

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан социологического факультета,
профессор
_____ Н.Г.ОСИПОВА
« _____ » _____ 2019г.

**Рабочая программа дисциплины
«Современные технологии социологических исследований»**

«Contemporary technologies of sociological research»

Направление подготовки (специальность)
41.03.06 - Публичная политика и социальные науки

Направленность (профиль) ОПОП:
Экспертная деятельность в управлении социально-политическими проектами

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
На заседании Ученого Совета факультета
(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва - 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.06 - Публичная политика и социальные науки (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 1174 от 20 октября 2015 г.

Год (годы) приема на обучение: 2019_____

1. **Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:** относится к блоку профессионального цикла дисциплин, вариативной части и изучается студентами в 5-ом семестре.
2. **Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия:** освоение дисциплин «Социология», «Политология», «Современная социология».
3. **Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников**

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
владение базовыми и специальными знаниями и навыками теоретического и прикладного характера в сфере социальных наук (ОПК-1)	<p>ЗНАТЬ: - Код 31 (ОПК-1) основные классические и современные социологические теории, новейшие тенденции и направления современной социологии.</p> <p>УМЕТЬ: - Код У1 (ОПК-1) применять теории и концепции социальных наук для решения прикладных профессиональных задач.</p>
способность к выдвижению самостоятельных гипотез, инновационных идей (ОПК-4)	<p>ЗНАТЬ: - Код 31 (ОПК-4) основные теории и концепции в области социальных наук.</p> <p>ЗНАТЬ: - Код 32 (ОПК-4) виды гипотез и их характеристики.</p> <p>УМЕТЬ: - Код У1 (ОПК-4) формулировать гипотезы на основе критического анализа и синтеза информации.</p>
способность к отбору и анализу источников для подготовки документации для разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов (ПК-5)	<p>ЗНАТЬ: - Код 31 (ПК-5) принципы разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов.</p> <p>ЗНАТЬ: - Код 32 (ПК-5) требования к перечню документации, необходимой для разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов.</p>

	<p>УМЕТЬ: - Код У1 (ПК-5) осуществлять подготовку необходимой документации для разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов.</p> <p>УМЕТЬ: - Код У2 (ПК-5) проводить анализ проектной документации научно-исследовательских и управленческих программ и проектов в соответствии с законодательством РФ и действующими стандартами, нормативно-правовыми актами, организационной политикой компании.</p>
<p>обладание навыками подготовки и редактирования публикаций, обзоров и аннотаций по профилю подготовки (ПК-12)</p>	<p>ЗНАТЬ: - Код З1 (ПК-12) требования к оформлению разного рода публикаций, обзоров и аннотаций.</p> <p>УМЕТЬ: - Код У1 (ПК-12) находить и использовать актуальную информацию по исследуемой проблематике.</p> <p>УМЕТЬ: - Код У2 (ПК-12) соблюдать правила цитирования авторских работ аргументированно излагать свои мысли.</p> <p>УМЕТЬ: - Код У3 (ПК-12) аргументированно и логично излагать свои мысли.</p>
<p>умение составлять реферативные и библиографические материалы по тематике проводимых исследований в социальной и политической сферах (ПК-13)</p>	<p>ЗНАТЬ: - Код З1 (ПК-13) - ключевые требования к составлению реферативных и библиографических материалов по тематике проводимых исследований в политической сфере.</p> <p>ЗНАТЬ: - Код З2 (ПК-13) - основные источники достоверной социально-политической информации, в том числе данные статистики и эмпирических исследований.</p>

	<p>УМЕТЬ:</p> <p>- Код У1 (ПК-13) - осуществлять отбор необходимой социально-политической информации по конкретной проблеме в политической сфере.</p>
<p>способность к составлению научно-аналитических отчетов, пояснительных записок для обеспечения проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности (ПК-14)</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <p>- Код 31 (ПК-14) - основные требования к составлению научно-аналитических отчетов, пояснительных записок в рамках реализации проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности.</p> <p>- Код 32 (ПК-14) - методы и методики интерпретации качественных и количественных данных.</p> <p>УМЕТЬ:</p> <p>- Код У1 (ПК-14) - составлять отчеты, пояснительные записки для обеспечения проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности.</p> <p>УМЕТЬ:</p> <p>- Код У2 (ПК-14) - корректно интерпретировать статистическую информацию в рамках написания научно-аналитических отчетов, пояснительных записок и прочих видов отчетных документов.</p>

4. Формат обучения: очная.

