



Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого»

Кафедра «Маркетинг»

В. В. Кириенко

ПРИКЛАДНАЯ СОЦИОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

ПРАКТИКУМ

**по одноименному курсу
для студентов специальности
1-26 02 03 «Маркетинг»
дневной и заочной форм обучения**

Электронный аналог печатного издания

Гомель 2011

УДК 316.334.52(075.8)
ББК 65.291.31я73
К43

*Рекомендовано к изданию научно-методическим советом
гуманитарно-экономического факультета ГГТУ им. П. О. Сухого
(протокол № 10 от 30.06.2010 г.)*

Рецензент: канд. филос. наук, доц. каф. «Философия и социология»
ГГТУ им. П. О. Сухого *А. Ю. Савенко*

Кириенко, В. В.

К43 Прикладная социология в маркетинговых исследованиях : практикум по одному курсу для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» днев. и заоч. форм обучения / В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2011. – 18 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://lib.gstu.local>. – Загл. с титул. экрана.

ISBN 978-985-420-987-6.

Включает в себя программу курса, ключевые понятия, контрольные вопросы и практические задания, список рекомендуемой литературы.

Предназначен для теоретической и практической подготовки студентов к проведению конкретных социологических исследований.

Для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» дневной и заочной форм обучения и всех специалистов, использующих прикладные методы социологии.

УДК 316.334.52(075.8)
ББК 65.291.31я73

ISBN 978-985-420-987-6

© Кириенко В. В., 2011
© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2011

ПРЕДИСЛОВИЕ

Целями практикума являются формирование и закрепление практических навыков использования конкретных социологических методов в маркетинге, повышение эффективности маркетинговой деятельности в процессе изучения спроса и предложения населения, эффективного продвижения товаров и услуг на внутренних и внешних рынках.

Задачами практикума являются обучение студентов методике прикладных социологических исследований; формирование у будущих маркетологов способностей к социологическому анализу; развитие навыков практического использования данных социологических исследований в маркетинге.

Содержание практикума по прикладной социологии в маркетинговых исследованиях излагается в соответствии с логикой учебного процесса. Раскрывается предметно-понятийная основа каждой темы, проводится концептуально-теоретическая классификация ее важнейших составных частей.

При разработке учебной программы и практикума использовались материалы учебной программы курса «Прикладная социология» Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина (автор программы А. И. Шикун).

ПОГРАММА КУРСА «ПРИКЛАДНАЯ СОЦИОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ»

Раздел I. Социология как наука и учебная дисциплина

Тема 1. Предпосылки возникновения и этапы развития прикладной социологии

Предпосылки возникновения теоретической и прикладной социологии. Эмпирические опыты Роберта Оуэна. «Социальная физика» Адольфа Кетле. Статистические методы, используемые Эмилем Дюркгеймом. Эмпирические исследования социологов Чикагской школы. Теория человеческих отношений Элтона Мейо. Эмпирическая социология в первой половине XX в. Современная западная социология, основные направления ее развития. Особенности развития социологии в России и Беларуси. Прикладные социологические исследования в ГГТУ им. П. О. Сухого.

Ключевые понятия: *предпосылки, этапы и тенденции развития социологии, современные теории: неопозитивизм, неомарксизм, понимающая социология, необихевиоризм, интеракционизм, социология конфликта.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Назовите социально-экономические и идейно-теоретические предпосылки возникновения социологии как науки.
2. Влияние утопического социализма и его представителя Анри Сен-Симона на возникновение социологии как науки.
3. Позитивный подход Огюста Конта к общественным наукам.
4. Дайте краткую характеристику основным этапам становления и развития прикладной социологии:
 - 4.1. Эмпирические опыты Роберта Оуэна.
 - 4.2. «Социальная физика» Адольфа Кетле.
 - 4.3. Статистические методы, используемые Эмилем Дюркгеймом.
 - 4.4. Эмпирические исследования социологов Чикагской школы.
 - 4.5. Школа человеческих отношений Элтона Мейо.
5. Особенности развития прикладной социологии в России и в Беларуси на рубеже XX и XXI вв.

Тема 2. Функции и уровни социологического знания

Социология как наука о социальных системах. Специфика и многообразии функций социологической науки. Уровни общества и уровни социологического знания. Место прикладной социологии в маркетинговых исследованиях. Структура курса «Прикладная социология в маркетинговых исследованиях».

