



**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
"Национальный исследовательский университет  
"Высшая школа экономики"**

Факультет социальных наук  
Департамент социологии

**Рабочая программа дисциплины  
«Фокус-группы и анализ качественных данных»**

для образовательной программы  
«Прикладные методы социального анализа рынков»  
направления 39.04.01 Социология  
магистр

Разработчики программы

Запорожец Оксана Николаевна, к.соц.н., доц., ozaporozhets@hse.ru  
Полухина Елизавета Валерьевна, к. соц. н., ст. преподаватель, epolukhina@hse.ru

Одобрена на заседании департамента социологии «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.  
Руководитель департамента А.Ю. Чепуренко \_\_\_\_\_

Рекомендована Академическим советом образовательной программы магистратуры  
«Прикладные методы социального анализа рынков» «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.,  
№ протокола \_\_\_\_\_

Утверждена «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.

Академический руководитель образовательной программы магистратуры «Прикладные  
методы социального анализа рынков» Д.Х. Ибрагимова \_\_\_\_\_

Москва, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями  
университета и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика программы.*



## Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 39.04.01 «Социология» подготовки магистра (1-го курс), изучающих дисциплину «Фокус-группы и анализ качественных данных».

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ» по направлению 39.04.01 «Социология» подготовки магистра [http://www.hse.ru/data/2015/05/08/1098813788/ОС\\_маг\\_Социология\\_зам.pdf](http://www.hse.ru/data/2015/05/08/1098813788/ОС_маг_Социология_зам.pdf);
- Образовательной программой 39.04.01 «Прикладные методы социального анализа рынков» подготовки магистра
- Рабочим учебным планом магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» (направление 39.04.01 «Социология» подготовки магистра), утверждённым в 2016 г.

## Цели освоения дисциплины

Курс «Фокус группы и качественный анализ данных» предполагает формирование представлений, знаний и навыков самостоятельного использования метода фокус-групп и стратегий анализа собранных данных.

Курс способствует пониманию поэтапной стратегии проведения качественного социологического исследования на примере фокус группы и основных стратегий сбора/анализа данных (обоснованной теории, аналитической индукции, качественного контент-анализа).

В ходе курса у студентов должны сформироваться навыки самостоятельной разработки аналитических инструментов качественного исследования и творческой адаптации существующих алгоритмов исследования

Освоение особенностей качественного анализа в рамках курса происходит в ходе самостоятельного и группового анализа учебных кейсов и данных собственных исследовательских проектов.

## Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Компетенция	Код по порядку	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и	СК –1	- демонстрирует понимание базовых	- выполнение домашних заданий



способы деятельности (формируется частично)		принципов методологии и техники качественного исследования	на базе исследовательских кейсов
Способен предлагать концепции, модели, изобретать и апробировать способы и инструменты профессиональной деятельности (формируется частично)	СК-2	- самостоятельно реализует учебные кейсы, позволяющие развить профессиональные навыки проведения фокус- групп и их анализа	- чтение литературы по курсу, групповая работа, семинарские занятия
Способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности (формируется частично)	СК-3	- усвоение базовых принципов и методов анализа данных на уровне, позволяющем самостоятельно реализовывать исследования с использованием метода фокус- групп	-лекции, семинарские занятия
Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности(формируется частично)	СК-6	- применяет аналитические принципы на практике, реализует учебные кейсы, позволяющие развить профессиональные навыки проведения и анализа фокус- групп	- чтение литературы по курсу, групповая работа, анализ кейсов
Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде (формируется частично)	СК-8	-демонстрирует теоретические знания из международных источников по методологии и технике анализа фокус- групп -самостоятельно реализует учебные кейсы, позволяющие развить профессиональные навыки проведения и анализа фокус- групп	-лекции, семинарские занятия, выполнение домашних заданий на конкретных исследовательских кейсах
Способен использовать методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной,	ПК-2	- усвоение базовых принципов и методов анализа данных на уровне, позволяющем	-лекции, семинарские занятия



