

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

**ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК**

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладной социологии

## **ФОКУС-ГРУППЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях

**39.03.01 Социология**

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Социология маркетинга**

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва, 2026

Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях  
Рабочая программа дисциплины

Составители:

*канд. соц. наук, доц. кафедры прикладной социологии Т.В. Стародубцева*

*канд. соц. наук, доц. кафедры прикладной социологии Н.Н. Терентьева*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
прикладной социологии СФ РГГУ  
№14 от 22 декабря 2025 года

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. Пояснительная записка .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины .....	6
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1 Система оценивания.....	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	11
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
6.1 Список источников и литературы.....	13
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	16
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	16
9. Методические материалы .....	18
9.1 Планы семинарских занятий.....	18
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	19

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: подготовить высококвалифицированного специалиста, обладающего знаниями о возможностях метода сбора информации с помощью метода фокус-групп, об особенностях постановки и проведения эмпирических исследований с использованием метода фокус-групп в социологических и маркетинговых исследованиях.

Задачи дисциплины:

- понимание методологии качественного исследования на примере фокус-групп;
- изучить историю метода фокус-групп;
- изучить особенность и специфику метода фокус-групп;
- рассмотреть программу, структуру и инструментарий исследовательских проектов с использованием метода фокус-групп;
- овладеть навыками создания или адаптации инструментов и методик при проведении полевых исследований с использованием метода фокус-групп;
- практическое освоение техник анализа качественных данных с учетом особенностей фокус-группового интервью;
- получение знания о критериях оценки качества проведенного исследования.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<b>ПК 1</b> Способен анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований	<b>ПК 1.1</b> Описывает, объясняет, прогнозирует социальные явления и процессы на основе теоретических концепций, результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований	Знать: основные подходы к составлению дизайна фокус-группового исследования; Уметь: составлять программу фокус-группового исследования, гайд (сценарий), техническое задание на рекрут респондентов на фокус-группы, оформлять транскрипты, анализировать полученные данные; Владеть: понятийным аппаратом дисциплины.
	<b>ПК 1.2</b> Составляет и оформляет итоговые документы по результатам	Знать: основные подходы и способы анализа фокус-групповых интервью; Уметь: анализировать результаты эмпирических исследований по фокус-

	фундаментального или прикладного социологического исследования	группам. Владеть: методикой организации и проведения фокус-групп в социологических и маркетинговых исследованиях.
	ПК 1.3 Представляет результаты фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям	Знать: различные форматы представления данных фокус-групп; Уметь: составлять отчеты по итогу, проведенных фокус-групп в различных форматах в соответствии с требованиями конечного потребителя результата; Владеть: навыками систематизации данных, принципам инфографики, изложения выводов в схемах и другими подходами к визуализации данных.
<b>ПК 2</b> <b>Способен планировать и проектировать фундаментальные и прикладные социологические исследования</b>	ПК 2.1 Подготавливает и планирует проектное предложение по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования	Знать: основы планирования фокус-групповых исследований; Уметь: разрабатывать программу фокус-группового исследования, техническое задание на рекрут, гайда (сценария) фокус-групп; Владеть: различными методиками проведения фокус-групп.
	ПК 2.2 Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования	Знать: основные приемы проведения фокус-групп и разработки стимульного материала; Уметь: выдвигать гипотезы исследования, обнаруживать инсайты; Владеть: инструментарием проведения фокус-группового интервью.
	ПК 2.3 Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя фундаментального или прикладного социологического исследования	Знать: основы работы с документами; Уметь: перерабатывать изначальный бриф заказчика в программу фокус-группового исследования, использовать принципы согласования и защиты дизайна исследования, предоставлять отчет; Владеть: навыками оформления отчетных документов по проекту.

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Качественные методы», «Вторичный анализ данных», «Социальная аналитика», «Современные технологии маркетинговых исследований».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Методология и методика научного исследования», «Методика преподавания социологии», «Качественные исследования в маркетинге и рекламе».

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	24
5	Семинары	36
Всего:		60

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	12
5	Семинары	20
Всего:		32

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 76 академических часов.

