования: проблема, объект, предмет	Понятие программы КСИ и определение плана его реализации. Программа как теоретическая разработка подходов, путей изучения и разрешения конкретной проблемы. Теоретическое осмысление исследуемой проблемы - исходная посылка составления программы КСИ. Структура программы. Определение проблемы социологического исследования, его объекта и предмета.
6	Логический анализ основных понятий в социологическом исследовании и определение цели, задач и гипотез	Понимание концепции социологического исследования. Задачи концептуализации объекта и предмета исследования. Развертывание концептуальной модели исследования. Роль системного подхода при построении концептуальных моделей. Функции и статус концептуально-понятийного аппарата социологии в исследовании. Роль философских и общенаучных понятий в социологическом исследовании. Структура концептуальных понятий. Определение цели, виды исследовательских задач. Выдвижение гипотез: принципы, требования, виды гипотез.
7	Принципиальный	Понятие и назначение принципиального (стратегического) пла-

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	(стратегический) план исследования. Методический раздел программы.	на исследования. Его виды. Структура методического раздела программы. Его функции. Структурная операционализация (эмпирическая интерпретация понятий). Факторная операционализация (системный анализ объекта). Функциональная операционализация. Геанетическая операционализация.
8	Выборочный метод	Сущность выборочных обследований. Генеральная и выборочная совокупность. Репрезентативность. Ошибки выборки. Систематические и случайные ошибки выборки. Типы и виды выборки. Многоступенчатые и комбинированные выборки.
9	Измерение социальных характеристик	Природа социального показателя. Проблемы измерения социальных показателей. Шкалирование, типы шкал и правила их построения. Поиск индикаторов.
10	Опрос как метод социологии	Общая характеристика опроса как метода получения первичной социологической информации и его место в ряду других методов. Его достоинства и недостатки. Основные разновидности опросов респондентов. Современные опросные методики.
11	Изучение бюджетов времени	Значение фактора времени в общественной жизни. Понятие бюджета времени. История изучения бюджетов времени.
12	Измерение социальных установок	Понятие диспозиции личности и «социальной установки». Правила конструирования наиболее употребляемых шкал для измерения «социальных установок»: метод равнокажущихся интервалов Терстоуна, шкала суммарных оценок (шкала-кафетерий) Лайкерта, шкалограммный анализ Гутмана, шкала социальной дистанции Богардуса.
13	Тестирование и проективные методики	Понятие теста. Структура и виды тестов. Понятие и разновидности проективных методов. Достоинства и ограничения проективных методов.
14	Опрос экспертов	Сущность опроса экспертов, функции экспертных опросов. Способы формирования групп «экспертов» на основе ряда критериев и на разных этапах их отбора. Компетентность - как центральный критерий отбора «экспертов». Два основных метода для определения уровня такой компетентности.
15	Методы социометрии	Понятие социометрии. Выбор, создание социометрического критерия и его сущность. Требования к социометрическому критерию, предъявляемые к вопросам тестов, социологических анкет. Виды социометрических критериев: их сущность и возможности использования.
16	Контент-анализ	Понятие документа в социологии. Классификация документов. Характеристика основных видов документов и техника их отбора. Методы анализа документов. Методические проблемы формализации документов. Информационная ёмкость и ценность документов. Старение информации. Реставрация фактов.
17	Структурированное наблюдение	Понятие и общая характеристика наблюдения как способа получения первичной социологической информации. Особенности социологического наблюдения. Этапы и процедура наблюдения. Разработка программы наблюдения и её согласование с гипотезами КСИ. Форма регистрации результатов наблюдения.
18	Социологический эксперимент	Общая характеристика эксперимента как метода КСИ. Сущность эксперимента и его особенности. Основные черты экспериментального метода в КСИ. Классификация социологических