Ключевые понятия: *социологическая наука, функции социологии, уровни социологического знания, теоретическая и эмпирическая социология, прикладная социология в маркетинговых исследованиях, фундаментальная и прикладная социология.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Дайте определение социологии как науки.
2. Перечислите основные функции социологии.
3. Укажите уровни социологического знания.
4. Какими признаками характеризуется эмпирическая социология и чем она отличается от теоретической социологии?
5. Назовите основные особенности прикладной социологии при изучении спроса и предложения на рынке товаров и услуг?
6. Приведите примеры использования прикладных социологических исследований в маркетинговых исследованиях.

Раздел II. Виды и программа социологического исследования

Тема 3. Методологические основы, программа социологического исследования

Виды и формы социологического исследования. Проблемная ситуация как основа социального заказа. Структура и функции программы исследования, проблема, проблемная ситуация, объект, предмет, цели и задачи прикладного исследования. Конструирование гипотез. Теоретическая и эмпирическая интерпретация основных понятий исследования.

Ключевые понятия: *виды и формы социологического исследования, программа исследования, проблема, проблемная ситуация, объект, предмет исследования; цель, задачи и гипотезы исследования; теоретическая и эмпирическая интерпретация понятий исследования.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Дайте сравнительную характеристику различных видов социологического исследования.
2. Назовите основные функции программы исследования.
3. Взаимоотношения социолога и заказчика в процессе исследования.
4. Уточните содержание понятий «проблема», «проблемная ситуация», «объект и предмет исследования». Назовите их основные характеристики.
5. Определите цели и задачи исследования.
6. Осуществите эмпирическую интерпретацию понятий: «спрос», «предложение», «рынок товаров и услуг».

Тема 4. Методика и процедуры изучения социальных объектов

Методы сбора социологической информации. Генеральная и выборочная совокупность. Выборка в социологическом исследовании. Типы выборки. Обоснование репрезентативности исследования. Основные этапы исследования: подготовительный; полевые работы; сбор, обработка и анализ социологической информации; оформление результатов исследования.

Ключевые понятия: *методы сбора информации: анализ документальных источников, контент-анализ, наблюдение, анкетный опрос, интервью; виды выборок: случайная, целевая, квотная, стратифицированная, районированная; генеральная и выборочная совокупность, выборка исследования, репрезентативность, методы обработки информации, методы анализа информации, социальные эксперименты, этапы исследования.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Опишите основные методы сбора социологической информации, наиболее часто используемые в прикладном исследовании.
2. Что такое выборка исследования? Уточните соотношение понятий «генеральная совокупность» и «выборочная совокупность». Приведите примеры.
3. Основные типы выборки, используемые в социологическом исследовании? Приведите примеры.
4. Что такое репрезентативность выборки и как она обеспечивается на этапе разработки программы исследования?

5. Опишите способы расчета выборки в небольших по объему исследованиях. Рассчитайте выборочную совокупность исследования проблем досуга студентов специальности «Маркетинг».

6. Основные этапы исследования, их содержание и практическое назначение.

Тема 5. Организация социологического исследования

Принципы и способы организации социологического исследования. Разработка стратегического и календарного плана исследования. Сетевой график. Этапы исследования. Кадровое обеспечение исследовательского процесса. Методы подготовки исполнителей. Контроль организаторов за качеством работ.

Ключевые понятия: *организация исследования, стратегический план исследования, сетевой график, календарный план, этапы исследования, кадровое обеспечение, обучение исполнителей.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Какое место в разработке программы исследования отводится вопросам организации социологического исследования?

2. Как составляется стратегический план исследования?

3. Особенности разведывательного, аналитического и экспериментального плана исследования.

4. Что такое сетевой график, его содержание и способы использования в социологическом исследовании.

5. Особенности календарного плана, его возможные виды.

6. Возможные ошибки в конечных результатах исследования. С чем они связаны?

7. Какие организационные мероприятия, направленные на обучение исполнителей, желательно запланировать в программе исследования? Составьте возможный перечень подобных мероприятий.

Раздел III. Методы сбора социологических данных

Тема 6. Социологический анализ документов

Анализ документов как метод сбора социологических данных. Понятие «документ». Виды и функции документов. Традиционный анализ документов. Количественный метод изучения документов. Процедура контент-анализа. Комбинированный метод изучения документов. Его достоинства и недостатки.

Ключевые понятия: документ в социологии, его виды; традиционный метод изучения документов и контент-анализ, единицы счета и единицы анализа; комбинированный метод изучения документов.

