

**Программа учебной дисциплины Научно-исследовательский семинар
«Основы научно-проектной работы»**

Утверждена
Академическим советом ОП «Интегрированные коммуникации»
Протокол № 1 от «7» мая 2018 г.

Автор	Логунова Ольга Сергеевна ologunova@hse.ru Пронкина Елена Сергеевна epronkina@hse.ru
Число кредитов	8
Контактная работа (час.)	132
Самостоятельная работа (час.)	172
Курс	1
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

**I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И
ПРЕРЕКВИЗИТЫ**

Основная цель курса «Научно-исследовательский семинар «Основы научно-проектной работы» – обеспечить формирование углубленных навыков академической работы, начиная с этапа выдвижения и формулирования рабочей гипотезы, выработки методологических и методических оснований, подготовку и проведение исследований и подготовки курсовой работы, курсового проекта и магистерской диссертации.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- Структуру научного исследования
- Способы проблематизации темы исследования и теоретизации проблемы
- Способы формулирования гипотезы и её операционализации.
- Основные методы исследовательской деятельности в области коммуникативистики
- Академические нормы

уметь:

- Работать с источниками
- Оформлять научное исследование: составлять оглавления исследовательского труда, правильно применять различные формы ссылок, составлять список используемой литературы и источников.
- Применять научную методику в исследовании

владеть:

- Основными методологическими навыками академического исследования для успешного написания и защиты курсовой работы, курсового проекта и магистерской диссертации

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при подготовке курсовой работы, курсового проекта и магистерской диссертации.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1 Модуль:

Тема 1. Введение в методологию научного исследования. Общие принципы научного исследования.

Понятие научного исследования и методологии науки. Функции научного исследования. Исследование как способ решения проблемы. Типы исследований и их особенности. Теоретическое и эмпирическое исследование. Академический текст как форма существования научного знания. Различные формы академического текста: отчет об исследовании, учебная работа, эссе, реферат, научная статья. Курсовая работа и курсовой проект.

Тема 2. Структура научного исследования: основные понятия

Проблема научного исследования. Цели и задачи научного исследования. Объект и предмет научного исследования. Логика научного исследования. Концептуализация и операционализация понятий в научном исследовании. Формирование гипотез исследования. Взаимосвязь теоретического и эмпирического уровней научного исследования.

Тема 3. Технология подготовки курсовой работы и курсового проекта

Особенности презентации результатов исследования в рамках курсовой работы и курсового проекта. Обзор литературы и основные требования к нему в рамках курсовой работы и курсового проекта. Структура обзора литературы. Постановка исследовательского вопроса в рамках курсовой работы. Определение задач исследования исходя из ТЗ в рамках курсового проекта. Нормы академического письма.

Тема 4. Особенности работы с источниками

Поиск релевантных источников. Особенности составления библиографии. Техника чтения научного текста. Работа с базовыми понятиями. Критическое мышление. Научная дискуссия и поиск проблемы исследования. Реконструкция аргумента исследователя. Аналитический разбор статьи.

Тема 5. Основные академические нормы

Этика академического исследования. Плагиат. Цитирование. Основные правила библиографического описания. Различные системы ссылок. Российские и международные стандарты. Нормы академического письма.

Тема 6. Типы дизайна исследования

Типы исследования: количественное, качественное, смешанное. Понятие измерения в науке. Экспериментальный дизайн. Логика проведения количественного, качественного и смешанного исследования в области коммуникаций: цели, задачи, процедура, анализ данных и представление результатов.

2 Модуль:

Тема 1. Контент-анализ в науке о коммуникациях: парадигмальные рамки и примеры использования

Способы классификации коммуникативных теорий Основные подходы к теории коммуникации и коммуникационные методы в каждом из них. Новый взгляд на теорию и методологию: семь коммуникационных традиций в матрице Р.Крейга и возможности использования контент-анализа в каждой.

Семиотическая и социо-культурная парадигма Соотношение коммуникативной традиции и методов исследования.

Тема 2. Программа исследования: структура, этапы и логика исследования

Исследование в коммуникативистике: понятие, структура, виды, функции. Особенности качественной и количественной методологии. Разработка методологии эмпирического исследования. Составные части методологического блока исследования: исследовательская ситуация, проблема исследования, соотношение социальной проблемы и исследовательской, объект исследования (теоретический и эмпирический), предмет исследования, цели и задачи исследования. Различия в методологическом блоке программы в зависимости от типа выбранной методологии (качественной или количественной).