консалтинговой и аналитической деятельности (формируется частично)		самостоятельно реализовывать исследования с использованием метода фокус- групп	
Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий (формируется частично)	ПК-3	-демонстрирует понимание целей и задач исследований, где целесообразно применение метода фокус- групп и адекватных аналитических процедур	-семинарские занятия, выполнение домашних заданий
Способен руководить социальными проектами в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений (формируется частично)	ПК-6	-демонстрирует понимание комплексности процесса исследования, специфики целей и задач исследований с применением фокус- групп и соответствующих процедур анализа	-чтение литературы по курсу, семинарские занятия, выполнение домашних заданий
Способен свободно общаться на иностранных языках для целей профессионального и научного общения (формируется частично)	ПК-8	- понимает англоязычную академическую лексику по методам анализа и сбору данных с помощью фокус-групп	- чтение иностранной литературы по курсу, семинарские занятия, написание эссе
Способен оформлять и представлять результаты деятельности с использованием методов, методик и приемов презентации результатов (формируется частично)	ПК-9	-создание презентаций и аналитических материалов по итогам использования метода фокус-групп и способов его анализа	- подготовка и защита презентации во время семинарских занятий, написание эссе
Способен использовать социологические методы	ПК-13	-усвоение методов анализа данных на	-выполнение домашних заданий,



исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (формируется частично)		уровне, позволяющем самостоятельно реализовывать исследования с использованием метода фокус- групп	написание итогового эссе
--	--	--	--------------------------

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» настоящая дисциплина входит в базовую часть.

Изучение данной дисциплины основано на следующих дисциплинах:

- Современная социологическая теория: модели объяснения и логика социологического исследования
- Качественные методы социологических исследований
- Анализ социологических данных 1, 2

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- Знать теоретические основания и базовые принципы качественной методологии социологического исследования
- Владеть навыками разработки дизайна, проведения качественного социологического исследования, анализа полученной информации
- Использовать навыки проведения качественного социологического исследования

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Научный семинар

	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	
1	Фокус группы как качественный метод: общий обзор	12	2	-	10
2	Модификации фокус- групп.	12	2	-	10
3	Дизайн исследования с применением метода фокус-групп	12	2	-	10
4	Разработка гайда фокус-группы: виды и специфика	21	2	4	15
5	Проективные методики, их виды и познавательные возможности	16	2	4	10
6	Участники фокус-группового исследования. Особенности приглашения информантов. Анкета- скринер.	16	2	4	10
7	Проведение фокусированного группового интервью	16	-	6	10



8	Введение в анализ качественных данных: теоретические основания, основные виды и история разработки аналитических процедур	12	2	-	10
9	Grounded theory как стратегия и метод исследования. Основные аналитические процедуры GT	27	4	8	15
10	Качественный контент-анализ	16	2	4	10
11	Аналитическая индукция	14	2	2	10
12	Представление результатов анализа: аналитический отчет и исследовательская статья	16	2	4	10
	<b>Всего часов</b>	<b>190</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>130</b>

### Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год	Параметры
		2-3	
Текущий. Накопленная оценка за 1-ую часть курса	Работа на семинарах	2	Участие в обсуждении и доклады на семинарах
	Контрольная работа	2	Текст объемом 3000 слов. Выполняет коллектив авторов по результатам проведенного фокус-группового исследования
	Эссе/перевод статьи	2	Эссе объемом 3000 слов, посвященное тематике фокус-групп. Тематика эссе и статья для перевода согласовываются с преподавателем
Текущий. Накопленная оценка за 2-ую часть курса	Эссе	3	Эссе объемом 3000 слов, посвященное одной из аналитических процедур качественной социологии и ее применению к собственной коллекции качественных данных
	Работа на семинарах	3	Участие в обсуждении
Итоговый	Экзамен	3	Презентация результатов самостоятельного исследования (основанного на проведении фокус группы или данных из личного архива) и последующего анализа ее результатов с помощью одной из рассматриваемых в курсе аналитических процедур

$$O_{\text{результ итог}} = 0,4^* \text{ Оценка за 1-ю часть} + 0,4^* \text{ Оценка за 2-ю часть} + 0,2^* \text{ Оценка за экзамен}$$