5. Объем дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., в том числе 54 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, (18 часов лекций, 36 часов практических занятий); 54 часа составляет самостоятельная работа обучающегося.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических

Наименование разделов и тем дисциплины,	Всего (часы)	Занятия лекционного и семинарского типа	Самостоятельная работа

1	2	3	4	5
1	Онлайн технологии как метод сбора качественной информации в сети. Причины распространения. Знакомство с методами. Преимущества и недостатки онлайн исследований.	12	6	6
2	Фокус группы в онлайн и в офф-лайн. Синхронные и асинхронные фокус группы. Их отличия от традиционных оффлайн фокус групп. Онлайн фокус-группы в формате чата. Онлайн фокус группы в формате форума. Онлайн дневники и блоги.	12	6	6
3	Интервью в он-лайне. Наблюдение в он-лайне. Этнографическое наблюдение в интернете.	12	6	6
4	Работа с сообществами в социальных сетях. Современные методы анализа информации в Интернете, в социальных медиа. Тематический анализ дискуссий в социальных медиа. Анализ потребительского дискурса по поводу продуктов и брендов	12	6	6
5	Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека). Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные)	12	6	6

6	Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн	12	6	6
7	Социально-политические опросы с использованием онлайн панелей	12	6	6
8	Организация онлайн сообществ / собственных панелей. Качество онлайн панелей. Виды онлайн панелей. Репрезентативность онлайн панели	12	6	6
9	Представление и написание отчета по результатам проведенных исследований с использованием он-лайн технологий. Презентация проекта	12	6	6
18	ИТОГО:	108	54	54

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Онлайн технологии как метод сбора качественной информации в сети. Причины распространения. Знакомство с методами.

Быстрое развитие онлайн коммуникаций привело к технологическим инновациям в исследовательской практике. Все чаще и чаще требуется проведение исследований во многих городах, в сжатые сроки с выявлением различий в предпочтениях между представителями разных регионов (а иногда и стран), для того, чтобы учитывая различия создать продукт, который мог бы удовлетворить потребности широкой аудитории.

На помощь исследователю приходят онлайн технологии. В ситуации, когда нам нужно исследовать мнения различных представителей целевых аудиторий, разбросанных географически, целесообразным будет проведение качественного исследования с помощью онлайн технологий.

Количественные и качественные исследования в сети Интернет. Преимущества и недостатки онлайн исследований. Исследования с использованием смешанных методов сбора данных.

Основные методы, с которые мы используем в веб пространстве: **интервью, фокус группы, наблюдение, в том числе этнография, анализ социальных медиа.**

Тема 2 Стандартные фокус группы в офф-лайне. Синхронные и асинхронные фокус чаты. Их отличия от традиционных офф-лайн фокус групп.

Стандартная фокус группа – это непосредственное целенаправленное сфокусированное на каком-либо вопросе социально-психологическое взаимодействие модератора (ведущего дискуссии) с группой лиц отобранных по специальным критериям.

Среди фокус групп в режиме онлайн различают стандартные/нестандартные фокус группы.

Стандартные фокус группы состоят, как правило, из 8 человек, их продолжительность ограничена, как правило, 2 часами. Для того, чтобы не было срывов в проведении, приглашают запасных респондентов (от 3 до 4 человек). Стандартную фокус группу проводит 1 модератор. Онлайн фокус группа – это непосредственное (на текущий момент) или опосредованное (с отсрочкой ответа) социально-психологическое взаимодействие с группой людей по интернету, и с ведущим (модератором) с целью выяснения спектра мнений по какому-либо вопросу.

Фокус группы в Интернете классифицируются по нескольким основаниям. Синхронные чаты: стиль их проведения. Количество участников. Асинхронные онлайн фокус чаты. Принципы участия в асинхронном онлайн чате.