Тема 3. Концептуализация и измерение в количественном подходе: концептуальная модель, конструирование показателей и индикаторов. Основы построения выборки

Понятия и концепты исследования. Интерпретация и операционализация. Роль гипотез, статистические и исследовательские гипотезы. Методическая часть программы. Методы сбора данных. Методики измерения. Инструментарий. Пилотаж. Организация поля и решение проблем доступа. Обсуждение – анализ исследований с использованием метода контент-анализа.

Тема 4. Методы анализа текстовой информации. Контент – анализ: понятие, область применения, типы

Анализ документов. Контент-анализ текстов: понятие, область применения, типы. Виды документов. Выбор источников данных. Выбор формата контент-анализа в зависимости от задач исследования: интерактивное обсуждение вариантов на примере кейсов. Работа в мини-группах – пилотаж инструментария (просмотр видео-фрагментов, обсуждение)

Тема 5. Основные этапы контент-анализа

Основные этапы контент-анализа: программа, категории анализа, единицы счета, кодирование, обработка данных, выводы. Принципы формирования выборки. Примеры использования метода контент-анализа для анализа СМИ (Лассуэл и др.). Разбор кейсов – категории анализа и единицы счета. Работа в мини-группах: кодировка фрагментов текста (новостная лента СМИ).

Тема 6. Анализ и интерпретация данных

Возможности и ограничения программ обработки данных, подготовка инструментария для ручной кодировки. Общие принципы аналитического описания. Осмысление результатов. Первичное описание текстовых данных. Категоризация. Выбор единиц анализа текста. Проверка надежности данных. Триангуляция.

3 Модуль:

Тема 1. Введение в маркетинговые исследования. Определения, этика. Типы маркетинговых исследований

Определение и задачи проведения исследований. Основные участники исследовательского процесса. История маркетинговых исследований в России и в мире. Этика маркетинговых исследований. Права респондентов по кодексу ESOMAR. Типы исследований: по праву собственности, по периодичности, по объекту, по виду сбора и обработки информации. Основные различия между качественными и количественными исследованиями.

Семинарское занятие 1. Принципы выбора релевантного исследовательского метода. Практическое задание: «Выбор оптимального метода для проведения исследования». Дискуссия: преимущества и недостатки качественных и количественных методов исследования для решения конкретной исследовательской задачи.

Тема 2. Методы количественных исследований

Личные интервью по месту жительства, личные интервью в специально арендованном помещении (холл-тест), самозаполнение онлайн, телефонные интервью. Интервью с использованием компьютеров и планшетов. Плюсы и минусы методов. Факторы, влияющие на выбор метода исследования. Типология вопросов в анкете. Типология шкал. Особенности анкеты для различных способов опроса.

Семинарское занятие 2. Методы количественных исследований Литература:

Тема 3. Сегментационные исследования

Различные подходы к сегментации. Применение результатов сегментационных исследований.

Семинарское занятие 3. Работа с результатами сегментационных исследований.
Закрепление навыков интерпретации данных

Тема 4. Исследования покупателей

Использование современных технологий в исследованиях покупателей- eyetracker, виртуальный магазин. Особенности методологии, анкета, анализа

Семинарское занятие 4. Практическое задание «использование современных методов исследования покупателей»

Тема 5. Исследования по выводу нового продукта на рынок

Тестирование концепции, упаковки, продукта. Ценовые исследования. Особенности методологии, анкета, анализа

Семинарское занятие 5. Обучение практической работе с данными, закрепление полученных навыков.

Темы 6-7. Исследования в рекламе.

Тестирование рекламы (пре-тесты). Особенности методологии, анкета, анализа. Эффективность рекламы. Трекинги здоровья марки

Семинарское занятие 6. Исследования в рекламе. Обсуждение практических кейсов

Тема 8. Фокус группы и глубинные интервью: виды, особенности проведения, роль модератора

Типология фокус групп. Понятие групповой динамики, основные этапы группы (знакомство, разогрев, получение основной информации, завершение). Роль модератора: что должен знать и уметь модератор. Типология модераторов. Умение правильно задавать вопросы и слушать респондентов. Возможные сложности в управлении группой и пути их преодоления. Типология респондентов: умение работать с трудными респондентами. Особенности глубинного интервью, как исследовательского метода: задачи, которое решает интервью, преимущества и недостатки по сравнению с фокус группами и другими исследовательскими методами. Процедура проведения глубинного интервью: подготовка, проведение, обработка результатов. Практические аспекты проведения интервью: как расположить собеседника к интервью, какие методики и техники лучше использовать.