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Метод фокус групп: история	История развития метода фокус-групп (в

	развития метода, отличия от других качественных методов.	зарубежной/ отечественной традициях). Современное представление о методе фокус-групп как методе сбора качественных данных: возможности и ограничения, специфика метода. Метод фокус-групп в линейке других методов качественного исследования.
2	Дизайн исследования с применением метода фокус-групп.	Определение целей и задач фокус-групп для проведения социологических и маркетинговых исследований. Разработка технического задания для проведения исследования с использованием метода фокус-групп. Определение числа фокус-групп. Ограничения на участие в фокус-группах. Разработка технического задания на рекрутинг участников фокус-групп. Рекрутинг потенциальных участников фокус-групп.
3	Разновидности фокус-групп. Специфика фокус-групп для социологических и маркетинговых исследований. Онлайн и оффлайн фокус-группы (схожесть и различия форматов в зависимости от среды проведения).	Сферы применения фокус-групп для социологических, маркетинговых исследований: возможности и ограничения. Онлайн/ оффлайн фокус-группы: возможности и ограничения.
4	Подготовка инструментария для фокус-групп.	Подготовка гайда: принципы формулировки вопросов, последовательность, структура. Проективные, ассоциативные методики. Подготовка и разработка стимульных материалов для социологических и маркетинговых исследований.
5	Проведение фокус-групп. Роль модератора.	Групповая динамика на фокус-группе. Следование вопросам исходного гайда. Роль модератора в фокус-группе, типы модераторов. Стратегии поведения модератора на разных этапах проведения фокус-группы. Возможные деструктивные элементы в работе модератора. Роли и типы участников фокус-групп. Методы активизации дискуссии в фокус-группах.
6	Анализ данных фокус-групп.	Подготовка данных (транскрибирование). Аналитические техники работы с транскриптом и другими данными фокус-групп. Аналитическая индукция. Обоснованная теория. Отчеты по итогу, проведенных фокус-групп в различных форматах в соответствии с требованиями конечного потребителя результата (принципы инфографики, изложения выводов в схемах и другие виды визуализации).
7	Оценка качества отчета и презентация данных.	Критерии оценки полученных результатов в качественном исследовании (валидность, надежность). Триангуляция как подходы к оценке анализа качественных данных. Формы презентации отчета.

## 4. Образовательные технологии

<i>n/n</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формируемые компетенции (указывается код компетенции)</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Метод фокус групп: история развития метода, отличия от других качественных методов.	Лекция – 1. Практическое занятие – 1-2. Самостоятельная работа	ПК-2	Лекция с разбором конкретных ситуаций  Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2	Дизайн исследования с применением метода фокус-групп.	Лекция – 2-3. Практическое занятие – 3-6. Самостоятельная работа	ПК-2	Лекция с разбором конкретных ситуаций с применением слайд-проектора  Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Разновидности фокус-групп. Специфика фокус-групп для социологических и маркетинговых исследований. Онлайн и оффлайн фокус-группы (схожесть и различия форматов в зависимости от среды проведения)	Лекция – 4-5. Практическое занятие – 7-9. Самостоятельная работа	ПК-2	Лекция с разбором конкретных ситуаций  Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций и рекомендованной литературы
4	Подготовка инструментария для фокус-групп	Лекция – 6-7. Практическое занятие – 10-12. Самостоятельная работа	ПК-2	Проблемная лекция Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций

				<i>Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций и рекомендованной литературы</i>
5	Проведение фокус-групп. Роль модератора в фокус-группе.	<i>Лекция – 8-9. Практическое занятие – 13-15. Самостоятельная работа.</i>	<i>ПК-2</i>	<i>Проблемная лекция  Дискуссия, работа с кейсами и разбором практических ситуаций  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций и рекомендованной литературы</i>
6	Анализ данных фокус-групп.	<i>Лекция – 10-11. Практическое занятие – 16-17. Самостоятельная работа.</i>	<i>ПК-2</i>	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций  Групповая командная работа  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
7	Оценка качества отчета и презентация данных	<i>Лекция – 12. Практическое занятие – 18. Самостоятельная работа.</i>	<i>ПК-2</i>	<i>Лекция-визуализация с разбором конкретных ситуаций.  Проверка выполнения заданного кейса и задания Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

