(Ф03.02 – 91)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет

Навчально-науковий Гуманітарний інститут

Кафедра соціології та політології

ЗАТВЕРДЖУЮ

в.о. проректора з науково-педагогічної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т. Іванова

" " 2015 р.



# Система менеджменту якості

# **НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**

**навчальної дисципліни**

**"Основи якісних досліджень"**

### Галузь знань: 0301 "Соціально-політичні науки"

### Напрям підготовки: 6.030101 "Соціологія"

Курс – 3 Семестр – 5

Аудиторні заняття – 85 Диференційований залік – 5 семестр

Самостійна робота – 59

Усього (годин/кредитів ECTS) – 144/4

Індекс Н8-6.030101/13-4.5

**СМЯ НАУ НП 12.01.08-01-2015**

Навчальна програма дисципліни "Основи якісних досліджень" розроблено на основі освітньо-професійної програми та навчального плану № НБ-8-6.030101/13 підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня "Бакалавр" за напрямом 6.030101 "Соціологія", та відповідних нормативних документів.

Навчальну програму розробила:

доцент кафедри соціології та політології\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ К. Настояща

Навчальна програма обговорена та схвалена на засіданні випускової кафедри напряму 6.030101 "Соціологія" (спеціальність 7/8.03010101 "Соціологія" (за видами діяльності)) – кафедри соціології та політології, протокол № від 2015 р.

##### Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. Хомерікі

Навчальна програма обговорена та схвалена на засіданні науково-методично-редакційної ради Навчально-наукового Гуманітарного інституту, протокол №\_\_\_\_\_ від "\_\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2015 р.

## Голова НМРР \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С. Ягодзінський

УЗГОДЖЕНО

Директор НН ГМІ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А. Гудманян

"\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 р.

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Контрольний примірник**

**ЗМІСТ**

стор.

|  |  |
| --- | --- |
| **1. Пояснювальна записка** ................................................................................  1.1. Місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця  1.2. Мета викладання навчальної дисципліни .....................................................  1.3. Завдання вивчення навчальної дисципліни ..................................................  1.4. Інтегровані вимоги до знань та вмінь з навчальної дисципліни .................  1.5. Інтегровані вимоги до знань та вмінь з навчальних модулів ......................  1.6. Міждисциплінарні зв’язки навчальної дисципліни .....................................  **2. Зміст навчальної дисципліни** ......................................................................  2.1. Модуль №1 „Якісні методи в соціології»…………………………………..  2.2. Модуль №2 «Аналіз документів»…………………………………………...  **3. Список рекомендованих джерел** ………………........................................ | 4  4  4  4  4  5  6  6  6  11  13 |

**1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**1.1. Місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця**

Дана дисципліна є важливим спеціально орієнтованим предметом, що безпосередньо сприяє розвитку спеціальної професійної підготовки, формуванню та вдосконаленню певних фахових умінь та навичок у студентів-соціологів як майбутніх працівників центрів маркетингових досліджень, аналітичних відділів, науково-дослідних організацій тощо.

**1.2. Мета викладання навчальної дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни є розкриття студентам концептуальних та організаційно-методичних засад якісних соціологічних методів в проведенні маркетингових і соціологічних досліджень .

**1.3. Завдання вивчення навчальної дисципліни**

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- аналіз принципів роботи з якісними методами їх різними видами та специфікою;

- ознайомлення студентів з основним набором документів якісного соціологічного дослідження, правилами складання звіту та надання інформації про результати дослідження замовнику, науковцям та журналістам;

- ознайомлення з методикою підготовки та координації роботи фахівців, котрі залучаються до процесу організації та проведення якісного соціологічного дослідження;

* засвоєння змісту складових, котрі забезпечують якісне проведення соціологічних досліджень за якісними методами.

- висвітлення особливості підготовки досліджень, які базуються на використанні якісних методів збору інформації, а також інтерпретації результатів таких досліджень.

