МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ СТУДЕНТАМИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ И САМОПРОВЕРКЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СОЦИОЛОГИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению студентами самостоятельной работы
и самопроверки

I. Как написать реферат

1. *Одна из наиболее распространённых ошибок – реферат написан не по теме.*

Необходимо правильно сформулировать тему, то есть понять, о чём именно следует писать. Иначе будет совершена ошибка – *отклонение от темы*.

2. *Ещё одна ошибка – работа не имеет чёткой структуры.*

Рекомендуется план реферата составлять ДО, а не ПОСЛЕ написания работы. Для этого нужно набрать достаточное количество материала по выбранной теме и правильно распределить его. Как правило, любая работа состоит из трёх основных частей:

- **введения**, в котором определяется проблема, которой посвящена работа (краткая история вопроса, актуальность проблемы) и даются определения тем понятиям, которые будут использоваться. Например, даётся определение понятию «партийная система», совершается краткий экскурс в историю становления российской партийной системы;

- **основной части**, в которой, по возможности подробно, рассматривается проблема. Собственно, именно в основной части должна быть раскрыта тема. Например, даётся описание партийной системы России, производится её сравнение с однотипными системами других государств, отмечаются, на основе этого сравнения, её особенности, даётся характеристика этим особенностям и выдвигаются предположения относительно причин их возникновения. Основная часть может разбиваться (в зависимости от выбранной темы) по тематическому, логическому (сначала в общем, потом рассмотрение частей или наоборот) принципам или по принципу последовательности (например, исторической);

- **заключения**, в котором подводится итог всему сказанному в основной части. Заключение может носить характер **резюме** (если реферат был описательный), в котором в краткой форме и, как правило, иными словами повторяется содержание работы, или же характер **вывода** (если реферат предполагал анализ), в котором содержится идея (не озвученная в основной части), вытекающая из всего, что было сказано раньше. (Подобно тому, как осуществляется доказательство в геометрии: сравниваются два треугольника, обнаруживается равенство их углов, из чего делается вывод об их подобии).

3. *С заключением связана и ещё одна ошибка – несоответствие заключения содержанию работы*. Чтобы её избежать, нужно писать заключение, исходя из основного содержания (см. выше).

4. Технические *ошибки – в оформлении работы:*

- отсутствует список использованной литературы;
- отсутствует план (содержание) работы;
- неверно оформлен титульный лист.

Каждая из частей работы может иметь собственный подзаголовок (в том числе – введение и заключение), в списке использованной литературы должны указываться ВСЕ источники, в том числе и Интернет-ресурсы. Образцы правильного оформления смотрите в Приложениях к Методическим указаниям по организации и проведению учебного социологического исследования.

II. Как написать отзыв о какой-либо научной статье или монографии.

1. Структура отзыва

Отзыв должен состоять из:

- *биографической справки* об авторе (годы жизни, род занятий и сфера научных интересов) и произведении (когда и по какому поводу написано);

• *основной части*, в которой описывается структура произведения (из каких /главы, параграфы, книги, разделы/ и скольких частей оно состоит) - если отсутствует авторское разделение – нужно приблизительно разделить по содержанию и логике изложения,

- осуществляется пересказ СВОИМИ словами основного содержания произведения (если произведение более 300 страниц, выбирается и пересказывается самая основная часть в произведении, объёмом не менее 200 страниц;

• *заключения*, в котором излагаются свои впечатления от прочитанного: трудности при чтении (если возникли), интересность текста, его убедительность, актуальность. Пишется от первого лица. (я прочитал(а), мне (не) понравилось и т.п.)

В списке использованной литературы должен указываться источник описываемого текста – либо бумажное издание, либо интернет-ресурс. Титульный лист оформляется стандартно.

III.Как подготовится к научной конференции

1. Сформулировать тему своего выступления строго в рамках темы конференции (например: Тема конференции: «Проблемы современной молодежи», тема выступления: «Молодежные субкультуры»).

2. Ознакомиться с существующим материалом по выбранной теме.

3. Определить свою точку зрения по данному вопросу.

4. Написать доклад развернуто или в виде тезисов изложить в существующие и свои взгляды на обсуждаемую проблему:

4.1. Дать определения тем понятиям, которые являются основными для обсуждаемой темы (***например: корпоративная культура, внешняя и внутренняя среда организации, дивизионный принцип построения организации и т.д.***);

4.2 КРАТКО! изложить существующие мнения, с указанием их авторов или сторонников;

4.3 Описать свою позицию, объяснив (немногословно, но аргументированно – то есть не просто «не нравится», «утопично», а оперируя фактическим материалом), почему Вам ближе одна или не близка ни одна из существующих позиций.

4.4. В списке использованной литературы должны указываться все источники использованной информации (статьи с указанием автора, названия работы, издательства, года издания, названия, номера журнала), интернет-ресурсы, словари, учебники, результаты исследований и т.п.

5. Выступить на конференции.

6. Если рекомендовано, подготовить материал к публикации.

IV. Как провести учебное социологическое исследование

Исследование можно провести (по выбору) в форме опроса, наблюдения или контент-анализа.