### Критерии оценки знаний, навыков

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

Округление оценок происходит по принципу ближайшего целого — число округляется до целого, модуль разности с которым у этого числа минимален. В общем случае, когда число в десятичной системе округляют до N-ого знака, правило может быть



сформулировано следующим образом: если  $N+1$  знак  $< 5$ , то  $N$ -ый знак сохраняют, а  $N+1$  и все последующие обнуляют; если  $N+1$  знак  $\geq 5$ , то  $N$ -ый знак увеличивают на единицу, а  $N+1$  и все последующие обнуляют. Например:  $11,9 \rightarrow 12$ ;  $-0,9 \rightarrow -1$ ;  $-1,1 \rightarrow -1$ ;  $2,5 \rightarrow 3$ .

На передаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль, за исключением случая написания нового эссе.

В целом, **оценка за семинары** складывается из следующих видов работ:

Участие в обсуждении темы, раскрывающее знакомство студента с литературой по теме, способность формулировать и аргументировать собственную позицию, оппонировать другим позициям

Анализ учебных кейсов

Анализ собственных исследовательских материалов

Участие в обсуждении докладов и проектной работы

Подготовка докладов

Посещаемость

**Контрольная работа** - это отчет о проведенном исследовании с помощью метода фокус-групп, содержит детальное описание методологии, обзор проблемы, методы сбора и анализа, инструменты, основные содержательные выводы и рефлексии авторов относительно приобретенного опыта. Объем работы – не менее 3 тысячи слов. За данную контрольную работу ставится общая (одинаковая для всех) оценка.

**Критерии оценивания эссе:**

- стиль и внутренняя организация (оцениваются ясность, упорядоченность, согласованность и логичность изложения);

- знакомство с источниками (оценивается знакомство с литературой по курсу или разделу курса, материалами лекций или практических занятий, умение творчески использовать различные источники и ссылаться на них);

- корректность использования аналитических процедур (обоснование необходимости и возможности их применения), транспарентность и обоснованность выводов анализа эмпирических данных.

**Оценивание итоговой презентации:**

- владение логикой выбранной аналитической процедуры

- знакомство с понятийным аппаратом выбранной аналитической процедуры

- аргументированное и корректное использования выбранной аналитической процедуры в ходе анализа и представления результатов

## Содержание дисциплины

### I часть. Фокус-группы как метод сбора данных

#### 1. Метод фокус групп: общий обзор.

1. Обзор структуры курса.

2. История развития метода фокус-групп.

3. Современное представление о методе фокус-групп как методе сбора качественных данных: возможности и ограничения, специфика метода. Сферы применения метода фокус-групп как качественного метода.



### **Обязательная литература.**

1. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М. 1998. С.289.
2. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл. 2003. С. 28 – 86.
3. Ковалев Е.М., Штейнтерг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос. 1999.
4. Наниешвили Б. Фокус-группы как метод качественных маркетинговых исследований. Практический маркетинг. №8-9. 1998.

### **2. Модификации фокус-групп. Особенности метода фокус-групп: отличия от других качественных методов и разновидности.**

1. Особенности исследовательского процесса в качественном и количественном исследованиях.
2. Сравнительная характеристика фокус-групп в ряду других методов качественного исследования.
3. Виды фокус-групп (различия в получаемых данных и в целях анализа в зависимости от вида проведенной фокус-группы).

### **Обязательная литература.**

1. Ключкина О.Б. Познавательные возможности фокусированного группового интервью. (От сбора данных к интерпретации.) Возможности использования качественной методологии в гендерных исследованиях. М: МЦГИ. 1997. С. 85-102.
2. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании. М. 2003. С.10-38
3. Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М. 1998. С. 10- 42
4. Березин И. О сходстве и различиях между маркетинговыми и социологическими опросами. Практический маркетинг. №81 (11). 2003.
5. Наниешвили Б. Применение глубинных интервью в маркетинговых исследованиях. Практический маркетинг. №1. 1999.