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
		экспериментов. Основные требования к организации эксперимента. Главные этапы деятельности социолога в проведении социального эксперимента. Логическая структура эксперимента.
19	Подготовительный этап социологического исследования	Общение с заказчиком. Разработка юридических документов, программы и сметы. Подготовка инструментария и вспомогательных материалов. Рекрутинг исполнителей.
20	Этап сбора данных	Инструктаж исполнителей. Работа с инструкцией. Психология респондента. Контроль работы исполнителей.
21	Этап обработки и анализа данных	Обработка полученных данных в количественной и качественной парадигме. Визуализация результатов исследования. Подготовка отчета по результатам исследования.
22	Специфика качественной парадигмы. Исследовательские стратегии	Понимание как специфический способ познания. Понятие интерпретации. Язык результата социологического исследования. Кейс-стади. Этнографическое исследование. История жизни (биографический метод). Устная история. Обоснованная теория.
23	Неформализованное интервью и его разновидности	Основные виды качественных интервью. Понятие фокусированного интервью. Общая подготовка интервью. Профессиональные качества интервьюеров.
24	Фокус-группа и ее модификации	Метод фокус-группы - качественный метод сбора социологической информации. Место метода фокус-группы в системе методов социологического исследования. Социально-психологические механизмы функционирования фокус-группы. Методические процедуры проведения фокус-группы. Методы «снежного кома», видеозаписи, «одностороннего зеркала» и другие. Решающая роль модератора (организатора дискуссии) в фокус-группе.
25	Неструктурированное наблюдение	Особенности включенного бесструктурного наблюдения. Задачи неструктурированного наблюдения.
26	Традиционный анализ текстов	Семантический, синтаксический, грамматический виды анализа. Дискурс-анализ текста. Способы контроля над достоверностью и надёжностью результатов анализа документов.
27	Проектирование качественного исследования	Проблема поиска действенного компромисса при проектировании исследования. Фазы исследовательского цикла. Постановка ключевого исследовательского вопроса (КИВ).
28	Сочетание количественного и качественного подходов	Соотношение подходов. Параллельное использование количественного и качественного подходов. Последовательное сочетание качественного и количественного подходов.
29	Основы маркетингового исследования	Специфические отличия маркетинговых исследований от академических исследований. Развитие мирового рынка маркетинговых исследований. Динамика российского рынка маркетинговых исследований.
30	Программа маркетингового исследования	Определение проблемы исследования. Определение потребности в проведении исследования. Определение целей и задач исследования. Интерпретация понятий и описание рабочих гипотез.
31	Социологическое сопровождение маркетинга в производст-	Определение предмета и объекта промышленного маркетинга. Особенности маркетинга промышленного предприятия. Специфика комплекса маркетинга. Характеристика промышленных

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	венной сфере и сфере средств производства	рынков. Особенности сегментации. Исследовательская функция маркетинга промышленного предприятия. Особенности спроса на продукцию производственно-технического назначения. Критерии выбора поставщика. Процесс покупки.
32	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере торговли	Основы теории покупок. Выявление потребности и выслушивание покупателя. Маркетинг в оптовой торговле.
33	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере услуг	Услуги как маркетинговый продукт: свойства, характеристики, атрибуты. Классификация услуг в маркетинге. Особенности восприятия сервисных продуктов как потребительской ценности. Признаки сегментирования рынка услуг. Методы исследования.
34	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере СМК	Роль маркетинговых исследований в подготовке и реализации рекламной деятельности. Планирование, организация и контроль рекламных компаний. Потребители. Конкуренты. Позиционирование. Медиаисследования. Анализ корпоративных СМИ.
35	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере образовательных услуг	Функции маркетинга образовательных услуг, виды рынков, сегментация потребителей. Объекты маркетинга вуза. Потребительские риски. Методы оценки качества образовательной услуги. Особенности сегментации. Специфика маркетинговых исследований.
36	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере финансовых услуг	Планирование банковского маркетинга. Система организации маркетинга. Система маркетингового контроля. Маркетинговая среда банка. Внешняя и внутренняя среда банка. Особенности сегментации банковского рынка. Специфика маркетинговых исследований банка и маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и управление маркетингом банка.
37	Социологическое сопровождение маркетинга в сфере гостиничных услуг и туризма, включая региональный маркетинг	Принципы эффективной организации рекламной деятельности гостиничного предприятия. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг. Специфика маркетинговых исследований и их проведение. Выбор целевых рынков. Методы разработки целевого рынка гостиничных услуг. Оценка собственного положения на рынке. Определение целей, постановка задач и их выполнение. Маркетинговый контроль.
38	Социологическое сопровождение маркетинга в медицине, фармацевтическом и санитарно-курортном бизнесе	Внешняя и внутренняя среда медицинского учреждения. Элементы маркетинга в здравоохранении: поставщики, посредники, клиенты, конкуренты. Особенности сегментации рынка медицинских услуг и продукции. Специфика маркетинговых исследований и маркетинговой информации.
39	Социологическое сопровождение маркетинга в агробизнесе	Характеристика рынка сельхозпродуктов. Внешняя и внутренняя среда. Потребители. Конкуренты. Особенности сегментации. Особенности комплекса маркетинга. Специфика маркетинговых исследований в аграрной сфере.
40	Социологическое сопровождение маркетинга персонала	Понятие рынка труда, его виды и механизм функционирования. Рыночные взаимосвязи характеристик населения и предприятий. Содержание, задачи, основные аспекты и концепции маркетинга кадрового обеспечения.