Контрольные вопросы и практические задания

1. Что такое «документ» в социологии? Его основные признаки. Назовите важнейшие функции документов.
2. Дайте классификацию документов по способам фиксации информации, происхождению, уровню официальности, срокам хранения.
3. Назовите известные вам методы изучения документов. Какие возможны варианты их комбинирования?
4. Как можно использовать традиционный метод анализа документов в изучении содержания расписания занятий на вашем факультете?
5. Предположим, вы получили заказ на проведение контент-анализа газеты. Цель исследования – установить соотношение спроса и предложения на какой-либо вид потребительских товаров.
 - 5.1. Сформулируйте задачи и гипотезы исследования.
 - 5.2. Обоснуйте выборку исследования.
 - 5.3. Определите единицы анализа и единицы счета.
6. Перечислите достоинства и недостатки комбинированного метода.

Тема 7. Опрос в социологическом исследовании

Основные принципы, виды и формы, структура социологического опроса, место респондента в опросе. Критерии и условия качества проведения опросов. Подготовка социологов к проведению массовых опросов. Требования, предъявляемые к анкетеру.

Ключевые понятия: социологический опрос, структура опроса, респондент, вопросник, анкетер, интервьюер, ситуация опроса, критерии качества опроса, требования к анкетеру.

Контрольные вопросы и практические задания

1. Дайте классификацию опросов по степени формализации, целевой направленности, глубине и месту проведения.
2. Какие из видов (форм) опросов наиболее часто применяются в прикладной социологии? Почему?
3. Приведите примеры, характеризующие различные способы проведения социологических опросов.

4. Назовите основные критерии качества опросов. Что может способствовать повышению качества опросов?

5. Составьте примерный перечень важнейших требований, предъявляемых к анкетеру (интервьюеру).

6. Какими знаниями и навыками должен обладать социолог, проводящий опросы?

7. Способы обучения и повышения квалификации исполнителей.

Тема 8. Метод анкетных опросов

Структура и содержание анкеты. Составление текста анкеты. Требования к качеству анкеты. Пример разработки социологической анкеты. Типы вопросов и вариантов ответов. Ошибки в анкете и способы их предупреждения. Подготовка анкетеров к проведению исследовательских работ. Инструктирование анкетеров.

Ключевые понятия: *анкетный опрос, анкета, структура, композиция анкеты, типология вопросов, требования к анкете, критерии качества, просчеты в тексте анкеты, инструкция анкетеру.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Специфика анкетного опроса в сравнении с другими методами сбора информации.

2. Особенности составления анкеты. Структура анкеты.

3. Назовите примеры закрытых, открытых и полужакрытых вопросов.

4. Приведите примеры вариантов ответов разных типов, наиболее часто используемых при составлении анкет.

5. Сконструируйте собственный вариант вопросника, ориентированного на изучение спроса и предложения на рынке товаров и услуг.

5.1. Сформулируйте задачи исследования, на решение которых направлен предполагаемый опрос.

6. Сформулируйте основные особенности раздаточного, почтового и прессового опросов.

Тема 9. Метод интервьюирования

Виды и формы, функции и специфика социологического интервью. Преимущества и недостатки социологического интервью в сравнении с другими методами сбора информации. Организация социологического интервью. Требования к качеству интервью. Ти-

пичные ошибки в проведении бесед. Проведение пробных (пилотажных) интервью.

Ключевые понятия: социологическое интервью, функции интервью, интервьюер, организация интервью, расчет количества интервьюированных, пилотажные интервью.

Контрольные вопросы и практические задания

1. Классификация интервью. Приведите примеры основных видов интервью.
2. Преимущества и недостатки интервью в сравнении с другими видами опроса.
3. Назовите основные функции интервью:
 - 3.1. Как реализуется информативная функция интервью?
 - 3.2. Каково назначение корректирующей функции?
 - 3.3. Каковы возможности использования воспитательной функции?
4. Как рассчитать количество респондентов, необходимых в процессе исследования?
5. Какие требования предъявляются к интервьюеру?
6. Какие ошибки чаще встречаются при проведении интервью?
7. Составьте план свободного интервью по изучению мнения потребителей о качестве продукции.

Тема 10. Экспертный опрос

Виды, преимущества и недостатки экспертных опросов. Критерии подбора экспертов. Методика проведения экспертных опросов. Критерии качества экспертных опросов. Сочетание экспертных опросов с другими методами сбора информации. Способы контроля качества экспертных опросов. Практическое использование метода опроса экспертов.