### **3. Дизайн исследования с применением метода фокус-групп.**

1. Определение целей и задач фокус-групп для проведения конкретного социологического и маркетингового исследования.
2. Разработка технического задания для проведения исследования с использованием метода фокус-групп.
3. Планирование полевой и аналитической части исследования. Этапы, участники исследовательского процесса и их сферы ответственности.

### **Обязательная литература.**

1. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании. М. 2003. С. 63-88.
2. Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М. 1998. С. 42 – 61.
3. Маслова С.В. Фокус-группы как предмет спроса на рынке услуг // Практический маркетинг № 10 (56). 2001.

**4.Разработка гайда фокус-группы: виды и специфика.** Основные принципы формулировки вопросов, их последовательность, структура. Динамика раскрытия исследуемых вопросов. (Как и почему модератор отходит от логики вопросов в гайде – допустимые и недопустимые случаи.)





#### **Обязательная литература.**

4. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании. М. 2003. С. 63-88.
5. Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М. 1998. С. 42 – 61.
6. Маслова С.В. Фокус-группы как предмет спроса на рынке услуг // Практический маркетинг № 10 (56). 2001.

#### **5.Проективные методики, их виды и познавательные возможности. Общая типология проективных методик.**

#### **Обязательная литература.**

1. Фоломеева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология 4М. №17. 2003.

#### **6.Участники фокус-группового исследования. Особенности приглашения информантов. Анкета- скринер.Проведение фокусированного группового интервью. Организационные особенности проведения фокус-групп (помещение, организация пространства, формы записи групповой дискуссии, приемы, повышающие комфортность обстановки). Групповая динамика на фокус-группах.**

#### **Обязательная литература.**

1. Маслова С.В. О влиянии субъективного фактора при использовании метода фокус-групп. Практический маркетинг №54. 2001.
2. Маслова С.В. Роли модератора фокус-групп. Возможности и границы. Практический маркетинг. №55. 2001.

#### **Дополнительная литература.**

3. Рудестам К.. Групповая психотерапия. М. 1990. С. 16 – 62.
4. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос. 1999.
5. Merton R., Fiske M., Kendall P. Z. The Focused Interview. A Manual of Problem and Procedures. Glencoe, Ill, The Free Press. 1956. 1990.

### **II часть. Аналитические процедуры и стратегии анализа качественных данных**

#### **7.Введение в анализ качественных данных**

Теоретические основания и эпистемологические принципы качественных исследований, основные виды и история разработки аналитических процедур.

#### **Литература**

Becker H. (1996) The Epistemology of Qualitative Research // Jessor R., Colby A.,Schweder R.(eds.) Essays on Ethnography and Human Development. Chicago: University of Chicago Press.

Lincoln Y., Lynham S., Guba E. (2011) Paradigmatic Controversies, ConflictsandEmergingConfluences// Lincoln Y., Denzin N. The SAGE Handbook of Qualitative Research. Sage Publications.

#### **Дополнительная литература**



Готлиб А.С. (2002) Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Самара.

Семенова В.В. (1998) Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет. Гл. VI, VII.

## **8. Обоснованная теория как стратегия и метод исследования. Основные аналитические процедуры GT**

Лекция – 6 часов

Основные принципы стратегии. Начало построения теории: открытое кодирование (понятие кода, фокусированное и построчное кодирование как разновидности открытого кодирования). Написание аналитического мемо. Построение аналитических диаграмм как процедура анализа. Осевое кодирование как процедура качественного насыщения категорий и установления их количественной представленности. Выборочное кодирование - выдвижение и верификация гипотез о каузальных связях. Теоретическая выборка. Анализ познавательных возможностей и ограничений обоснованная теория.