Семинарское занятие 7. Подготовка к проведению учебной фокус группы. Распределение ролей и обозначение основных задач и зон ответственности. Просмотр фрагментов фокус групп для формирования представления об основных этапах проведения группы и роли модератора.

Семинарское занятие 8. Проведение учебной фокус группы. Проведение фокус группы согласно заранее распределенным ролям (модератор, респонденты, заказчик). Последующее обсуждение сильных и слабых сторон проделанной работы

Семинарское занятие 9. Проведение учебного глубинного интервью. Ролевая игра: «Респондент - исследователь». Проведение интервью в парах по заранее написанному

гайду. Обмен мнениями и впечатлениями о проделанной работе – выводы и рекомендации для будущей самостоятельной работы.

Тема 9. Гайд проведения интервью / групповой дискуссии: принципы и специфика составления

Особенности структуры гайда, как исследовательского инструмента: основные блоки в структуре гайда. Основные принципы составления правильного и «рабочего» гайда: формулировка вопросов, правильное распределение времени и т.п. Основные ошибки в составлении гайда и пути их преодоления.

Семинарское занятие 10. Подготовка учебного гайда для проведения интервью / фокус группы. Работа с примерами гайдов, подготовленных для различных типов исследования – анализ сильных и слабых сторон образцов гайдов. Самостоятельное написание частей гайда на заданную тему с последующим обсуждением.

Тема 10. Проективные методик и техники в проведении групповой дискуссии / интервью

Задачи и назначение проективных методик и техник в качественном исследовании. Типология проективных методик. Основные принципы проведения и интерпретации проективных методик. Основные проективные методик, используемые в качественном исследовании: направленные ассоциации, коллаж, персонификация, типичный потребитель, планета марок, рисуночные техники и т.д.

Семинарское занятие 11. Освоение принципов работы проективных методик и техник. Работа в мини группах: применение проективных методик на практике. Анализ полученной информации.

Тема 11. Этнография, как метод сбора информации

Понятие этнографического исследования, основные преимущества и сферы использования этнографических исследований. Современные тенденции в проведении этнографических исследований и причины роста популярности данного типа исследований. Виды этнографических исследований (домашние визиты, наблюдения, интервью на рабочем месте, в кафе и т.п.) особенности и специфика проведения. Роль модератора в проведении этнографического исследования. Примеры данных, получаемых в ходе этнографического исследования, и особенности их интерпретации.

Семинарское занятие 12. Особенности работы с этнографическим материалом – фотографии / видео. Работа в мини группах: применение знаний на практике. Анализ полученной информации.

Тема 12. Инновационные подходы в анализе потребителя (онлайн, нейромаркетинг)

Понятие качественного онлайн исследования, основные преимущества и сферы использования онлайн исследований. Современные тенденции в проведении онлайн исследований и причины роста популярности данного типа исследований. Типология онлайн исследований (дневник, форум, комьюнити, sociallistening). Нейромаркетинг – применение в исследованиях, перспективы развития

Семинарское занятие 13. Работа с онлайн данными, особенности анализа полученной информации.

Тема 13. Консалтинговая составляющая в работе исследователя - воркшопы, креативные сессии и т.п.

Роль совместного творчества в создании новых идей. Основные принципы построения клиентского воркшопа и креативных сессий. Функция фасилитатора. Креативные техники и методики для создания инновационных идей.

Семинарское занятие 14. Практическая работа по созданию идей новых продуктов, применение упражнений на практике.

4 Модуль:

Семинарские занятия в 4-м модуле состоят из презентаций и группового обсуждения индивидуальных курсовых работ и курсовых проектов. После презентации каждый студент получает обратную связь от преподавателя.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Оценка за 1 модуль:

$$O1\text{модуль} = 0,6 * O_{\text{ауд}} + 0,4 * O_{\text{экз}}$$

где

$$O_{\text{ауд}} = 0,7 * O_{\text{работа на семинаре}} + 0,3 * O_{\text{тест}}$$

Оработа на семинаре – оценка за аргументированные ответы на вопросы преподавателя, участие в групповых дискуссиях в 1 модуле, подготовка аналитического разбора научной статьи в 1 модуле

Oтест - оценка за выполнение теста по теме «Основные академические нормы» в 1 модуле

Oэкз – оценка за экзамен, проводимый в формате письменного обзора литературы по теме исследования в 1 модуле.