Реализуемые в курсе образовательные технологии призваны сформировать профессиональную направленность обучения будущих бакалавров. При реализации учебной программы «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» используются активные методы обучения: проблемная лекция, лекция-дискуссия с использованием аудиовизуальной презентации, поэтапная подготовка и практическая реализация авторских учебно-исследовательских проектов.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации и помощь в выполнении тематических заданий), а также индивидуальную работу студента с литературой в библиотеке и получение навыков собственной исследовательской практики. Самостоятельная работа студентов организуется с использованием свободного доступа к Интернет-ресурсам, в том числе с обращением к материалам (словарь, комментарии, тексты лекций и т.д.), размещенным на сайте социологического факультета РГГУ <http://soc.rsuh.ru/> и в базе данных архива социологического факультета.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## **5. Оценка планируемых результатов обучения**

### **5.1 Система оценивания**

Оценка за дисциплину выставляется в соответствии с итоговой суммой баллов, полученных по результатам всех форм Текущего контроля и Промежуточного контроля.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в форме обсуждения вопросов тем раздела и проверки выполнения домашних заданий.

По итогам проведения каждой из форм контроля с использованием, указанных в п.5.1. оценочных средств обучающемуся выставляется оценка (по шкале от 0 до 5 баллов), соответствующая уровню выявленных знаний, умений или владений (сформированности компетенции), которые контролируются данными оценочными средствами.

Обсуждение вопросов тем раздела, и проверка выполнения домашних заданий осуществляется в аудиторных условиях в ходе контактных учебных занятий.

Сумма баллов по итогам проведения всех форм контроля в рамках соответствующего раздела дисциплины демонстрирует сформированность знаний, умений или навыков (компетенций) обучающегося по результатам конкретного контролируемого раздела дисциплины. Максимальная общая сумма баллов по результатам всех форм Текущего контроля составляет 60 баллов.

Промежуточная/Итоговая аттестация (контроль знаний) проводится в форме экзамена, включающего в себя вопросы по темам лекционных занятий, и оценивается до 40 баллов. В результате текущего и промежуточного контроля знаний студенты получают оценку по курсу.

Критерии, используемые при проведении рейтингового контроля для студентов, изучающих дисциплину «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях»:

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	20 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- письменные работы по инструментарию фокус-групп	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55		E	
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А, В	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F, FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК 1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3).

- Плохое владение категориальным языком исследования – (15-19 баллов)
- Недостаточное использование эмпирического материала– (20-24 баллов);
- Погрешности в презентации полученных данных – (25-29 баллов);
- Полнота и достоверность в представлении результатов исследования – (30-35 баллов).

Промежуточная аттестация:

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК 1 (ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3).

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 2 вопроса.

При оценивании ответа на вопросы по лекционному курсу учитывается:

- содержание лекционного курса не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (0-9 баллов);
- содержание лекционного курса освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (10-19 баллов);
- содержание лекционного курса освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (20-29 баллов);
- содержание лекционного курса освоено полностью, ответ построен по собственному плану (30-35 баллов).

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

### **6.1 Список источников и литературы**

#### **Основная литература**

1. Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов. - справочник / под ред. Ж.Т. Гощенко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 – 303-310 с.
2. Горшков М.К. Прикладная социология: методология и методы: учеб. пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. - М.: Альфа-М: Инфра-М, 2009 – 416 с. [Эл. база Znanium]. [Электронный ресурс]: <https://znanium.com/catalog/product/147600>
3. Белановский С.А. Метод фокус-групп. М. Никколо-Медиа, 2007
4. Крюгер Р.А., Кейси М.Н. Фокус-группы: практическое руководство. Пер. с англ. М. Вильямс. 2003 – 256 с.
5. Мельникова О.Т. Фокус-группы: Методы, методология, модерирование. Учебное пособие. М., 2007 – 320 с.
6. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью. Перевод с английского Т.Н.Федоровской //Под редакцией к.э.н. А.Белановского, М., 1991 – 88 с.