Ключевые понятия: экспертный опрос, подбор экспертов, критерии компетентности экспертов: качество опросов, достоверность и надежность опросов, способы регистрации данных, типичные ошибки и трудности в опросе.

Контрольные вопросы и практические задания

1. Назовите основные виды и формы экспертных опросов.
2. Назовите основные условия, необходимые для успешного опроса экспертов.
3. Какими критериями следует руководствоваться при определении уровня компетентности экспертов?

4. Приведите примеры возможных причин, влияющих на качество экспертных опросов.

5. Назовите способы регистрации результатов опроса. Какие из них удобнее применять в социологических исследованиях?

6. Разработайте вопросник с целью выяснения влияния рекламы на формирование потребительского спроса.

7. Как можно использовать экспертные опросы для контроля качества социологической информации о потребительском спросе?

Тема 11. Метод социологического наблюдения

Особенности и виды социологического наблюдения. Основные признаки, виды, функции, достоинства и недостатки социологического наблюдения. Программа, этапы и процедуры социологического наблюдения. Проектирование инструментария наблюдения (карточек, дневников, протоколов). Использование технических средств наблюдения. Организация включенного наблюдения. Обработка, анализ и обобщение результатов. Критерии и способы проверки качества наблюдения.

Ключевые понятия: *социологическое наблюдение, программа наблюдения, цель, задачи, объект, предмет и ситуации наблюдения, этапы наблюдения, способы регистрации данных; включенное, невключенное наблюдение.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Назовите основные признаки научного наблюдения. Его отличие от обыденного наблюдения.

2. Укажите преимущества метода наблюдения в сравнении с другими способами сбора социологических данных.

3. Назовите основные недостатки наблюдения как метода сбора информации.

4. Этапы социологического наблюдения.

5. Составьте программу наблюдения за поведением людей на автобусной (троллейбусной) остановке в час пик.

5.1. Сформулируйте проблему, цель, задачи и гипотезы возможного исследования.

5.2. Составьте план наблюдения за поведением пассажиров в различное время суток.

5.3. Определите возможные варианты регистрации результатов наблюдения.

6. С какими методами сбора информации можно одновременно (параллельно) сочетать наблюдение в этом примере?

7. Как оформляются итоговые результаты исследования с использованием метода наблюдения?

Тема 12. Социальный эксперимент

Понятие эксперимента, его основные виды. Особенности социальных экспериментов в сравнении с другими методами сбора информации. Составление программы социального эксперимента. Структура и этапы проведения эксперимента. Роль экспериментального фактора и ситуации эксперимента. Критерии и условия качества эксперимента.

Ключевые понятия: *социальный эксперимент, программа эксперимента, экспериментальный фактор, экспериментальный объект, экспериментальная ситуация, экспериментатор, программа и этапы проведения эксперимента.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Социальный эксперимент, возможности его использования в социологическом исследовании.

2. Назовите основные виды экспериментов, применяемых в маркетинговых исследованиях.

3. Перечислите достоинства и недостатки эксперимента в сравнении с другими методами научного исследования.

4. Какие требования предъявляются к социальному эксперименту? Приведите примеры социальных экспериментов в маркетинговых исследованиях.

5. Этапы проведения социального эксперимента:

5.1. Какие специфические вопросы нужно учесть при составлении эксперимента в отличие от других методов сбора информации?

5.2. Приведите примеры типичных трудностей и ошибок, возникающих в процессе социальных экспериментов. Какими способами можно их предупредить?

5.3. Особенности третьего заключительного этапа эксперимента в отличие от других социологических методов.

6. В каких случаях социальные эксперименты недопустимы? Приведите примеры.

Раздел IV. Обработка и анализ социологической информации

Тема 13. Верификация социологической информации

Понятие верификации. Критерии и методы проверки достоверности собранных социологических данных. Виды контроля достоверности информации. Способы непосредственной верификации. Приемы опосредованной верификации.

