

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:

	Всего (часы)	В том числе	Форма текущего контроля успеваемости
--	-------------------------	--------------------	---

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

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

п/п	Раздел	Содержание (темы)
1	Тема 1. Онлайн технологии как метод сбора качественной и количественной информации в сети. Причины распространения. Преимущества и недостатки онлайн исследований.	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	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	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	Тема 3. Рекрутирование респондентов на онлайн исследования. Онлайн панели. Знакомство с онлайн платформами	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	Тема 4. 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.

		<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>Тема 5. Специальные программы для составления анкет и проведения опроса онлайн (SurveyMonkey, Examinare, Simpoll, Survio, Anketolog и др.)</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>Тема 6. Представление и написание отчета по результатам проведенных исследований с использованием онлайн технологий. Презентация проекта</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. Различие 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 преимущества 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
2. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000. 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.
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.
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»	http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm -
2.	Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
3.	Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
4.	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
5.	Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
6.	Электронная библиотека МГУ имени М.В.Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/publicdb/
7.	Институт социологии РАН	http://www.isras.ru/
8.	Социология: методическая помощь студентам и аспирантам	http://www.smolsoc.ru/
9.	Сайт Фонда «Общественное мнение»	http://www.fom.ru
10.	Сайт агентства МАСМИ	http://www.masmi.ru
11.	Сайт компании ROMIR	http://www.romir.ru
12.	Онлайн исследования в России	http://www.omirussia.ru/
13.	Сайт компании ESOMAR (European Society of Marketing Research Professionals)	https://www.esomar.org/
14.	Сайт компании ГфК Русь	http://www.gfk.ru
15.	Сайт компании TNS Gallup Media	http://www.tns-global.ru
16.	Сайт компании КОМКОН-2	http://www.comcon-2.com

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.