

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

**УТВЕРЖДАЮ**

**(декан)**

\_\_\_\_\_/Н.Г. Осипова/

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Онлайн технологии в количественных и качественных  
социологических исследованиях»**

**«Online technologies in quantitative and qualitative  
sociological research»**

**Уровень высшего образования:  
Магистратура**

**Направление подготовки (специальность):**

39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ

Направленность (профиль) ОПОП:

«Современные технологии социологических исследований»

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 самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология (уровень магистратуры) в редакции приказа МГУ от \_\_\_\_\_ 2019 года.

Год (годы) приема на обучение: 2019.

**1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:** относится к профессиональному циклу вариативной части, 3 семестр.

**2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля),** предварительные условия (если есть): освоение дисциплин: «Технология теоретического и методического построения количественного социологического исследования», «Технология теоретического и методического построения качественного социологического исследования».

**3. Результаты обучения по дисциплине (модулю),** соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

**ЗНАТЬ:**

современные информационно-коммуникационные технологии в сфере профессиональной деятельности

**ЗНАТЬ:**

Возможности и ограничения применения современных информационно-коммуникационные технологии при решении профессиональных задач

**УМЕТЬ:**

выявлять и анализировать социокультурные, экономические политические, демографические факторы среды в офлайн и онлайн пространстве, используя современные компьютерные технологии

**УМЕТЬ:**

разрабатывать практические рекомендации и предложения по решению актуальных социальных проблем, с учетом характеристик субъектов и факторов внешней среды в онлайн пространстве по результатам проведения качественных и количественных исследований с использованием современных онлайн технологий

**ВЛАДЕТЬ:**

навыками работы со специализированным программным обеспечением качественных и количественных социологических исследований

**4. Формат обучения:** очная.

**5. Объем дисциплины (модуля)** составляет 2 з.е., в том числе 28 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 44 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

**6. Содержание дисциплины (модуля),** структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

	<b>Всего (часы)</b>	<b>В том числе</b>	<b>Форма текущего контроля успеваемости</b>
--	-------------------------	--------------------	---

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля),  Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			Самостоятельная работа обучающегося, часы	<i>(опрос, практические задания, дискуссии, контрольная работа, доклад, эссе.)</i>
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*	Всего		
Тема 1. Онлайн технологии как метод сбора качественной и количественной информации в сети. Причины распространения. Преимущества и недостатки онлайн исследований.	11	2	2	4	7	устный опрос, практическое задание, доклады
Тема 2. Фокус группы онлайн и оффлайн. Синхронные и асинхронные фокус группы. Онлайн фокус-группы в формате чата. Онлайн фокус группы в формате форума. Онлайн интервью	15	2	2	4	11	устный опрос, практическое задание, доклады
Тема 3. Рекрутирование респондентов на онлайн исследования. Онлайн панели. Знакомство с онлайн платформами	11	2	2	4	7	устный опрос, практическое задание, эссе
Тема 4. Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека).	10	2	2	4	6	практическое задание, доклад, контрольная работа

<b>Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные).</b>						
<b>Тема 5. Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн (SurveyMonkey, Examinare, Simpoll, Survio, Anketolog и др.)</b>	<b>15</b>	4	4	<b>8</b>	7	устный опрос, практическое задание, дискуссия
<b>Тема 6. Представление и написание отчета по результатам проведенных исследований с использованием онлайн технологий. Презентация проекта</b>	<b>10</b>	2	2	<b>4</b>	6	устный опрос, практическое задание, доклад
Промежуточная аттестация (зачет)						
<b>Итого</b>	<b>72</b>		<b>28</b>		<b>44</b>	