Семинар – 8 часов

Семинар предполагает анализ учебных кейсов, а также собственных исследовательских материалов для понимания специфики аналитических процедур обоснованной теории. Первый этап семинара включает групповую аналитическую работу, в рамках которой анализируются учебные кейсы. Студенты выполняют следующие задания: открытое кодирование учебного интервью, написание аналитического мемо к наиболее значимым кодам, построение аналитической диаграммы на примере учебного интервью, групповое обсуждение конкретных примеров процедур открытого кодирования, апробация выборочного кодирования. Второй этап семинара посвящен аналитической работе участников с собственными исследовательскими материалами, он проходит в режиме индивидуальной работы и консультирования с последующим групповым обсуждением аналитических выводов, рефлексии используемых процедур обоснованной теории.

### **Литература**

1. Страус А., Корбин Д. (2001) Основы качественного исследования. Обоснованная теория. Процедуры и техники. М.: УРСС.
2. Bryant, A., Charmaz, K. (eds.) (2006) The Sage Handbook of Grounded Theory. Sage Publications. Part 1.
3. Charmaz K. (2006) Constructing Grounded Theory. A Practical Guide Through Qualitative Analysis. Sage Publications. Pp. 1-12, 177-200.

## **9. Качественный контент-анализ**

Лекция – 2 часа

Особенности использования контент-анализа в качественных исследованиях: адаптация методики, критика и апологетика метода. Виды качественного контент-анализа: конвенциональный, направленный и суммативный, - их различия и особенности применения.

Семинар – 4 часа

Студенты апробируют каждый из видов качественного контент-анализа на материалах ранее проведенного фокусированного группового интервью. По итогам применения сравниваются эвристические возможности и ограничения каждого из видов контент-анализа.

### **Литература**



Hsieh H.-F., Shannon S.E. Three Approaches to Qualitative Content Analysis // Qualitative Health Research. Vol. 15 (9), November 2005.

Mayring P. Qualitative Content Analysis // Forum: Qualitative Social Research. Vol. 1 (2), Art. 20 – June 2000.

Доступно по адресу: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2385>

## **10. Аналитическая индукция**

Лекция – 2 часа

История создания и развития метода. Критика и ревизия аналитической индукции. Сравнение аналитической индукции и других стратегий качественного анализа.

Семинар – 2 часа

Студенты апробируют аналитическую индукцию на материалах ранее проведенного фокусированного группового интервью. По итогам применения сравниваются эвристические возможности и ограничения различных аналитических стратегий.

### **Литература**

Hammersley M. (2004) Analytic induction // Lewis-Beck M., Bryman A., Liao T. F. (eds.) Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods. Volume 1, Thousand Oaks CA, Sage.

Hammersley M. (2010) A Historical and Comparative Note on the Relationship Between Analytic Induction and Grounded Theorising // Forum: Qualitative Social Research. Vol. 11 (2), Art. 4 – May 2010

Smelser N.J., Baltes B. (eds.) (2001) Analytic Induction // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences. Oxford.

## **11. Представление результатов анализа: аналитический отчет и исследовательская статья**

Лекция – 2 часа

Логики и стили письма в качественной социологии. Построение композиции и основные разделы исследовательской статьи. Цитирование и его функции в аналитических текстах. Текст как инструмент обратной связи с исследуемыми сообществами. Аналитический отчет: правила построения, стиль, основные разделы, необходимые приложения.

Семинар – 4 часа

Студенты представляют фрагмент аналитического текста, написанного по материалам анализа материалов фокус групп. На занятии обсуждается соответствие текста различным логикам построения исследовательской статьи, определяется корректность и обоснованность цитирования, описания исследовательской процедуры.

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

### **Базовые учебники**



1. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью: Пер. с англ./ Под ред. Белановского С. А. М.: Институт Молодежи. 1991.
2. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. Алетейя. 2009. С. 352.
4. Liamputton P. Focus Group Methodology. Principle and Practice. Sage Publications. 2011.P. 224.
5. Страус А., Корбин Д. (2001) Основы качественного исследования. Обоснованная теория. Процедуры и техники. М.: УРСС.