5.2. Практические занятия

1 Методология социологического исследования

Качественный подход (общая характеристика). Предпосылки становления качественного подхода. Теоретические истоки качественного подхода. Фокус исследовательского интереса качественного подхода. Оппозиция индивид-общество. Индивидуальное и типичное. Естественный способ получения данных. Исследовательская ориентация. Понимание как специфический способ познания. Характер получаемой информации. Понятие интерпретации. Уровни репрезентации опыта. Задачи интерпретации. Образы результата исследования. Языки результата качественного исследования. Логическая стратегия получения знания. Проблема истины в качественном исследовании. Объективная истина и истина опыта. Качество качественного исследования. Позиция исследователя. Выбор методологии в конкретных исследовательских ситуациях. Выбор стратегии сочетания методологий.

2 Структура и функции социологического исследования

Функции социологического исследования в количественной парадигме. Функции социологического исследования в качественной парадигме. Роль эмпирической социологии в управленческой деятельности.

3 Виды социологических исследований

Этнографический подход, «Grounded theory» (обоснованная теория), Кейс-стади, «Устная история» («oral history»), «История жизни» («life story») в социологическом исследовании. Выбор вида социологического исследования в конкретных исследовательских ситуациях.

4 Основные методы социологии

Интервью, наблюдение и анализ документов и их качественные формы. Достоинства и недостатки методов. Проблема сочетания методов. Обоснование выбора метода в конкретных исследовательских ситуациях.

5 Программа социологического исследования: проблема, объект, предмет

Определение проблемы, объекта и предмета исследования в конкретных социологических исследованиях.

6 Логический анализ основных понятий в социологическом исследовании и определение задач

Концептуальная модель как множество свойств и состояний объекта и предмета исследования. Теоретическая типологизация состояний и свойств исследуемого явления. Форма изложения концептуального анализа: рассуждение и обоснование. Логический анализ основных понятий в конкретном социологическом исследовании. Выделение цели, задач и гипотез в конкретных социологических исследованиях.

7 Принципиальный (стратегический) план исследования. Методический раздел программы

Структурная и факторная операционализация понятий. Выбор принципиального плана исследования. Его обоснование. Обоснование выбора метода социологического исследования.

8 Выборочный метод

Техника отбора лиц для наблюдения. Причины ошибок смещения. Контроль выборки. Ремонт выборки. Стандартизация описания выборки. Определение объема выборочной совокупности и обеспечение её представительности. Выбор типа выборочной процедуры. Расчет ошибки и объема выборки. Расчет квотной выборки.

9 Измерение социальных характеристик

Выделение фрагмента социальной действительности в качестве показателя «внутренних» свойств объекта, недоступных непосредственному измерению. Проблема обоснования связи между показателями и исследуемыми свойствами объекта. Данные и показатели. Составление шкал для измерения социальных характеристик.

10 Опрос как метод социологии

Анкетирование в КСИ. Разновидности, особенности, достоинства и недостатки. Интервью в КСИ, его специфика. Соотношение анкеты и интервью в КСИ, их сочетание с другими методами сбора первичной информации. Разработка инструментария опроса. Его апробация и корректировка.

11 Изучение бюджетов времени

Методы изучения бюджетов времени. Изучение частных бюджетов времени. Построение бюджетных линеек.