Ключевые понятия: *верификация информации; адекватность, надежность, валидность социологической информации, непосредственная и опосредованная верификация.*

Контрольные вопросы и практические задания

1. Перечислите основные критерии достоверности информации.
2. Приведите примеры типичных ошибок, допускаемых на первых этапах исследования.
3. Как просчеты в программе исследования могут влиять в последующем на достоверность информации?
4. Назовите приемы, используемые в ходе непосредственной верификации информации.
5. Составьте примерный текст инструкции, адресованный социологу, участвующему в проведении конкретного исследования потребительского спроса.
6. Назовите основные формы контроля, применяемые в социологическом исследовании?
7. Назовите наиболее эффективные приемы опосредованной верификации в социологическом исследовании.

Тема 14. Методы обработки социологических данных в маркетинговых исследованиях

Подготовка первичных данных к обработке. Основные процедуры анализа эмпирических данных: группировка, классификация, типологизация. Основные виды статистического анализа. Этапы обработки информации. Использование методов измерения. Виды измерительных шкал: номинальная, порядковая, интервальная, пропорциональная. Приемы повышения наглядности информации. Использование таблиц, диаграмм. Способы ранжирования, корреляции. Факторный анализ, его применение в социологической информации.

Ключевые понятия: обработка информации: группировка, классификация, типологизация, этапы и методы измерения, шкалы, ряды распределения, частота, наглядность информации, таблицы, диаграммы, формулы, ранжирование, корреляция, факторный анализ.

Контрольные вопросы и практические задания

1. Какие задачи решаются и какие основные приемы используются в процессе обработки социологических данных?
2. Почему социологическую информацию рекомендуется выражать в числовой форме?
3. Какого типа данные удобнее выражать в табличной форме?
4. Какие средние величины и другие, удобные для анализа значения, рекомендуется вычислять на этапе обработки информации?
5. Назовите примеры возможного использования способов упорядочивания информации.
6. Проведите ранжирование покупательского спроса на отдельные группы потребительских товаров.
7. Дайте понятие корреляции. Как определить ее уровень? Что такое «коэффициент корреляции»?

Тема 15. Анализ и использование результатов исследования

Структура и виды социологического анализа. Виды и формы анализа, интерпретации и обобщения информации. Уровни социологического анализа. Разработка практических рекомендаций. Составление отчета о научно-исследовательской работе. Структура отчета, его основные разделы. Внедрение результатов исследования. Проверка гипотез, определение причинно-следственных связей между изученными социальными явлениями.

Ключевые понятия: анализ, уровни анализа, интерпретация, обобщение информации, описание, объяснение, выводы и практические рекомендации, отчет о социологическом исследовании, использование результатов исследования.

Контрольные вопросы и практические задания

1. Какое место в социологическом исследовании занимают процедуры анализа социологической информации?
2. Назовите основные требования, предъявляемые к отчету о научно-исследовательской работе.
3. Структура отчета о НИР. Какие основные элементы он в себя включает?

4. Представьте, что вы составляете отчет о НИР по изучению потребительского спроса на конкретную группу товаров и услуг:

4.1. Что вы отразите в «содержании» отчета?

4.2. На какие вопросы сделаете акцент во «введении»?

4.3. Какие разделы должны быть выделены в основной части отчета о научном исследовании?

5. Чем должно завершаться социологическое исследование, его связь со сформулированными целями исследования?

6. В чем заключаются проблемы внедрения практических рекомендаций? Назовите основные трудности, типичные ошибки и способы их предупреждения.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Бабосов, Е. М. Практикум по социологии : учеб. пособие для студентов вузов / Е. М. Бабосов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 416 с.
2. Бабосов, Е. М. Прикладная социология : учеб. пособие / Е. М. Бабосов. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 493 с.
3. Добренъков, В. И. Методика социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. – Москва, 2005.
4. Елсуков, А. Н. Методика преподавания социологии в высшей школе : учеб. пособие / А. Н. Елсуков. – Минск : ТетраСистемс, 2003. – 239 с.
5. Практикум по прикладной социологии / под ред. Б. В. Князева, Н. И. Дряхлова, В. Я. Нечаева. – Москва : Изд-во МГУ, 1987. – 280 с.
6. Рабочая книга социолога / под ред. Р. В. Осипова. – Москва : Прогресс, 1977. – 610 с.
7. Давыдов, Ю. Н. Современная западная социология : словарь / Ю. Н. Давыдов, М. С. Ковалева, А. Ф. Филиппов. – Москва : Политиздат, 1990. – 432 с.
8. Ядов, В. А. Стратегия социального исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности : учеб. пособие / В. А. Ядов. – 4-е изд., стер. – Москва : Омега-л, 2009. – 567 с.
9. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль. – Санкт-Петербург, 2000.