Сравнение качественных исследований офф-лайн и он-лайн. В традиционных оффлайн фокус группах существует глубокий эмоциональный контакт модератора и респондентов. Оффлайн фокус группа – это всегда непосредственное общение исследователя и респондентов. Участники фокус групп могут физически трогать продукты, предлагаемые для оценивания и обсуждать непосредственные ощущения с участниками. Фокус группы проводятся в специальной комнате, огражденной от клиентов специальным зеркалом Гезелла. За зеркалом могут находиться заказчики, которые считают непосредственную реакцию респондентов. Клиент, находясь за зеркалом, может получить много инсайтов и о своих потребителях и о продукте. Участники в реальной фокус группе благодаря потоку ассоциаций, которая идет от участника к участнику, могут дать намного больше, нежели в любом другом обсуждении. В фокус группах наблюдается так называемый «синергетический эффект», когда целое больше части. и это отличает фокус группу и от индивидуальных интервью, и от онлайн фокус групп. В онлайн фокус группах из-за меньшего влияния модератора на аудиторию достигается меньший эффект.

В онлайн фокус группы/чаты проще привлечь представителей из разных географических поясов, а также представителей труднодоступных категорий населения. Респонденты могут участвовать в он-лайн исследовании в удобное для них время, что уменьшает уровень отказов. Благодаря современным компьютерным технологиям в ходе проведения онлайн качественного опроса (он-лайн фокус-группы) облегчается контроль групповой динамики. Поскольку в Интернете респонденты могут скрывать свои истинные номера, то в результате это повышает процент искренности. Анонимность дает возможность получить более честные и доверительные ответы. Одним из главных преимуществ он-лайн фокус-групп является возможность тестировать интернет сайты, интернет-магазины, оценивать дизайн упаковок и т.п. Проведение качественных исследований в режиме он-лайн экономит время как участников, так и заказчиков: не нужно тратить время на проезд в офис.

Тема 3. Интервью в онлайн. Наблюдение в онлайн. Этнографическое наблюдение в интернете.

Типы интервью в онлайн. Веб интервью в форме чата. Веб интервью по скайпу. Преимущества и недостатки интервью в веб пространстве. Индивидуальные онлайн-интервью. Экспертные онлайн интервью. Диады. триады.

Метод наблюдения. Наблюдения в режиме реального времени: usability. Пример: Применение usability для анализа сайта.

Наблюдения за сообществами. Метод наблюдения активности. Онлайн-дневники и блоги (потребительская этнография). Дневники и блоги как часть форума.

Нетнография (этнография в сети) Мнение потребителей-экспертов в сети

Тема 4. Современные методы анализа информации в Интернете, в социальных медиа. Работа с сообществами в социальных сетях.

В интернете ежедневно пишется миллион комментариев по поводу различных брендов. Анализ переговоров и всех документов, выставленных пользователями интернета – это большая работа по сбору материала по интересующему вопросу.

Онлайн-комьюнити (онлайн сообщества) - по своей структуре очень похожи на интернет-форум, но отличие в том, что в этих сообществах участники проявляют свою активность: выполняют задания, разработанные специально для исследования, отвечают на вопросы, высказываются на предмет той или иной проблемы, общаются между собой, комментируют ответы других участников, соглашаются, поддерживают, спорят и доказывают свою точку зрения.

Возможности метода online (комьюнити, чаты):

- длительность исследования может быть от 2 до 60 дней;
- в проекте могут принимать участие от 6 до 40 и более человек;
- удаленный доступ для участников исследования, модератора и заказчика;
- отсутствие географических ограничений;
- возможность высказаться есть у каждого участника;
- возможность просмотра материалов видео-, аудиоизображений и т.д.;
- возможность выполнять задания на личные и деликатные темы в формате дневника

Тема 5. Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека). Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные).

Повышение уровня собираемости данных (количество заполненных и полученных анкет увеличивается). Использование элементов мультимедиа и гипертекста. Возможность последующей коммуникации с респондентами. Возможности автоматического сбора дополнительной информации о респондентах Автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка анкет.

Возможность исследования по индивидуально острым и деликатным проблемам. Обеспечение субъективной анонимности повышает уровень личностной защищенности. Ситуация, время и настроение для «выдачи ответов» выбирается самим респондентом. Удобство и простота (техническое и психологическое) подачи ответов. Снижение (устранение) психологического дискомфорта ввиду отсутствия интервьюера. Эмоциональный заряд и познавательный интерес в ходе заполнения анкеты. Снижение степени влияния интервьюера на респондента. Стимулирование респондента к регулярному участию в веб-опросах. Очень низкий уровень интернет-плотности в России. Неравномерность интернетизации России (столицы, крупные города). Не разработанность техники и методики проведения сетевых социологических опросов в России.