### Дополнительная литература

1. Белановский С.А. Метод фокус-групп. М.: Открытое общество. 1997.
2. Березин И. О сходстве и различиях между маркетинговыми и социологическими опросами // Практический маркетинг. №11 (81). 2003.
3. Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В. Фокус-группы как метод социально-психологического исследования. Москва: Магистр. 1997.
4. Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М. 1998.
5. Дмитриева Е.В. Метод фокус-групп в социологии и маркетинге. М.: Центр. 1998.
6. Рудестам К. Групповая психотерапия. М. 1990.
7. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл. 2003.
8. Киселева И. П. Информативно-целевой анализ текста свободного интервью // Социологический журнал. 1994. №3. С. 110-116.
9. Ключкина О.Б. Познавательные возможности фокусированного группового интервью. (От сбора данных к интерпретации.) // Возможности использования качественной методологии в гендерных исследованиях. М: МЦГИ, 1997. С. 85-102.
10. Ключкина О.Б. Построение теории на основе качественных данных: страницы истории методологического подхода // Социологические исследования. №10. 2000.
11. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос. 1999.
12. Маслова С.В. О влиянии субъективного фактора при использовании метода фокус-групп // Практический маркетинг. № 8(54). 2001.
13. Маслова С.В. Роли модератора фокус-групп. Возможности и границы // Практический маркетинг. № 9 (55). 2001.
14. Маслова С.В. Фокус-группы как предмет спроса на рынке услуг // Практический маркетинг. № 10 (56). 2001.
15. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании. М. 2003.
16. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью: Пер. с англ./ Под ред. Белановского С. А. М.: Институт Молодежи. 1991.
17. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью: Пер. с англ./ Под ред. Белановского С. А. М.: Институт Молодежи. 1991.
18. Мещеркина Е. Феминистский подход к интерпретации качественных данных // Введение в гендерные исследования. Учебное пособие. Часть 1. Харьков: ХЦГИ, СПб: Алетейя, 2001. С. 218-220.
19. Нанишвили Б. Применение глубинных интервью в маркетинговых исследованиях // Практический маркетинг. №1. 1999.
20. Семенова В.В. Качественные методы. Введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет. 1998.
21. Фоломеева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология 4М. №17. 2003.



22. Calder B. J. Focus Groups and the Nature of Qualitative Marketing Research // Journal of Marketing Research. Vol. XIV. N 3. 1977.
23. Glaser B., Strauss A. The Discovery of Grounded Theory. Chicago: Aldine Publishing, 1967.
24. Goldman A. E., McDonald S. S. The Group Depth Interview: Principles & Practice. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 1987.
25. Krueger R. A. Focus Group: A Practical Guide for Applied Research. Newbury Park, CA, 1988.
26. Merton R., Fiske M., Kendall P. Z. The Focused Interview. A Manual of Problem and Procedures. Glencoe, III, The Free Press. 1956.
27. Miles M., Huberman A. Qualitative Data Analysis. Thousands Oaks, CA et al.: Sage. 1994.
28. Morgan D. L. Focus Group as Qualitative Research. Newbury Park, Sage Publications. 1988.
29. Morgan D. L., Krueger R.A. The focus group kit. Thousand oaks at all.: Sage. Vol. 1-6. 1998.
30. Sacks H. Lectures on Conversation. /Ed. by G. Jefferson, introduction by E. Schegloff. Oxford: Basil Blackwell. 2 volumes. 1992.
31. Stewart D.W. & Shamdasani P.H. Focus groups. Theory and Practice. L., N.Y.: The International Professional Publishers, 1990.
32. Successful Focus Groups. Advancing the state of the Art. Ed. by D. Morgan. Newbury Park etc.: Sage. 1993.
33. Templeton J. F. Focus Groups: A Guide for Marketing and Advertising Professionals. Chicago: Probus. 1994.