Дополнительная

1. Белявский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Белявский. – Москва : Финансы и статистика, 2001.
2. Данилов, А. Н. Социология в Белорусском государственном университете: история и современность / А. Н. Данилов, А. Н. Елсуков // Социология. – 2001. – № 1. – С. 3–12.
3. Злотников, А. Г. Региональная репрезентативная выборка / А. Г. Злотников // Социология. – 2003. – № 2. – С. 63–71.
4. Кечина, Е. А. Интеграция социологической и статистической информации в процессе мониторинга и оценки / Е. А. Кечина // Социология. – 2007. – № 1. – С. 88–93.

5. Кириенко, В. В. Менталитет современных белорусов как фактор общественного реформирования / В. В. Кириенко // Социология. – 1999. – № 1. – С. 35–56.

6. Кириенко, В. В. Менталитет современных белорусов : монография / В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2005. – 225 с.

7. Кириенко, В. В. Белорусская ментальность: истоки, современность, перспективы / В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2009. – 319 с. : ил. : 2 карты.

8. Коробов, В. Д. Организация проведения экспертных опросов при разработке классификационных моделей / В. Д. Коробов // Социол. исслед. – 2003. – № 11. – С. 102–108.

9. Паначев, В. Д. Спорт и личность / В. Д. Паначев // Социол. исслед. – 2007. – № 11. – С. 75–81.

10. Ротман, Д. Г. Использование аналитических моделей в электоральных исследованиях / Д. Г. Ротман, Л. Н. Тарнавский // Социология. – 2001. – № 2. – С. 57–63.

11. Рубанов, А. В. Жилищная проблема в жизни современных горожан / А. В. Рубанов // Социология. – 2006. – № 2. – С. 66–75.

12. Шикун, А. И. Проблема приобщения молодежи к психоактивным средствам / А. И. Шикун // Вестн. Брест. ун-та. Сер. гуманитар. и обществ. наук. – 2006. – № 1 (25). – С. 71–78.

13. Шикун, А. И. Образ жизни и здоровье молодежи : монография / А. И. Шикун. – Брест : Изд-во БрГУ им. А. С. Пушкина, 2003. – 159 с.

14. Чурилов, П. И. Основные принципы формирования выборки в социологических и маркетинговых исследованиях / П. И. Чурилов // Социология. – 2005. – № 3. – С. 65–77.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
Программа курса «Прикладная социология в маркетинговых исследованиях.....	3
Раздел I. Социология как наука и учебная дисциплина.....	4
Тема 1. Предпосылки возникновения и этапы развития прикладной социологии.....	4
Тема 2. Функции и уровни социологического знания.....	5
Раздел II. Виды и программа социологического исследования	5
Тема 3. Методологические основы, программа социологического исследования.....	5
Тема 4. Методика и процедуры изучения социальных объектов	6
Тема 5. Организация социологического исследования	7
Раздел III. Методы сбора социологических данных	7
Тема 6. Социологический анализ документов	7
Тема 7. Опрос в социологическом исследовании	8
Тема 8. Метод анкетных опросов.....	9
Тема 9. Метод интервьюирования.....	9
Тема 10. Экспертный опрос	10
Тема 11. Метод социологического наблюдения	11
Тема 12. Социальный эксперимент	12
Раздел IV. Обработка и анализ социологической информации.....	13
Тема 13. Верификация социологической информации	13
Тема 14. Методы обработки социологических данных в маркетинговых исследованиях.....	13
Тема 15. Анализ и использование результатов исследования	14
Литература.....	16

Учебное электронное издание комбинированного распространения

Учебное издание

Кириенко Виктор Васильевич

ПРИКЛАДНАЯ СОЦИОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

**Практикум
по одноименному курсу
для студентов специальности
1-26 02 03 «Маркетинг»
дневной и заочной форм обучения**

Электронный аналог печатного издания

Редактор *Н. И. Жукова*
Компьютерная верстка *М. Н. Пушкарева*

Подписано в печать 05.04.2011.

Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс».
Ризография. Усл. печ. л. 1,16. Уч.-изд. л. 1,0.

Изд. № 89.

E-mail: ic@gstu.by
<http://www.gstu.by>

Издатель и полиграфическое исполнение:
Издательский центр учреждения образования
«Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого».

ЛИ № 02330/0549424 от 08.04.2009 г.
246746, г. Гомель, пр. Октября, 48.