Тема 6. Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн.

Изучение и применение специальных программ для составления анкет и проведения онлайн опросов. Сервисы для онлайн опросов. Возможности и ограничения представленных программ.

Тема 7. Социально-политические опросы с использованием онлайн панелей.

Назначение социально-политических опросов. Виды и специфика проведения. Определение социальных проблем населения. Измерение социального самочувствия населения. Предвыборные опросы. Тестирование концепций избирательных компаний. Оценка имиджа кандидата. Оценка удовлетворенности работой кандидата до и после избрания. Определение рейтингов кандидатов и политиков. Коммуникация/агитация

Исследовательский цикл: перевод и программирование анкеты, обработка и очистка данных, кодирование открытых вопросов, предоставление данных заказчику в любых распространенных форматах, в том числе посредством клиентских порталов с удобным интерфейсом для просмотра и анализа.

Тема 8. Организация онлайн сообществ / собственных панелей. Качество онлайн панелей. Виды онлайн панелей. Репрезентативность онлайн панели.

Онлайн сообщества. Виды онлайн сообществ. Кто и почему в них участвует. Онлайн сообщества позволяют: проводить мозговые штурмы, организовывать обсуждения на форумах, помещать объявления для потребителей, проводить фокус-группы в формате чата, проводить опросы потребителей.

Назначение: оценка продукта, услуги или рекламной концепции, генерация идей, построение выборок по сегментам рынка или по типам потребляемых товаров и услуг, оценка действий конкурентов, оценка удовлетворенности и поддержание связей с сотрудниками, доступ к мнениям реальных пользователей. Получаемые результаты.

Тема 9. Представление и написание отчета по результатам проведенных исследований с использованием онлайн технологий. Презентация проекта.

Общая логика построения отчета. Типы отчетов. Структура отчета. Логика построения аргументаций в отчете. Современные подходы в работе с исследовательскими текстами. Вербальное, табличное, графическое представление данных в отчете о социологическом исследовании.

Обоснование актуальности содержания исследованной проблемы. Цель исследования как наиболее общий его результат. Общие выводы по результатам исследования. Структура приложения к отчету.

Цель рекомендаций для заказчика исследования – предоставить конкретные и поддающиеся измерению результаты работы по решению проблемы. Задачи рекомендаций – обосновать действия, направленные на достижение цели. Вариативность рекомендаций. Виды рекомендаций. Теоретические и практические рекомендации. Требования к разработке рекомендаций: соответствие проблеме и результатам исследования; конкретность; выполнимость; материальная и организационная обеспеченность; реалистичность. Способы публичного представления результатов исследования.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Тема 1. Онлайн технологии как метод сбора качественной информации в сети. Причины распространения. Знакомство с методами.

Контрольные вопросы:

1. Количественные и качественные исследования в сети Интернет.
2. Преимущества и недостатки онлайн исследований
3. Примеры исследований в сети Интернет

Тема 2 Стандартные фокус группы в офф-лайне. Синхронные и асинхронные фокус чаты. Их отличия от традиционных оффлайн фокус групп.

Контрольные вопросы:

1. Отличие фокус группы от чата.
2. В чем отличие асинхронных групп от синхронных.
3. Стоимость асинхронных и синхронных фокус групп.
4. Количество участников в асинхронных и синхронных фокус группах.
5. Отличие фокус групп в Интернете от традиционных фокус групп
6. Сравнение роли модератора в оффлайн и онлайн фокус группе.

Задание для самостоятельной работы:

Проведите дискуссию на предмет преимуществ и недостатков оффлайн и онлайн фокус групп.

Тема 3. Интервью в онлайн. Наблюдение в онлайн. Этнографическое наблюдение в интернете.

Контрольные вопросы:

1. Типы включенности. Перечислить.
2. Примеры этнографических наблюдений в онлайн.
3. Преимущества и недостатки проведения интервью через веб.
4. Особенности проведения интервью по скайпу.

Задание для самостоятельной работы:

Проведите интервью в он-лайне по скайпу.

Тема 4. Работа с сообществами в социальных сетях. Современные методы анализа информации в Интернете, в социальных медиа.

Тематический анализ дискуссий в социальных медиа. Анализ потребительского дискурса по поводу продуктов и брендов.