<b>п/п</b>	<b>Раздел</b>	<b>Содержание (темы)</b>
<b>1</b>	<b>Тема 1. Онлайн технологии как метод сбора качественной и количественной информации в сети. Причины распространения. Преимущества и недостатки онлайн исследований.</b>	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, опросы, анализ социальных медиа.
2	<b>Тема 2. Фокус группы онлайн и оффлайн. Синхронные и асинхронные фокус группы. Онлайн фокус-группы в формате чата. Онлайн фокус группы в формате форума. Онлайн интервью</b>	Сравнительный анализ эффективности онлайн фокус групп/ чатов и офлайн фокус групп. Объем информации. Дополнительные возможности онлайн фокус чатов: тестирование большего количества визуальных материалов. Интервью в онлайн. 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. Полнота полученной информации. Принципы участия в асинхронном онлайн чате. Сравнение качественных исследований оффлайн и онлайн. Преимущества онлайн фокус-групп: возможность тестировать интернет сайты, интернет-магазины, оценивать дизайн упаковок и т.п.
3	<b>Тема 3. Рекрутирование респондентов на онлайн исследования. Онлайн панели. Знакомство с онлайн платформами</b>	Понятие «онлайн панель», виды панелей. Преимущества и недостатки панельных исследований. Подходы к созданию панелей. Рекрутирование участников панелей. Индивидуальные профили панелистов, особенности построения выборок целевых аудиторий различных продуктов и услуг. Особенности стимулирования респондентов. Рекрут через онлайн панели – это рекрут, когда используется панель из зарегистрированных респондентов. В настоящее время в интернете существует несколько онлайн панелей, где люди из всех регионов регистрируются для участия в опросах. Рекрут через рекрутеров. Возможен рекрут через специализирующихся на этой сфере людей (рекрутеров). Однако такой рекрут схож с рекрутом на офлайн фокус группы и повторяет преимущества и недостатки, которые мы имеем в простых фокус группах. Разработка инструментария для проведения полевого качественного веб-исследования (гайда). Гайд для синхронной и асинхронной группы. Структура, логика, оптимальное количество вопросов. Влияние дизайна веб-гайда на качество полученных ответов. Сравнение конструирования гайдов в качественных онлайн и оффлайн исследованиях.
4	<b>Тема 4. Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека). Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные).</b>	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.

		<p>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.</p>
5	<p><b>Тема 5. Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн (SurveyMonkey, Examinare, Simpoll, Survio, Anketolog и др.)</b></p>	<p>Изучение и применение специальных программ для составления анкет и проведения онлайн опросов. Сервисы для онлайн опросов (например, SurveyMonkey, Examinare, Simpoll, Survio, Anketolog, Webanketa, Hangouts и др.). Возможности и ограничения представленных программ.</p>
6	<p><b>Тема 6. Представление и написание отчета по результатам проведенных исследований с использованием онлайн технологий. Презентация проекта</b></p>	<p>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.</p> <p>Обоснование актуальности содержания исследованной проблемы. Цель исследования как наиболее общий его результат. Общие выводы по результатам исследования. Структура приложения к отчету.</p> <p>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.</p>

## 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 и количественной информации в сети. Причины распространения. Преимущества и недостатки онлайн исследований.**

**Контрольные вопросы:**

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

**Тема 2. Фокус группы онлайн и оффлайн. Синхронные и асинхронные фокус группы. Онлайн фокус-группы в формате чата. Онлайн фокус группы в формате форума. Онлайн интервью**

**Контрольные вопросы:**

1. Отличие фокус группы от чата.
2. В чем отличие асинхронных групп от синхронных.
3. Количество участников в асинхронных и синхронных фокус группах.
4. Отличие фокус групп в Интернете от традиционных фокус групп
5. 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. Рекрутирование респондентов на онлайн исследования. Онлайн панели. Знакомство с онлайн платформами**

**Контрольные вопросы:**

1. Типы рекрута респондентов на онлайн фокус группы.
2. Оптимизация стоимости исследовательского проекта за счет сокращения числа участников.
3. Различия в платформах, используемых в онлайн исследованиях.

Дискуссия по использованию панельного рекрута: за и против.

**Тема 4. 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 проблемы онлайн исследований.

## **Тема 5. Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн (SurveyMonkey, Examinare, Simpoll, Survio, Anketolog и др.)**

### **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 6. 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.

#### **Задание для самостоятельной работы:**

По результатам самостоятельно проведенного онлайн опроса составить отчет в форме презентации в программе PowerPoint.

### **Тематика дискуссий**

Дискуссии в курсе «**Онлайн технологии в количественных и качественных социологических исследованиях**» 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.

### **7.2. 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. Можно ли назвать онлайн исследования репрезентативными?
6. Основные методы качественных исследований в Интернете.
7. Основные принципы разработки гайда для асинхронной фокус группы.
8. Основные платформы для проведения качественных онлайн исследований. Описание преимуществ и недостатки.
9. Этические проблемы проведения качественного исследования в онлайн.

10. Преимущества и перспективы веб-опросов (для исследователя и для человека).
11. Проблемы и ограничения применения веб-опросов (объективные и субъективные).
12. Основные проблемы онлайн исследований.
13. Панели: кто и почему у них участвует.
14. Качество и виды онлайн панелей.
15. Приведите основные направления онлайн-опросов международных исследовательских агентств.
16. Как достигается репрезентативность исследовательской методики применительно к интернет-опросам?
17. Обозначьте специфику социально-демографического состава и социально-профессиональной структуры интернет-аудитории.
18. Обозначьте методы изучения информационных запросов интернет-аудитории.
19. Обозначьте общие тенденции развития интернет-технологий в России.
20. Приведите факторы, влияющие на развитие Интернета и рост интернет-аудитории.
21. Приведите основные данные о прогнозах развития Интернета в России и ее месте в глобальных рейтингах.