7. Герасимова К. Г. Маркетинговые коммуникации: социологическое обеспечение и практическая реализация: учебное пособие / К. Г. Герасимова, Д. В. Гюль, И. Е. Финкельштейн; Министерство науки и высшего образования РФ, Самарский национальный исследовательский университет им. С. П. Королева – 2022
8. Смирнова, Т. Н. Социология маркетинга: учебное пособие / Т. Н. Смирнова; Министерство науки и высшего образования РФ, Тверской государственный технический университет, 2023 – 83 с.
9. Mellet, K. Marketing: a sociological approach / K. Mellet; translated by A. Brown. — Cambridge: Polity Press, 2025 – 160 с.
10. Масленкова, Н. А. Исследовательское сопровождение цифрового маркетинга: учебный курс для социологов: учебное пособие / Самарский университет, 2024 – 68 с.
11. Гарифзянова, А. Р. Маркетинг: маркетинговые исследования: учебно-методическое пособие / А. Р. Гарифзянова. — Казань: КФУ, 2024

#### **Дополнительная литература:**

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., Аспект Пресс, 2017 – 363 с.
2. Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В. Фокус-группы как метод социальнопсихологического исследования. – М.: Магистр, 1997.
3. Крюгер Р.А., Кейси М.Н. Фокус-группы: практическое руководство. Пер. с англ. М. Вильямс. 2003.
4. Лебедев П. Онлайн-фокус-группы. Возможности ограничения и особенности процедуры. М., Проспект, 2017 – 144 с.
5. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании. Методология и техники качественных исследований в социальной психологии. М. Академия. 2003 – 272 с.
6. Албаев А.Л., Боровикова Т.В., Гуриева М.Т. Современные тенденции трансформации маркетинга: монография / Министерство науки и высшего образования РФ, РГГУ, 2025 – 225 с.
7. Гайдук В.И. Инновационный маркетинг / Краснодар: КубГАУ, 2024 – 257 с.
8. Часовская Л. А. Социология в рекламе и связях с общественностью: учебное пособие / Москва: Научный консультант, 2025 – 152 с.
9. Часовская Л. А. Внутренние коммуникации: инновационные технологии подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью / Москва: Научный консультант, 2025 – 106 с.

## 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
2. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. РОМИР // Режим доступа: <https://romir.ru/>
6. Европейское социальное исследование // Режим доступа: <http://www.ess-ru.ru/>
7. Институт социологии РАН // Режим доступа: <http://www.isras.ru/>
8. Научная библиотека РГГУ // Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
9. Российский мониторинг экономического положения и состояния здоровья // Режим доступа: <http://www.hse.ru/rlms/>
10. Федеральная служба государственной статистики // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
11. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>
12. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
13. European Values Study // Режим доступа: <http://www.europeanvaluesstudy.eu/>
14. World Values Survey // Режим доступа: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>
15. JStor // Режим доступа: <http://www.jstor.org>
16. SAGE Journals // Режим доступа: <http://online.sagepub.com/>
17. The International Social Survey Programme (ISSP) // Режим доступа: <http://www.gesis.org/en/issp/>
18. Znanium: электронная библиотечная система // Режим доступа: <http://znanium.com>
19. Полезные ссылки по социологии. Информационный комплекс РГГУ "Научная библиотека" // Сайт Библиотеки РГГУ // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1134>
20. Консультант Плюс // Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
21. Гарант // Режим доступа: <https://www.garant.ru/>
22. Национальная электронная библиотека (НЭБ) // Режим доступа: [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
23. ELibrary.ru Научная электронная библиотека // Режим доступа: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
24. Электронная библиотека Grebennikon.ru // Режим доступа: [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
25. Cambridge University Press
26. ProQuest Dissertation & Theses Global
27. Taylor and Francis

*Аналитические материалы и статьи, размещенные в журналах:*

1. Социологические исследования <http://www.isras.ru/socis.html>
2. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены [https://wciom.ru/books\\_magazines/zhurnal\\_monitoring/](https://wciom.ru/books_magazines/zhurnal_monitoring/)
3. Экономическая социология <https://ecsoc.hse.ru/>
4. Журнал социологии и социальной антропологии <http://www.jourssa.ru/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые доской, компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со

специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1 Планы семинарских занятий

Проведение практических занятий по дисциплине «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» ставит двуединую цель: учебный аспект целевой установки занятия состоит в закреплении теоретических знаний, полученных в ходе лекций, углубленное изучение наиболее важных проблем курса. Методическая цель практических занятий состоит в развитии у студентов навыков работы с информацией, ее аналитического представления, способности концентрированного излагать информацию и делать самостоятельные выводы, в активизации способности логического и сравнительного анализа, навыков самостоятельной работы.