12 Измерение социальных установок

Конструирования наиболее употребляемых шкал для измерения «социальных установок»: метод равнокажущихся интервалов Терстоуна, шкала суммарных оценок (шкала-кафетерий) Лайкерта, шкалограммный анализ Гутмана, шкала социальной дистанции Богардуса. Разработка шкал измерения социальных установок. Их апробация.

13 Тестирование и проективные методики

Методические требования к социологическому тесту: универсальность, интегральность, надёжность, валидность, стандартизованность, «чувствительность» (высокая точность измерения), компактность, объективность. Метод неоконченных предложений. Тест репертуарных решеток Дж.Келли. Семантический дифференциал Ч.Осгуда. Обоснование включения в инструментарий проективных методик и их разработка.

14 Опрос экспертов

«Совокупный индекс» как наиболее простая и удобная форма самооценки «экспертов» (по ранговой шкале с различными позициями-уровнями). Понятия «экспертного» опроса, а также «экспертных оценок». Две основные функции метода экспертной оценки в КСИ. Основные разновидности метода опроса экспертов. Разработка инструментария. Отбор экспертов.

15 Методы социометрии

Параметрическая и непараметрическая процедуры в КСИ ситуации в какой-либо малой группе. Социометрические матрицы, социограммы. Социометрические индексы. Разработка социометрической карточки. Анализ результатов социометрии.

16 Контент-анализ

Контент-анализ документов, его сущность и место в КСИ. Качественно-количественный виды анализа. Единицы анализа и исчисления. Разработка бланка контент-анализа документов. Составление кодификатора конкретного контент-анализа. Проведение контент-аналитического исследования.

17 Структурированное наблюдение

Требования к инструментарию при наблюдении. Программа обработки результатов наблюдения. Особенности применения различных видов наблюдения в зависимости от этапов КСИ. Соотношение метода наблюдения с другими методами КСИ. Составление инструментария конкретного наблюдения.

18 Социологический эксперимент

Понятие и виды переменной в эксперименте. Планирование и основные схемы эксперимента. Контрольные и экспериментальные группы. Способы выравнивания характеристик в экспериментальных и контрольных группах. Средства измерения переменных в эксперименте. Структура ввода по результатам измерения. Соотношение эксперимента с другими методами КСИ. Разработка плана социологического эксперимента.

19 Подготовительный этап социологического исследования

Общение с заказчиком. Разработка юридических документов, программы и сметы. Подготовка инструментария и вспомогательных материалов. Рекрутинг исполнителей.

20 Этап сбора данных

Инструктаж исполнителей. Работа с инструкцией. Психология респондента. Контроль работы исполнителей.

21 Этап обработки и анализа данных

Обработка полученных данных в количественной и качественной парадигме. Визуализация результатов исследования. Подготовка отчета по результатам исследования.

22 Специфика качественной парадигмы. Исследовательские стратегии

Задачи интерпретации. Логическая стратегия получения знания. «Качество» качественного исследования. Позиция исследователя. Кейс-стади. Этнографическое исследование. История жизни (биографический метод). Устная история. Обоснованная теория

23 Неформализованное интервью и его разновидности

Конкретная подготовка интервью. Выбор респондентов. Вопросник интервью. Начало, основная часть и завершение интервью. Обработка материалов интервью и место в ней «обоснованной теории». Устная история. История жизни. Разработка гайда интервью и его апробация.

24 Фокус-группа и ее модификации

Методы анализа данных фокус-группы. Контент-анализ. Метод межгрупповых сравнений. Лингвистический анализ. Дискурс-анализ. Анализ видеоданных. Место «обоснованной теории» в обработке результатов фокус-группы. Составление отчета по результатам проведения фокус-группы. Границы и сферы применения метода фокус-группы. Разработка гайда фокус-группы и его апробация.

25 Неструктурированное наблюдение

Маркеры наблюдения Дж. Спрэдди. Дневник наблюдения и его роль. Интерпретация наблюдаемого. Позиции и роли наблюдателя. Проблемы этики во включенном наблюдении. Этнографическое исследование и место в нем «обоснованной теории» как стратегии получения и интерпретации социологических данных. Проведение автоэтнографического наблюдения.

26 Традиционный анализ текстов

Метод анализа документов среди других методов (видов) получения социологической информации. Сочетание количественного и качественного видов анализа документов. Анализ эссе.

