

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Качественные методы в социологии и маркетинге»

Направление подготовки: 39.03.01 «Социология»

Направленность (профиль): «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: является ознакомление студентов с качественными методами сбора и анализа информации в социологических исследованиях. Знание данной группы методов позволит студентам в дальнейшем ориентироваться в выборе методологии и методики в ходе проведения самостоятельного социологического исследования.

Объем дисциплины: 3 з.е. (108 часов).

Семестр: 8

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Раздел 1. Качественные исследования в социологии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения.	Понятие качественного исследования. Особенности качественного исследования в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения. Спор между сторонниками качественной и количественной социологии. Фокус интереса качественных исследований. Способы познания индивидуального. Сферы применения качественных методов: девиантология, социология личности, социальные изменения. Сравнение количественных и качественных методов.
2	Раздел 2. Типы и методы качественного исследования в рамках разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, и проведения социологического и маркетингового исследования.	Стратегия case-study в рамках разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, и проведения социологического и маркетингового исследования. Этнографическое исследование. Обоснованная теория. Устная история. История жизни. Понятие биографического метода. Особенности биографического метода. Сфера применения. Схема анализа истории жизни
3	Раздел 3. Первичное описание текстовых данных, методы описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разработки аналитической отчетности социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности.	Общие принципы аналитического описания. Методы описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разработки аналитической отчетности социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности. Транскрипт и выбор единицы анализа текста. Понятие «плотного» описания. Первичное кодирование. Основные требования к этапу описания
4	Раздел 4. Анализ и интерпретация данных качественного исследования в рамках подготовки проектного предложения для проведения социологического исследования.	Восходящая стратегия данных. Техники проверки надежности данных в рамках подготовки проектного предложения для проведения социологического исследования. Обработка и анализ текста неструктурированного интервью. Проверка надежности данных. Отчет по результатам качественного исследования.

Форма промежуточной аттестации: экзамен