**1.4. Інтегровані вимоги до знань та вмінь з навчальної дисципліни**

У результаті вивчення даної дисципліни студент повинен:

**Знати:**

* особливості різних типів якісних соціологічних досліджень;
* основоположні засади використання якісних соціологічних методів при проведенні маркетингових досліджень;
* основи менеджменту маркетингового дослідження за якісними методами;
* основні види і типи методів аналізу документів :
* особливості використання якісних методів в маркетингових дослідженнях
* проблеми, специфіку та динаміку розвитку ринку якісних досліджень в Україні .
* диспозицію основних ігроків ринку якісних досліджень в Україні

**Вміти**:

* укладати договір із замовником;
* розробляти план-дизайн і програму проекту за якісними методами:
* знати типологію і користуватися різними технологіями проведення досліджень по якісним методам;
* використовувати навички менеджера та інтерв’юера на практиці;
* здійснювати менеджмент та контроль якості збору соціологічної інформації по якісним методам;
* організовувати та проводити фокус-групове інтерв’ю;
* фахово аналізувати отриману інформацію методом контент-аналізу;
* проводити проект якісного дослідження «під ключ»

**1.5. Інтегровані вимоги до знань та вмінь з навчальних модулів**

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, кожен з яких є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

1.5.1. У результаті засвоєння навчального матеріалу навчального модуля №1„Якісні методи в соціолоії ” студент повинен:

**Знати:**

* сфери, мету і засоби проведення якісних досліджень;
* основні види і типи технологій якісних методів і відповідних їм дослідно-контролюючих робіт;
* основні нормативні вимоги до проведення маркетингових досліджень якісними методами;
* специфіку застосування і основні якісні соціологічні методи задіяні в маркетингу;
* процедури підготовки та проектування дослідження по якісними методам.
* принципи роботи менеджера і керівника проекту, інтерв’юера, модератора, рекрутера і аналітика при проведенні глибинних інтерв’ю і фокус-групових дискусій.

**Вміти:**

* складати план-проект дослідження по якісним методам;
* складати дизайн проекту, розробляти кошторис, готувати заключну і проміжні звіт-презентації та інші нормативні документи дослідження.
* проводити глибинне інтерв’ю, фокус-групову дискусію, рекрутинг, введення і обробку даних, аналітику;
* володіти програмами для оборобки і аналізу даних.

1.5.2. У результаті засвоєння навчального матеріалу навчального модуля №2 "Аналіз документів" студент повинен:

**Знати:**

* основні процедури польового етапу збору даних;
* етапі і методи організації обробки і аналізу якісних даних;
* специфіку кабінетного дослідження в соціології;
* специфіка проведення контент-аналізу

типи і фази управління процесом дослідження по якісним методам.

**Вміти:**

* здійснювати організацію польового етапу дослідження;
* фахово здійснювати кабінетне дослідження і вторинну обробку даних;
* комплексно використовувати класичні і сучасні методи дослідження і контент- аналізу;
* виконувати обов’язки аналітика.

**1.6. Міждисциплінарні зв’язки навчальної дисципліни**

Економічна теорія

Математичні методи в соціології

Менеджмент соціологічної діяльності

Соціологія праці та управління

Методологія соціологічних досліджень

Основи якісних досліджень

Соціальна структура суспільства

Основи кількісних досліджень

Соціоінженерна діяльність

та соціальне прогнозування в авіації

**2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**2.1. Модуль №1 „** **Якісні методи в соціології ”**

**Тема 2.1.1. Головні якісні методи збору соціологічної інформації, їх співвідношення**

Головні методи збору соціологічної інформації, їх співвідношення. Кількісні методи збору соціологічної інформації: визначення, різновиди, характеристика. Якісні методи збору соціологічної інформації: визначення, різновиди, характеристика. Кількісні і якісні дослідження. Методичний розділ програми маркетингового дослідження: призначення, структура, вимоги до розробки. Організаційні та результуючі документи. Методологічна та методична частина програми. Звіт – презентація результатів досліджень.

План-проект науково-дослідницьких робіт – головний документ управління всіма процесами соціологічного дослідження.