27 Проектирование качественного исследования

Экстенсивный и интенсивный анализ. Единицы анализа. Выбор поля. Проблема доступа. Планирование выборки. Размер выборки. Полевой дневник. Проблема объективности и субъективности в качественном исследовании. Специфические требования к отбору полевых исследователей. Общее и интеллектуальное развитие исследователя. Коммуникабельность. Деловые качества. Мотивация. Сенситивность.

28 Сочетание количественного и качественного подходов

Соотношение подходов. Параллельное использование количественного и качественного подходов. Последовательное сочетание качественного и количественного подходов. Реализация параллельного и последовательного сочетания количественного и качественного подходов. Поиск и обоснование стратегий сочетаний подходов в конкретном социологическом исследовании.

29 Основы маркетингового исследования

Источники маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Система поддержки принятия решения.

30 Программа маркетингового исследования

Выбор конкретных методов сбора и анализа данных. Описание выборки. Ожидаемые результаты. Рабочий план исследования.

31 Социологическое сопровождение маркетинга в производственной сфере и сфере средств производства

Рынок средств производства: структура и тенденции развития. Содержание и специфические особенности маркетинга средств производства. Источники информации о рынке средств производства. Маркетинг торгово-технологического оборудования. Лизинг. Маркетинговое обеспечение лизинговых операций на рынке средств производства. Разработка ин-

струментария маркетингового исследования в производственной сфере и сфере средств производства.

32 Социологическое сопровождение маркетинга в сфере торговли

Конкуренты. Особенности сегментации. Особенности комплекса маркетинга. Сбор, обработка и анализ торговой информации. Потребители. Конкуренты. Позиционирование. Особенности продуктовой, ценовой, распределительной, коммуникативной и кадровой (персональной) политик. Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере торговли.

33 Социологическое сопровождение маркетинга в сфере услуг

Специфика маркетинговых исследований в сфере услуг. Источники информации о рынке. Факторы внешней и внутренней среды. Особенности сегментации. Процесс коммуникации в сфере услуг. Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере услуг.

34 Социологическое сопровождение маркетинга в сфере СМК

Роль маркетинговых исследований в подготовке и реализации рекламной деятельности. Планирование, организация и контроль рекламных компаний. Потребители. Конкуренты. Позиционирование. Медиаисследования. Анализ корпоративных СМИ. Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере СМК.

35 Социологическое сопровождение маркетинга в сфере образовательных услуг

Функции маркетинга образовательных услуг, виды рынков, сегментация потребителей. Объекты маркетинга вуза. Потребительские риски. Методы оценки качества образовательной услуги. Особенности сегментации. Специфика маркетинговых исследований. Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере образовательных услуг.

36 Социологическое сопровождение маркетинга в сфере финансовых услуг

Анализ страхового рынка в России. Социальная ориентация маркетинга в страховом бизнесе. Цели и задачи маркетинга в страховом бизнесе. Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере финансовых услуг.

37 Социологическое сопровождение маркетинга в сфере гостиничных услуг и туризма, включая региональный маркетинг

Рынок международного туризма. Внешняя и внутренняя среда в туристическом бизнесе. Потребители. Конкуренты. Особенности сегментации туристического рынка. Особенности комплекса маркетинга. Специфика маркетинговых исследований. Региональный маркетинг (маркетинговые методы в региональной политике). Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере гостиничных услуг и туризма, включая региональный маркетинг.

38 Социологическое сопровождение маркетинга в медицине, фармацевтическом и санитарно-курортном бизнесе

Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере медицины, фармацевтическом и санитарно-курортном бизнесе.

39 Социологическое сопровождение маркетинга в агробизнесе

Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. Разработка инструментария маркетингового исследования в агробизнесе.