Контрольные вопросы:

1. Основные этапы организации и проведения исследования сообществ.
2. Примеры исследований сообществ в интернете.

Тема 5. Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека). Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные).

Контрольные вопросы:

1. В чем заключаются преимущества веб-опросов?
2. Какие существуют недостатки веб-опросов?
3. Основные проблем онлайн исследований.

Тема 6. Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн.

Контрольные вопросы и задания:

1. Сравнить различные программы для составления анкет.
2. Возможности и ограничения различных программ.
3. Примеры эффективности из личного опыта.

Задание для самостоятельной работы:

1. Составить анкету в специальных программах.
2. Провести опрос онлайн
3. С помощью программы обработать первичную информацию.

Тема 7. Социально-политические опросы с использованием онлайн панелей.

Контрольные вопросы:

1. Назначение социально-политических опросов.
2. Виды и специфика проведения социально-политических опросов.
3. Исследовательский цикл: этапы.

Тема 8. Организация онлайн сообществ / собственных панелей. Качество онлайн панелей. Виды онлайн панелей. Репрезентативность онлайн панели.

Контрольные вопросы:

1. Назовите виды онлайн сообществ.
2. Кто и почему в них участвует.
3. Качество онлайн панелей.
4. Репрезентативность онлайн панели.

Тема 9. Представление и написание отчета по результатам проведенных исследований с использованием онлайн технологий. Презентация проекта.

Контрольные вопросы:

1. Подготовьте онлайн анкету для проведения количественного исследования.

2. Проведите учебное исследование. Обобщите результаты. Представьте отчет.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Тематика дискуссий

Дискуссии в курсе «**Качественные и количественные методы в онлайн пространстве**» могут организовываться в трех случаях. *Во-первых*, выступать завершением отдельных разделов учебного курса, *во-вторых*, являться следствием возникших на практических занятиях дискуссионных проблем, которые могут быть вынесены в качестве тем дискуссий для специального углубленного осмысления и анализа. *И, в-третьих*, если учебная группа обучающихся магистрантов составляет не менее 8-10 человек.

Целесообразными *темами дискуссий* могут быть:

1. Методические аспекты применения качественных методов в онлайн пространстве
2. Этика поведения исследователя
3. Обеспечение чистоты рекрута на качественное исследование
4. Преимущества онлайн фокус групп
5. Борьба с активными респондентами и фальсификаторами.

Тематика эссе и аналитических записок, отчетов по проведенным исследованиям.

Тематика эссе и кратких отчетов относится к оперативным формам фонда оценочных средств и поэтому может быть объединена в одну группу.

Написание отчетов:

1. Отчеты могут писаться по результатам практической части (проведение учебных фокус групп онлайн) и содержать в себе анализ результатов исследования.
2. Отчеты могут писаться по результатам практической части (проведение учебных опросов онлайн) и содержать в себе анализ результатов исследования.

Написание методологических эссе

3. В каких случаях применение онлайн фокус групп оправданно.
4. Сравнительный анализ эффективности онлайн и оффлайн фокус групп.
5. Этика поведения исследователя в онлайн пространстве.
6. Какие факторы влияют на развитие онлайн технологий.
7. Онлайн исследования: новые возможности получения социологических данных
8. Качество онлайн панелей
9. Разработка инструментария для качественного исследования в интернете и его влияние на качество данных.
10. Основные ошибки онлайн опросов как угроза валидности и надежности данных.
11. Ключевые игроки в онлайн исследованиях в России и их панели.
12. Развитие инфраструктуры мирового Интернета: методики и практика изучения.
13. Рейтинги стран по количественным показателям использования Интернета: обзор ситуации и место в них России.

14. Формирование и развитие интернет-панелей как инструмента маркетинговых исследований в России.
15. Исследования пользователей Интернета с точки зрения социальной психологии: специфика методов и процедуры исследований.