Організація маркетингових дослідження. Методика і процедура збору, аналізу соціологічної інформації. Якісне дослідження – це процес відкриття, тоді як кількісне – процес доказу та підтвердження.

**Тема 2.1.2. Основні характеристики методу спостереження.**

Спостереження як процес: етапи проведення, збір та оброблення інформації. Класифікація спостережень.Технології і методики Складання плану спостереження..Програма проекту спостереження та його компоненти.

Дизайн і географія проекту. Розробка і оцінка паспорту проекту. Кошторис проекту.

Розробка стратегічного плану дослідження. Дизайн і етапи проекту. Сітьовий графік роботи. Етапи та процедури прикладного соціологічного дослідження. Підготовчий етап: розробка програми, складання методик дослідження, організаційно-підготовчі роботи.

Спостереження в історії соціології.

**Тема 2.1.3. Соціологічне спостереження: технології і підходи**

Недоліки методу спостереження об'єктивні та суб'єктивні – це ті, що безпосередньо залежать від спостерігача.

Об’єкти соціологічного спостереження. .Предмет соціологічного спостереження.

Ситуація спостереження.

**Тема 2.1.4. Одиниці спостереження і інтерпретація результатів**

Якісний опис як перша стадія відображення результатів спостереження,. Емпіричні факти, як явища.. Кількісні оцінки даних спостереження. Два головних способи одержання кількісних даних під час спостереження: психологічне шкалювання, або хронометраж. Хронометраж в основі застосування методики часових проміжків.

Методика часових вибірок, представницькі і репрезентативними – для більш тривалого періоду спостереження.

Практика якісних і кількісних описів подій спостерігачем.

**Тема 2.1.5. Класифікація спостережень.**

Неструктуризоване спостереження в, пошукових соціологічних дослідженях.

Структуризоване (standardized observation)спостереження.

**Тема 2.1.6. Метод експерименту: загальна характеристика.**

Види експерименту та методи експериментального відбору груп. Складання плану-графіку науково-дослідних робіт.

Оперативний етап роботи на об’єкті: збір інформації, консультування, експериментування.

Проба методик збору первинних даних (пілотажне, розвідувальне дослідження); польове обслідування (масовий збір даних на об'єкті); підготовка перших даних для обробки; обробка даних екперементу (їх аналіз і інтерпретація).

Щоденник експерименту.

Типологія і технології експерименту.

**Тема 2.1.7.Види експерименту та методи експериментального відбору груп.**

Метод попарного відбору в паралельному експерименті..

Метод випадкового відбору ідентичний методам імовірнісної вибірки із заздалегідь заданим обсягом.

Польові експерименти при великій (до кількох сотень) чисельності експериментальної групи.

**Тема 2.1.8. Підготовка до експерименту і етапи проведення**

Підготовка до експерименту та його проведення.

Визначення мети експерименту; вибір об'єкта, що використовується як експериментальна група; визначення предмета експерименту; вибір контрольних, факторних і нейтральних ознак.

Визначення умов експерименту та створення експериментальної ситуації; формулювання гіпотез і визначення завдань;вибір індикаторів і засобу контролю проходження експерименту;визначення методу фіксації результатів;перевірка ефективності експерименту.

Приклади найцікавіших експериментів в історії соціології та аналіз їх результатів.

Реконструкція експериментів.

**Тема 2.1.9. Фокус-групове дослідження як комплексний якісний метод збирання емпіричної соціальної інформації.**

Метод фокусованого групового інтерв'ю: визначення, загальна характеристика.

Методологічні та методичні принципи організації фокус-груп. Проективні вербальні та невербальні техніки, що використовуються в групових якісних методах: загальна характеристика.

Методологічні підходи до аналізу якісних даних, які отримані під час фокус-груп.

Етапи проведення фокус-групових інтерв'ю. Створення польової дослідницької групи. Фіксація даних в ФГД. Розробка сценарію. Психологічні особливості проведення фокус-групових досліджень.

**Тема 2.1.10. Головні методики моделювання фокус-груп і зони застосування.**

Головні методики моделювання фокус-груп.