40 Социологическое сопровождение маркетинга персонала

Информационное обеспечение и маркетинговые исследования на рынке труда. Процесс сегментирования на рынке труда и его особенности. Разработка инструментария маркетингового исследования в сфере управления персоналом и рынка труда.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в акад. часах
1	<i>Основы эмпирической социологии</i>	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	15 24,8
2	<i>Количественные методы в социологии</i>	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	0,35 1
3	<i>Основы организации социологического исследования</i>	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	0,15 0,3
4	<i>Качественные методы в социологии</i>	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	15 24,8
5	<i>Социологическое сопровождение маркетинговых исследований</i>	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	14 30
Итого			161,4

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- классическое лекционно-семинарское обучение: информационная лекция, проблемная лекция, лекция-визуализация; развернутая беседа, система семинарских докладов, семинар-дискуссия;
- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- система «малых групп»;
- «рецензирование» выступлений студентами;
- мастер-классы с экспертами (специалистами);
- информационные технологии (компьютерное тестирование, электронные учебные издания, обучающие тренажерные программы, видеоконференции, обсуждения в блоге преподавателя).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости находятся в фонде оценочных средств по дисциплине «Методология и методы социологического исследования».

Вопросы к зачету с оценкой (3 семестр)

1. Основные понятия и проблемы эмпирической социологии
2. Методология и методы социологического исследования
3. Количественный и качественный подходы в социологическом исследовании
4. Понятие социологического исследования. Критерии классификации социологического исследования
5. Виды социологических исследований: Теоретическое и эмпирическое исследования; Разведывательное, описательное, аналитическое и прогностическое исследования
6. Виды социологических исследований: Фундаментальное, прикладное и поисковое исследования; Оперативное исследование; Точечные и повторные исследования
7. Виды социологических исследований: Кабинетное и полевое исследования; Сплошное и выборочное исследования
8. Виды социологических исследований в качественном подходе: Этнографическое исследование, «Grounded theory» (обоснованная теория), Кейс-стади (case-study)

9. Виды социологических исследований в качественном подходе: Кейс-стади (case-study), «Устная история» («oral history»), «История жизни» («life story»)
10. Структура социологического исследования
11. Функции социологического исследования
12. Опрос как метод социологии. Виды опроса
13. Особенности анкетирования. Конструирование анкеты. Формулировка вопросов и их виды
14. Особенности социологического интервью. Формализованное интервью и неформализованное (свободное) интервью
15. Метод опроса экспертов (экспертная оценка)
16. Метод фокус-групп
17. Анализ документов как метод социологии. Традиционный анализ документов и контент-анализ
18. Наблюдение как метод социологии. Виды социологического наблюдения
19. Метод эксперимента в социологии. Особенности социологического эксперимента
20. Программа социологического исследования: понятие, структура и функции
21. Проблема, объект и предмет социологического исследования
22. Логический анализ объекта и предмета исследования. Цели и задачи социологического исследования
23. Формулировка гипотез социологического исследования. Их связь с задачами. Теоретическая интерпретация понятий
24. Структурная операционализация понятий (эмпирическая интерпретация понятий)
25. Факторная операционализация понятий (системный анализ объекта исследования)
26. Стратегический (принципиальный) план исследования
27. Основные понятия выборочного метода в социологии
28. Классификация выборок
29. Случайные выборки
30. Неслучайные выборки
31. Многоступенчатые и многофазовые выборки
32. Ошибки выборки и ремонт выборки в социологическом исследовании. Расчет объема и ошибки выборки
33. Измерение в эмпирической социологии
34. Понятие шкалы. Виды шкал
35. Этапы построения шкалы. Требования к шкалам
36. Понятие надежности шкалы. Способы проверки шкалы на надежность

Вопросы к зачету с оценкой (4 семестр)

1. Опрос как метод социологии
2. Особенности анкетирования
3. Построение анкеты и формулировка вопросов анкеты
4. Формализованное интервью
5. Особенности опросного листа
6. Изучение бюджетов времени
7. Измерение социальных установок
8. Тестирование в социологии
9. Проективные методики в социологии
10. Опрос экспертов

11. Отбор экспертов
12. Виды опроса экспертов
13. Метод социометрии
14. Контент-анализ
15. Структурированное наблюдение
16. Социологический эксперимент
17. Проблемы организации социологического исследования
18. Подготовительный этап социологического исследования
19. Этап сбора данных
20. Этап обработки и анализа данных

Вопросы к зачету с оценкой (5 семестр)