#### **Критерии оценки ответов на зачете:**

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, дает хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

### **8. Ресурсное обеспечение:**

#### **8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **а) основная литература:**

1. Чугунов А.В. Социология Интернета: методика и практика исследования интернет-аудитории. Учебное пособие. Санкт-Петербург. 2007. 130 с.

##### **б) дополнительная литература:**

1. Авджян Е.Г. Асинхронная онлайн фокус группа: технологии и процедуры проведения. [http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2005\\_1/2005-1\\_Avdjan.pdf](http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2005_1/2005-1_Avdjan.pdf)
2. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000. [http://cyberpsy.ru/literature/gumanitarnye\\_issledovaniya\\_v\\_internete/](http://cyberpsy.ru/literature/gumanitarnye_issledovaniya_v_internete/).

3. Докторов Б.З. Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев, 2000. №4. [http://www.pseudology.org/Gallup/On\\_line\\_Polls.htm](http://www.pseudology.org/Gallup/On_line_Polls.htm).
4. Онлайн исследования в России 2.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М.:РИЦ «Северо-Восток», 2010. 327 с. [https://www.hse.ru/data/2013/01/23/1306499729/Online\\_Research\\_in\\_Russia\\_2\\_complete.pdf](https://www.hse.ru/data/2013/01/23/1306499729/Online_Research_in_Russia_2_complete.pdf).
5. Перфильев Ю. Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура / Ю. Ю. Перфильев. – М.: Гардарики, 2003. – 272 с. <http://rocich.ru/f/int0.pdf>.
6. Шашкин А.В. Фокус группы онлайн: новые технологии маркетинговых исследований. <https://docplayer.ru/207159-Fokus-gruppy-on-layn-novye-tehnologii-marketingovyh-issledovaniy-shashkin-aleksandr-gmi-rossiya.html>.
7. Филиппова Т.В. Интернет как инструмент социологического исследования. <http://ecsocman.hse.ru/data/165/675/1216/020Filippova.pdf>

### Перечень информационных технологий

#### Интернет-ресурсы:

№		Web-адрес
1.	Журнал «Социс. Социологические исследования»	<a href="http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm">http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm</a> -
2.	Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	<a href="http://www.vestnik.socio.msu.ru/">http://www.vestnik.socio.msu.ru/</a>
3.	Российская государственная библиотека	<a href="http://www.rsl.ru/">http://www.rsl.ru/</a>
4.	Научная электронная библиотека	<a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>
5.	Национальная электронная библиотека	<a href="http://www.nel.nns.ru/">http://www.nel.nns.ru/</a>
6.	Электронная библиотека МГУ имени М.В.Ломоносова	<a href="http://www.nbmgu.ru/publicdb/">http://www.nbmgu.ru/publicdb/</a>
7.	Институт социологии РАН	<a href="http://www.isras.ru/">http://www.isras.ru/</a>
8.	Социология: методическая помощь студентам и аспирантам	<a href="http://www.smolsoc.ru/">http://www.smolsoc.ru/</a>
9.	Сайт Фонда «Общественное мнение»	<a href="http://www.fom.ru">http://www.fom.ru</a>
10.	Сайт агентства МАСМИ	<a href="http://www.masmi.ru">http://www.masmi.ru</a>
11.	Сайт компании ROMIR	<a href="http://www.romir.ru">http://www.romir.ru</a>
12.	Онлайн исследования в России	<a href="http://www.omirussia.ru/">http://www.omirussia.ru/</a>
13.	Сайт компании ESOMAR (European Society of Marketing Research Professionals)	<a href="https://www.esomar.org/">https://www.esomar.org/</a>
14.	Сайт компании ГфК Русь	<a href="http://www.gfk.ru">http://www.gfk.ru</a>
15.	Сайт компании TNS Gallup Media	<a href="http://www.tns-global.ru">http://www.tns-global.ru</a>
16.	Сайт компании КОМКОН-2	<a href="http://www.comcon-2.com">http://www.comcon-2.com</a>

#### 8.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций.

**9. Язык преподавания.**

Русский.

**10. Преподаватель (преподаватели).**

Сушко Валентина Афанасьевна, доцент, к.социол.н.

**11. Автор (авторы) программы.**

Сушко Валентина Афанасьевна, доцент, к.социол.н.

**12.** Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП указано в Общей характеристике ОПОП.