Групи конфлікту. Корисні для зіставлення різних стилів життя. Десантні групи. Адаптаційні групи. Їх мета – визначення товарної цінності продуктів під час аналізу факторів престижного споживання. Мозковий штурм. Продукування нових ідей. Дельфі. Висування гіпотез про майбутнє ринку. Маніпуляційні групи. Зона застосування фокус-груп.

Метод фокус-груп як незамінний у маркетингових дослідженнях.

**Тема 2.1.11. Методологічні та методичні принципи організації фокус-груп.**

Вимоги до фокус-групи. Гомогенність складу учасників.

Вимоги до приміщення. Вимоги, що пов'язані зі статтю респондентів. Вимоги, що пов'язані з віком респондентів. Вимоги, пов'язані з освітою і соціальним статусом респондентів. Відбір учасників фокус-груп. Процес відбору учасників фокус-груп називається рекрутингом.

Основні стратегії формування груп респондентів: Охоплення широких цільових груп. Охоплення активних споживачів. Охоплення потенційних споживачів. Основні техніки відбору респондентів: Випадковий відбір. Включення фільтруючих запитань в анкету. Метод «снігової грудки». Використання готових списків. Формування спеціальної вибірки. Відбір респондентів у місцях потенційного скупчення.

**Тема 2.1.12.Загальні вимоги до топік-гайду і стилі роботи модераторів.**

Загальні вимоги до топік-гайду. Встановлення контекстуальних рамок дискусії, визначення кола питань. Відсутність мовного бар'єра між дослідником і респондентом. Дотримання дворівневого принципу (загальні теми і конкретні питання). Порядок запитань: від найзагальніших до специфічних; від найбільш важливих до найменш важливих. Варіанти послідовності запитань у топік-гайдах:

Принцип лійки.

Принцип переверненої лійки.

Принцип п’ятиступінчастої послідовності.

Принцип «тунелю».

Типологія запитань топік-гайд. За ступенем важливості. За ступенем структурованості: неструктуровані, структуровані (структуровані за відповідями, вільні за стимулом, вільні за відповідями, структуровані за стимулом). За послідовністю: ознайомлювальні, вставні, перехідні, основні, заключні. Первинні та вторинні. Спрямовувальні та нейтральні.

Стилі модератора у фокус-групі. Деструктивні стилі: Типології модераторів: За ступенем контролю щодо змісту бесіди та групових процесів. За ступенем формалізованості групи. Ролі респондентів. Конструктивні ролі респондентів: Деструктивні ролі респондентів:

**Тема 2.1.13. Глибинні інтерв’ю. Типи, стилі, технологія.**

Інтерв'ю: вимоги до інструментарію, процедура проведення, класифікація.

Інтерв'ю за місцем роботи, занять, тобто в службовому приміщенні, інтерв’ю за місцем проживання.

Типи інтерв’ю .Формалізоване інтерв'ю. За ступенем формалізації можна виділити кілька видів інтерв'ю:нестандартизоване інтерв'ю. і стандартизоване інтерв'ю.. Напівстандартизоване інтерв'ю припускає поєднання особливостей стандартизованого і нестандартизованого інтерв'ю. Фокусоване інтерв'ю. Вільне інтерв'ю

**2.2. Модуль №2 «Аналіз документів»**

**Тема 2.2.1. Поняття документа в соціології. Класифікація документів.**

Персональні і неперсональні документи.

Первинна та вторинна інформація

**Тема 2.2.2.. Види аналізу документів.**

Якісний, або традиційний.

Контент-аналіз.

Кількісний аналіз документа.

Процедура формалізованого аналізу документів..

Діяльнісний (проблемний) підхід.

Аналіз артефактів, Методології і техніки аналізу, одиниці аналізу, одиниці відбору, типи вибірки, схеми і таблиці, моделювання.

**Тема 2.2.3. Контент- аналіз в соціології: процедура і техніки.**

Типи масивів та одиниці конент-аналізу, структурно-семіотичні, понятійно- тематичні і фізичні одиниці референціальні і квазіреференціальні одиниці, пропозіціональні одиниці і оцінки, макроструктурні одиниці, одиниці які мають результат, поетичні одиниці.