1. Качественная методология социологического исследования
2. Метод эксперимента в социологии
3. Метод неформализованного интервью в социологии
4. Достоинства и недостатки неформализованного интервью. Эффект интервьюера
5. Ведение беседы в глубинном интервью: этапы и основные приемы
6. Методика и техника интервьюирования
7. Начало глубинного интервью. Помощники и ингибиторы общения
8. Основная часть глубинного интервью
9. Завершение глубинного интервью
10. Гайд (вопросник) неформализованного интервью
11. Последовательность и число тем в гайде глубинного интервью
12. Структура и разветвленность гайда глубинного интервью
13. Последовательность вопросов и их язык в глубинном интервью
14. Восьмиоконная модель выборки в глубинном интервью
15. Метод фокус-групп
16. Общие принципы формирования групп в методе фокус-групп
17. Организация и процедура проведения фокус-групп
18. Модератор фокус-группы
19. Постановка целей исследования в фокус-группе
20. Критерии отбора участников фокус-групп и фильтрующий опрос
21. Работа фокус-группы: техники ведения дискуссии
22. Гайд (вопросник, сценарий) фокус-группы и его функции
23. Прямая и обратная последовательности тем (вопросов) в фокус-группе
24. Степень включенности модератора в фокус-группе
25. Стимулы и тесты в фокус-группе
26. Метод неструктурированного наблюдения в социологии.
27. Процесс фиксации наблюдаемого. Маркеры наблюдения.
28. Вхождение в ситуацию наблюдения.
29. Роли наблюдателя. Взаимодействие в поле.
30. Традиционный (качественный) анализ документов в социологии
31. Этнографическое исследование (этнографический подход в социологии)
32. «Grounded theory» (обоснованная теория)
33. Кейс-стади (case-study)
34. «Устная история» («oral history»)

35. «История жизни» («life story»)

36. Биографический метод

Вопросы к экзамену

1. Основы маркетингового исследования
2. Программа маркетингового исследования
3. Социологическое сопровождение маркетинга в производственной сфере и сфере средств производства
4. Социологическое сопровождение маркетинга в сфере торговли
5. Социологическое сопровождение маркетинга в сфере услуг
6. Социологическое сопровождение маркетинга в сфере СМК
7. Социологическое сопровождение маркетинга в сфере образовательных услуг
8. Социологическое сопровождение маркетинга в сфере финансовых услуг
9. Социологическое сопровождение маркетинга в сфере гостиничных услуг и туризма, включая региональный маркетинг
10. Социологическое сопровождение маркетинга в медицине, фармацевтическом и санитарно-курортном бизнесе
11. Социологическое сопровождение маркетинга в агробизнесе
12. Социологическое сопровождение маркетинга персонала

Темы курсовых работ

Темы курсовых работ строятся по схеме: Метод <количественный метод> при изучении <предмет исследования>

<количественный метод>: опрос, анкетирование, формализованное интервью, контент-анализ, структурированное наблюдение, экспертный опрос

<предмет исследования>:

- ...информационных предпочтений молодежи
- ...досуговых предпочтений молодежи
- ...отношения молодежи к малому предпринимательству
- ...отношения населения к жилищной ипотеке
- ...вторичной занятости студентов
- ...гендерных особенностей распределения семейных обязанностей
- ...социального портрета студента
- ...социальных проблем трудоустройства выпускников вузов
- ...отношения населения к иностранным мигрантам
- ...отношения молодежи к военной службе
- ...протестного потенциала населения
- ...оценки населением (или экспертами) качества медицинского обслуживания
- ...здорового образа жизни молодежи
- ...отношения населения к российской правоохранительной системе
- ...отношения преподавателей университета к Болонской системе
- ...оценки (студентами, преподавателями) качества образовательных услуг в университете
- ...медиапредпочтений населения
- ...миграционного потенциала молодежи
- ...сберегательных настроений населения
- ...оценки населением качества услуг культуры в городе
- ...отношения населения к терроризму
- ...Интернета как фактора политической информированности молодежи
- ...образовательных предпочтений выпускников школ
- ...отношения населения к науке и ученым
- ...оценки состояния гражданского общества в регионе