Oауд не округляется. Результирующая оценка округляется арифметическим способом.

Оценка ниже 4 не округляется (напр. 3.9 не округляется в сторону 4).

Оценка за 2 модуль:

Результирующая оценка за итоговый контроль в форме экзамена выставляется по следующей формуле, где Oэкзамен – оценка за работу непосредственно на экзамене, а именно защита группового проекта:

$$O2\text{модуль} = 0,4 * O_{\text{экзамен}} + 0,6 * O_{\text{текущий}}$$

Отекущий= $0,3*O_{\text{кодировка сообщений}} + 0,3*O_{\text{кейс}} + 0,4*O_{\text{работа на семинаре}}$

Текущие оценки не округляются. Результирующая оценка округляется арифметическим способом. Оценка ниже 4 не округляется (напр. 3.9 не округляется в сторону 4).

Оценка за 3 модуль:

$O_{3\text{модуль}} = 0,6*O_{\text{ауд.}} + 0,4*O_{\text{экз.}}$

где

O ауд.- оценка за активность на семинарах в 3 модуле

Oэкз. - оценка за практическое задание, выполненное в форме подготовки учебного гайда Oауд не округляется. Результирующая оценка округляется арифметическим способом. Оценка ниже 4 не округляется (напр. 3.9 не округляется в сторону 4).

Оценка за 4 модуль:

$O_{4\text{модуль}} = 0,4*O_{\text{ауд}} + 0,6*O_{\text{экз}}$

где

Oауд – оценка за активность на семинарах в 4 модуле

Oэкз. – оценка за экзамен, проводимый в формате письменного теста.

Oауд не округляется. Результирующая оценка округляется арифметическим способом.

Оценка ниже 4 не округляется (напр. 3.9 не округляется в сторону 4).

Итоговая оценка по дисциплине:

Итоговая= $0,3*O_{1\text{модуль}} + 0,2*O_{2\text{модуль}} + 0,2*O_{3\text{модуль}} + 0,3*O_{4\text{модуль}}$

Результирующая оценка округляется арифметическим способом. Оценка ниже 4 не округляется (напр. 3.9 не округляется в сторону 4).

Первая пересдача дисциплины и пересдача с комиссией проводится в формате устного экзамена по темам, представленным в рамках прохождения курса.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства для экзаменационного контроля студентов

1. Общее понятие научного исследования
2. Взаимосвязь теоретического и эмпирического знания в социальных науках
3. Основные этапы проведения научного исследования.

4. Проблема исследования и исследовательский вопрос.
5. Эксперимент как метод социально-научного исследования
6. Массовый опрос как метод социально научного исследования
7. Основные принципы написания научного текста.
8. Методы качественного исследования.
9. Цель исследования, типы задач. Выдвижение и обоснование гипотез.
10. Генеральная совокупность, выборка, репрезентативность, единицы отбора.
11. Анализ документов.
12. Контент-анализ текстов: понятие, область применения, типы.
13. Виды документов. Выбор источников данных.
14. Особенности дизайна контент-анализа
15. Пилотаж: принципы и техники проведения, критерии оценки результатов.
16. Разработка кодировочного листа, кодировка данных
17. Анализ и аналитическая интерпретация полученных результатов.

Оценочные средства для семинарского контроля студентов

Задание: по предложенной преподавателем статье определить проблему, гипотезы, исследовательские вопросы.

Задание: на основе материала СМИ составить кодировочный лист для процедуры контент-анализа

V. РЕСУРСЫ

1. Основная литература

Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. – М. : Книж. дом " Университет", 2003.

Ядов В. А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – Издательство " Омега-Л", 2011.

Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. Маркетинговые исследования //учеб. для магистров Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т.-М.: Юрайт. – 2012.

2. Дополнительная литература

Carson D. et al. Qualitative marketing research. – Sage, 2001. - URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=1046478> - ProQuest Book Central

Franses P. H., Paap R. Quantitative models in marketing research. – Cambridge University Press, 2001. - URL: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/detail.action?docID=157045> - ProQuest Book Central

3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>		
1.	Электронно-библиотечная система Science Direct	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Электронно-библиотечная система JSTOR	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
3.	Электронно-библиотечная система Grebennikon	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
4.	Электронно-библиотечная система ProQuest Book Central	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

– ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);

– мультимедийный проектор с дистанционным управлением.