Частотні і системні характеристики в контент-аналізі. Одиниці, категорії і ознаки. Фронтальній і рейдовий контент-аналіз. Результуючий етап: обробка, аналіз, узагальнення інформації.

Вироблення рекомендацій та складання звіту. Вимоги до звіту та його структура. Різновиди звітів.

Правила подання інформації у наукових виданнях.

Вимоги до соціологічної інформації в ЗМІ.

Консервація матеріалів дослідження.

Специфіка звітів у залежності від дослідницької задачі та досліджуваної соціальної проблеми.

Кошторис дослідження.

Розробка замовлення на дослідження.

Польові документи, пілотаж, узгодження із замовником опитувальних документів та інструкцій.

**Тема 2.2.4. Особливості організації та проведення якісних досліджень у авіаційній галузі.**

Типи і види маркетингових стратегій. Проблеми авіаційної галузі. Специфіка організації маркетингових досліджень в авіаційній галузі. Доцільність використання якісної та кількісної стратегій дослідження для різних груп завдань. Різновиди інтерв’ю. Відбір респондентів.

Користування таблицею Кіша. Вплив інтерв’юера на респондента. Етичний аспект інтерв’ю. Відрекомендування респондентові та підготовка до інтерв’ю. Вимоги до модератора та помічника модератора. Функції модератора та предметна підготовка. Запис інтерв’ю на диктофон. Складання транскриптів інтерв’ю. Ведення записів у ході інтерв’ю. Обробка результатів. Етичні проблеми ФГІ і ФГД.

**3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

### **3.1. Основні рекомендовані джерела.**

* + 1. Азоев Г.Л. Маркетинговые исследования. – М., 1999.
    2. Анурин В., Муромкина И., Евтушенко Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка. – СПб.: Питер, 2004.
    3. Бабосов Е.М. Прикладная социология: Учебн. пособие. – Мн.: «Тетра Система», 2001. – 496 с.
    4. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. М.: Интерпракс. 1996.
    5. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. – СПб.: Питер, 1998..

3.1.6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методика, прогпрамма, методі. – М., 1987.

**3.2. Додаткові джерела.**

* + 1. Аренков И.А., Ченцов В.И. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Под ред. Багиева Г.Л. – Л., 1991.
    2. Баскакова М.Е., Здравомыслова О.М. Интервью на заданую тему // Сциологические исследования. – 1993. - №5. – С. 82-87.
    3. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. – М.: Русская Деловая Литература, 1999.

3.2.4. Бутенко И.А. Стандартизованое интервью новые технологии // Социологические исследования. – 1997. - №11. – С. 100-106.

3.2.5. Власова М.Л. Фокус-группа без фокусов // Маркетолог. 1999. № 1.

3.2.6.Власова М.Л. Как планировать дар убеждения (о программе маркетингового исследования) // Маркетолог. 1999. № 2, 3.

* + 1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М., 1998.

**(Ф 03.02 – 01)**

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  прим. | Куди передано (підрозділ) | Дата  видачі | П.І.Б. отримувача | Підпис отримувача | Примітки |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**(Ф 03.02 – 02)**

**АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пор. | Прізвище ім'я по-батькові | Підпис ознайомленої особи | Дата ознайом-лення | Примітки |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**(Ф 03.02 – 04)**

**АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пор. | Прізвище ім'я по-батькові | Дата ревізії | Підпис | Висновок щодо адекватності |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**(Ф 03.02 – 03)**

**АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № зміни | № листа (сторінки) | | | | Підпис особи, яка  внесла зміну | Дата внесення зміни | Дата  введення зміни |
| Зміненого | Заміненого | Нового | Анульо-  ваного |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**(Ф 03.02 – 32)**

**УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Підпис | Ініціали, прізвище | Посада | Дата |
| Розробник |  |  |  |  |
| Узгоджено |  |  |  |  |
| Узгоджено |  |  |  |  |
| Узгоджено |  |  |  |  |