Практические занятия включают в себя обсуждение проблемных вопросов и практических ситуаций той или иной темы курса; разбор аналитических заданий, выполненных студентами самостоятельно, а также контроль усвоения материала в форме контрольной работы и тестов.

План занятий содержит перечень дискуссионных вопросов, а также перечень заданий для самостоятельной работы, список источников, и литературы, необходимой для подготовки.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы содержат перечень и описание заданий, которые студенту предстоит выполнить самостоятельно, также в методических рекомендациях указываются сроки выполнения заданий и источники информации, на которые необходимо опираться для выполнения заданий.

	<b>Раздел и тема дисциплины</b>
1	Метод фокус групп: история развития метода, отличия от других качественных методов.
2	Дизайн исследования с применением метода фокус-групп.
3	Разновидности фокус-групп. Специфика фокус-групп для социологических и маркетинговых исследований. Онлайн и оффлайн фокус-группы (схожесть и различия форматов в зависимости от среды проведения).
4	Подготовка инструментария для фокус-групп.
5	Проведение фокус-групп. Роль модератора в фокус-группе.
6	Анализ данных фокус-групп.
7	Оценка качества отчета и презентация данных.

### 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.) содержатся на сайте Информационного комплекса РГГУ «Научная библиотека» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://liber.rsuh.ru/?q=node/63>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» входит в вариативную часть профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» (бакалавриат).

Дисциплина «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» реализуется для студентов 3 курса направления подготовки 39.03.01 «Социология» (бакалавриат) в шестом семестре учебного года.

**Целью** освоения дисциплины «Фокус-группы в социологических и маркетинговых исследованиях» является подготовить высококвалифицированного специалиста, обладающего знаниями об особенностях постановки и проведения эмпирических исследований и владеющего практическими навыками конструирования и использования метода фокус-групп.

Для реализации обозначенной цели в процессе преподавания необходимо решение следующих **задач**:

- Знакомство студентов с понятийным аппаратом дисциплины, основными подходами и способами анализа фокус-групповых интервью;
  - Знакомство студентов с основными подходами к составлению дизайна фокус-группового исследования, составлению гайда (сценария), технического задания на рекрут респондентов фокус-групп, правил оформления транскриптов, анализ полученных данных;
  - Обучить студентов методике организации и проведения фокус-групп в социологических и маркетинговых исследованиях;
  - Включить студентов в активную исследовательскую и аналитическую деятельность: по анализу результатов эмпирических исследований по материалам фокус-групп;
  - Обучить составлять отчеты по итогу, проведенных фокус-групп в различных форматах в соответствии с требованиями конечного потребителя результата, в том числе с использованием инфографики, изложения выводов в схемах и других видах визуализации.
- Обучить навыкам оформления отчетных документов по проекту.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:**

- ✓ ПК-1. Способен анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований.

- ✓ ПК 2. Способен планировать и проектировать фундаментальные и прикладные социологические исследования.

*В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:*

*Знать:*

- историю и методику проведения фокус-групп;
- основные подходы к составлению дизайна фокус-группового исследования и его планирования;
- основные приемы проведения фокус-группы и разработки стимульного материала;
- основные подходы и способы анализа фокус-групповых интервью;
- различные форматы представления данных фокус-групп;
- основы работы с документами.

*Уметь:*

- составлять программу фокус-группового исследования, гайд (сценарий), техническое задание на рекрут респондентов на фокус-группы, правила оформления транскриптов, анализировать полученные данные;
- анализировать результаты эмпирических исследований по фокус-группам и составлять отчеты по итогу, проведенных фокус-групп в различных форматах в соответствии с требованиями конечного потребителя результата;
- выдвигать гипотезы исследования, обнаруживать инсайты;
- перерабатывать изначальный бриф заказчика в программу фокус-групп, принципы согласования и защиты дизайна исследования формата предоставления конечного отчета.

*Владеть:*

- понятийным аппаратом дисциплины;
- методикой организации и проведения фокус-групп в социологических и маркетинговых исследованиях;
- инструментарием проведения фокус-группового интервью;
- навыками систематизации данных, принципам инфографики, изложения выводов в схемах и других видов визуализации.
- навыками оформления отчетных документов по проекту.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки выполнения заданий на практических занятиях, оценка самостоятельной работы студентов, которая выполняется в виде рефератов, эссе, творческих, аналитических, командных заданий. Промежуточный контроль в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.