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Предпосылки развития онлайн исследований?
2. Как повысить достоверность данных, полученных с помощью фокус групп в интернете?
3. Различия асинхронных фокус групп и синхронных.
4. Какими способами можно определить недобросовестных респондентов в качественных исследованиях онлайн?
5. Какие методы контроля существуют в онлайн чатах?
6. Из чего складывается оплата респондентам, участвующих в онлайн фокус группах?
7. Можно ли назвать онлайн исследования репрезентативными?
8. Как связана применимость онлайн методов с категориями товара и его целевой аудиторией?
9. Основные методы качественных исследований в Интернете.
10. Наблюдение интернет сообществ: цели, методики.
11. Основные принципы разработки гайда для асинхронной фокус группы.
12. Социально-психологические типы респондентов в качественном исследовании онлайн.
13. Основные платформы для проведения качественных онлайн исследований. Описание преимуществ и недостатки.
14. Этические проблемы проведения качественного исследования в онлайн.
15. Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека).
16. Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные).
17. Методика СAPI (назначение, методология, достоинства и недостатки).
18. Методика САТI (назначение, методология, достоинства и недостатки).
19. Методика CSAQ (назначение, методология, достоинства и недостатки).
20. Основные проблемы онлайн исследований.
21. Маркетинговые опросы с использованием онлайн панелей.
22. Социально-политические опросы с использованием онлайн панелей.
23. Всплывающие опросы» на веб-сайте компании.
24. Панели: кто и почему у них участвует.
25. Качество онлайн панелей.
26. Виды онлайн панелей.
27. Организация онлайн сообществ / собственных панелей.
28. Репрезентативность онлайн панелей.
29. Приведите основные направления онлайн-опросов международных исследовательских агентств.

30. Перечислите и дайте краткую характеристику ведущих международных агентств, изучающих состав интернет-аудитории и осуществляющих исследования с использованием Интернета.
31. Как достигается репрезентативность исследовательской методики применительно к интернет-опросам?
32. Приведите основные тренды динамики роста интернет-аудитории в мире с учетом глобальных регионов.
33. Приведите основные данные о потенциале расширения интернет-аудитории в России.
34. Обозначьте специфику социально-демографического состава и социально-профессиональной структуры интернет-аудитории.
35. Обозначьте методы изучения информационных запросов интернет-аудитории.
36. Обозначьте общие тенденции развития интернет-технологий в России.
37. Приведите факторы, влияющие на развитие Интернета и рост интернет-аудитории.
38. Приведите основные данные о прогнозах развития Интернета в России и ее месте в глобальных рейтингах.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					
Оценка	2	3	4	5	Виды оценочных средств
Результаты обучения					
Знания: - Код 31 (ОПК-1) основные классические и современные социологические теории, новейшие тенденции и направления современной социологии.	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
Умения: - Код У1 (ОПК-1) применять теории и концепции социальных наук для решения прикладных	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)

профессиональных задач.					
Знания: - Код 31 (ОПК-4) основные теории и концепции в области социальных наук.	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
Знания: - Код 32 (ОПК-4) виды гипотез и их характеристики.	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
Умения: - Код У1 (ОПК-4) формулировать гипотезы на основе критического анализа и синтеза информации	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)
Знания: - Код 31 (ПК-5) принципы разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов.	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы

<p>Знания: - Код 32 (ПК-5) требования к перечню документации, необходимой для разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов.</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
<p>Умения: - Код У1 (ПК-5) осуществлять подготовку необходимой документации для разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов.</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)
<p>Умения: - Код У2 (ПК-5) проводить анализ проектной документации научно-исследовательских и управленческих программ и проектов в соответствии с законодательством РФ и действующими стандартами, нормативно-правовыми актами,</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)

организационной политикой компании.					
Знания: - Код З1 (ПК-12) требования к оформлению разного рода публикаций, обзоров и аннотаций.	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
Умения: - Код У1 (ПК-12) находить и использовать актуальную информацию по исследуемой проблематике.	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)
Умения: - Код У2 (ПК-12) соблюдать правила цитирования авторских работ аргументированно излагать свои мысли.	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)
Умения: - Код У3 (ПК-12) аргументированно и логично излагать свои мысли.	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)

<p>Знание: - Код 31 (ПК-13) - ключевые требования к составлению реферативных и библиографических материалов по тематике проводимых исследований в политической сфере.</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
<p>Знание: Код 32 (ПК-13) - основных источников достоверной социально-политической информации, в том числе данных статистики и эмпирических исследований</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
<p>Умение: - Код У1 (ПК-13) - осуществлять отбор необходимой социально-политической информации по конкретной проблеме в политической сфере</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) умений	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)
<p>Знания: - Код 31 (ПК-14) - основные требования к составлению научно-аналитических отчетов, пояснительных записок в рамках реализации проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности.</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы

Знания: - Код 32 (ПК-14) - методы и методики интерпретации качественных и количественных данных.	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-9) контрольные вопросы
Умения: - Код У1 (ПК-14) - составлять отчеты, пояснительные записки для обеспечения проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности.	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) умений	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)
Умения: - Код У2 (ПК-14) - корректно интерпретировать статистическую информацию в рамках написания научно-аналитических отчетов, пояснительных записок и прочих видов отчетных документов.	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) умений	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-9), подготовка проектов (тема 2-9)

8. Ресурсное обеспечение

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Авджян Е.Г. Асинхронная онлайн фокус группа: технологии и процедуры проведения. // http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2005_1/2005-1_Avdjan.pdf
2. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000.
3. Докторов Б. Онлайн-опросы: Обыденность наступившего столетия // Телескоп. 2000. № 4.

4. Лебедев П.И. Онлайн-дискуссии: познавательные возможности, проблемы организации и проведения. // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. Круглый стол 21. Интернет-технологии в социологии – М.: ИС РАН, 2008.
5. Лебедев П.А., Полякова В.В. Форумная онлайн дискуссия: проблемы организации и проведения // Онлайн исследования в России 2.0. - М.: РИЦ Северо-Восток, 2010.
6. Лонго Джим Онлайн фокус-группы в формате форума: эффективность, проверенная международной практикой. http://www.omirussia.ru/articles/use_the_right_tool_in_your_toolbox_jim_longo_ru.pdf
7. Онлайн исследования в России 2.0 /Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г., М.: РИЦ «Северо_Восток», 2010.
8. Семина М.В. Сравнительный анализ эффективности онлайн и офлайн опросных технологий // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф- та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 59–76.
9. Стребков Д.О. Социологические опросы в Интернет: возможности и ограничения //Материал конференции «Социология и Интернет: перспективные направления исследования» – 2005. - [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16216573.html>.
10. Сушко А.И. Диссертация «Социально-коммуникативная среда Интернета в научно-образовательном процессе России: социологический анализ». Научная библиотека диссертаций и авторефератов, 2009.
11. Филиппова Т. Эмпирическая социология в информационном обществе. Web-опросы в России — «за» и «против» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/soc.doc>.
12. Черенков А. Интернет и маркетинговые исследования \ Маркетинг и маркетинговые исследования в России, 2000, № 2.
13. Чугунов А.В. Российская интернет-аудитория в зеркале социологии. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2006.
14. Чугунов А.В. Социология Интернета: методика и практика исследования интернет-аудитории. Учебное пособие. Санкт-Петербург, 2007, 130 с.
15. Шашкин А. Фокус-группы онлайн. Новые технологии маркетинговых исследований.//http://www.omirussia.ru/articles/article_online_focus_groups.pdf
16. Шашкин А.В. Фокус группы онлайн: новые технологии маркетинговых исследований // МаркетингPRO, №1, 2006.

б) Перечень информационных технологий

Интернет-ресурсы:

<http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm> - Социологические исследования (Социс).
<http://www.smolsoc.ru/> - Социология: методическая помощь студентам и аспирантам
<http://www.fom.ru> - Сайт Фонда «Общественное мнение»
<http://www.masmi.ru> - Сайт агентства МАСМИ
<http://www.romir.ru> - Сайт компании ROMIR
<http://www.tns-global.ru> - Сайт компании TNS Gallup Media
<http://www.comcon-2.com> - Сайт компании КОМКОН–2
<http://www.gfk.ru> - Сайт компании ГфК Русь
<http://www.gortis.info> - Сайт компании «ГОРТИС» — маркетинговые исследования, консалтинг»

<http://www.etforecasts.com> - eTForecasts

<http://www.pewinternet.org> - Pew Internet & American Life Project

8.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания – русский.

10. Авторы программы:

д.соц.н., профессор кафедры методологии социологических исследований Аверин Ю.П.

к.соц.н., доцент кафедры методологии социологических исследований Сушко В.А.

11. Преподаватели:

к.соц.н., доцент кафедры методологии социологических исследований Сушко В.А.

к.ф.н., доцент кафедры методологии социологических исследований Масалков И.К.

к.соц.н., доцент кафедры методологии социологических исследований Васенина И.В.