- ...электоральных предпочтений населения
- ...отношения населения приграничного региона к Китаю и китайцам
- ...оценки пользователями библиотечных услуг
- ...социальных проблем молодых преподавателей вуза
- ...внутреннего имиджа университета
- ...профессиональной идентификации студентов-социологов
- ...региональные особенности отношений взаимопомощи: городское и сельское население
- ...культуры поведения студентов
- ...образов профессионального и статусного будущего в сознании молодежи
- ...отношения населения к эмиграции и эмигрантам
- ...политического поведения населения
- ...социальной адаптации населения к политическим и экономическим изменениям
- ...социальных причин распространения гражданского брака
- ...СМК как инструмента формирования ценностных представлений молодежи
- ...структуры материальных и духовных ценностей молодёжи
- ...адаптации студентов первого курса
- ...образования как ценности
- ...потребительского поведения населения
- ...социальных характеристик бедности
- ...девиантного поведения студентов
- ...социального портрета студента
- ...патриотизма в ценностной системе молодёжи
- ...современных особенностей развития брачно-семейных отношений
- ...семьи в представлениях студенческой молодёжи
- ...традиционных и инновационных форм досуга молодёжи
- ...осведомленности населения о благотворительности
- ...семьи как фактора ограничения потребления алкоголя
- ...социальных последствий разводов
- ...уровня жизни и бедности городского и сельского населения
- ...экономических и социальных стратегий российского среднего класса
- ...самосохранительного поведения как фактора здоровья
- ...отношения населения к бюрократии и власти в России
- ...образов желаемого будущего амурчан
- ...социального оптимизма и пессимизма россиян
- ...социально-экономического положения и способов выживания российских домохозяйств в условиях кризиса
- ...социальных страхов населения
- ...стиля жизни и отношения к рекламе молодежи как группы потребителей
- ...жизненных планов амурчан
- ...гражданской идентичности населения

Например: Метод анкетирования при изучении традиционных и инновационных форм досуга молодёжи

Возможность исследовательской деятельности (НИР) предоставляется Центром социологических исследований АмГУ.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература:

Могильчак, Е. Л. Методика социологического исследования. Выборочный метод : учебное пособие для вузов / Е. Л. Могильчак ; под научной редакцией А. В. Меренкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

08487-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453270> (дата обращения: 05.05.2021).

Оганян, К. М. Методология и методы социологического исследования : учебник для вузов / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09590-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470678> (дата обращения: 05.05.2021).

Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс]: сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 39.03.01 – Социология / АмГУ, ФСН; Сост. А.К. Леонов. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2017. – Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/10699.pdf

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469889> (дата обращения: 05.05.2021).

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

№	Наименование	Описание
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года

№	Наименование	Описание
1	Федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту: http://www.ecsocman.edu.ru	Учебные и учебно-методические материалы, тексты (книги, статьи: аннотации, рецензии, полные тексты) по общей и отраслевой социологии, в том числе по социологии науки.
2	Электронно-библиотечная система IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/	Научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования.
3	Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ: https://urait.ru/	Виртуальный читальный зал литературы по многим отраслям знаний. Фонд электронной библиотеки составляет более 5000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
4	http://wciom.ru ; http://www.fom.ru ; http://www.levada.ru ; http://romir.ru ; http://www.gfk.ru ; http://www.cipkr.ru ; http://www.cessi.ru ; http://www.zircon.ru	Сайты исследовательских компаний

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	http://sophist.hse.ru	Единый архив экономических и социологических данных ГУ-ВШЭ: доступ к результатам более 600 исследований (доступны линейные и перекрестные распределения на отдельные вопросы).
2	http://www.gks.ru	Федеральная служба государственной статистики: статистическая информация, в т.ч.: итоги всероссийской переписи населения, картографический материал и т.п.
3	http://www.isras.ru/Data/bank.html	Институт социологии РАН. Банк социологических данных. Архив содержит результаты более чем 700 социологических исследований, проведенных и Институтом социологии РАН и другими социологическими Центрами страны.
4	http://bd.fom.ru/	Фонд «Общественное мнение» . Официальный сайт. База данных социологических исследований. Архив с 1994 г.
5	https://wciom.ru/databases/	Всероссийский центр изучения общественного мнения. Официальный сайт. База социологических данных ВЦИОМ. (включает результаты социологических исследований, рейтинги государственных и общественных институтов, доклады конференций, научного совета, открытые проекты и актуальные темы)
6	http://amurstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/amurstat/ru/statistics/	Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Амурской области.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Используются: Мультимедиапроектор, набор слайдов и кинофильмов, ноутбук.

Занятия проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.