Нужно четко определиться с темой. Например, если Вы выбрали тему «Организация учебного процесса в вузе», то следует изучать именно организацию учебного процесса со стороны Учебно-методического центра, диспетчерской: удобства-неудобства расписания, пригодности – непригодности аудиторий для лекционного или практического занятия, наличия технических средств обучения, применения мультимедийной техники, длительности перерыва на обед и др., иначе в будете отклоняться от темы.

1. Прежде всего, нужно составить рабочий план исследования, т.е. определиться с последовательностью предпринимаемых действий, сроками их выполнения и (если работы выполняется группой) ответственными за выполнение.

2. Необходимо составить программу исследования, т.е. определить, что же, собственно, Вы намерены выяснить. Для этого:

а) нужно дать **определения** тем **понятиям**, которые используются в названии темы, причём, не исходя из собственных представлений, а уточнив значение этих слов в справочной литературе. *Например, в теме «Идеологические предпочтения молодёжи» следует выяснить, что такое идеология и представители какого возраста составляют категорию «молодежь»*;

б) надо сформулировать **проблему**, т.е. определить, какую роль исследуемая проблема играет в жизни общества. *Например, обоснование к теме «Удовлетворённость студентов организацией учебного процесса» - организация учебного процесса в вузе определяет качество подготовки студентов и является решающим фактором подготовки будущих специалистов*;

в) определить **предмет** – то, ЧТО Вы будете исследовать (например, рациональность и эффективность организации учебного процесса) и **объект** исследования – тех, КОГО Вы будете опрашивать, за кем наблюдать, что подвергать анализу. Например, студентов, или работников определённой организации, участники митинга, оппозиционную прессу;

г) определить **цель** исследования, т.е. обосновать, ДЛЯ ЧЕГО проводится исследование, какая польза может быть из его результатов извлечена;

д) сформулировать **гипотезу**. Это один из самых важных шагов в составлении программы, да и в проведении всего исследования, т.к. гипотеза – это предположение, которое следует результатами исследования подтвердить или опровергнуть. Поэтому, прежде чем сформулировать гипотезу, нужно ознакомиться с данными, существующими по исследуемой теме: почитать специальную литературу, посмотреть результаты исследований, проводившихся по той же или сходным темам и т.д. В исследовании может быть не одна гипотеза, а, например, основная и дополнительная, или основная и гипотеза-следствие. *Например, основная: на организацию учебного процесса оказывают влияние факторы, связанные с кадровым и материальным обеспечением; гипотеза-следствие: уровень квалификации преподавателей не является единственным фактором, оказывающим влияние на качество учебного процесса, качество учебного процесса обусловлено также его материально-техническим обеспечением, наличием в библиотеке вуза достаточного количества необходимой литературы; дополнительная гипотеза: социально-психологический климат в студенческих группах также оказывает влияние на учебный процесс*.

е) выделить **задачи** исследования, т.е. как бы разбить предмет исследования на составляющие, выделить те аспекты проблемы, которые обязательно должны быть изучены для подтверждения или опровержения выдвинутых гипотез. Например (к приведённому выше примеру), для проверки основной гипотезы и гипотезы следствия необходимо определить: обеспеченность площадями для аудиторных занятий, обеспеченность библиотечной литературой, обеспеченность компьютерами, квалификацию преподавателей, бытовые условия; для проверки дополнительной – дать оценку социально-психологическому климату в группах и его воздействию на учебный процесс.

3. Выбрать наиболее подходящий метод сбора информации (опрос, наблюдение или контент-анализ) и обосновать свой выбор.

4. Собрать информацию.

5. Проанализировать полученную информацию. Анализ первичной информации предполагает выявление каких-либо зависимостей, закономерностей, тенденций, например, политические предпочтения могут зависеть от уровня и характера полученного образования, от достатка, образованности и места жительства семьи респондента и т.п.

Каждое суждение, высказанное Вами в ходе анализа, должно быть подтверждено тут же ссылкой на результат (статистические данные).

6. Написать отчёт. Отчет о выполненной практической работе (социологическом исследовании), независимо от метода, применённого для сбора информации, должен включать

четыре части: программу исследования, анализ результатов исследования, список использованной литературы, приложение.

Отчет должен быть оформлен в соответствии с требованиям: программа исследования+ рабочий материал (заполненные анкеты) + анализ и интерпретация результатов.

Программа исследования (I) состоит из методологического, методического разделов и рабочего плана исследования

Анализ результатов исследования (II) включает результаты, полученные в ходе обработки первичной социологической информации (таблицы, графики и т.д.) и их анализ.

Анализ должен завершиться соответствующим резюме (выводы, рекомендации, предложения и т.д.)

Список использованной литературы (III)

Приводится список использованной литературы как по изучаемой проблеме, так и по методике социологических исследований. Список должен быть составлен и оформлен в соответствии с библиографическими требованиями. Если при проведении исследования использовались сетевые ресурсы, они должны быть указаны.

Приложение (IV)

Включает рабочие материалы исследования (анкеты, бланки, карточки наблюдений, протоколы, промежуточные расчеты, статистическую информацию и т.д.).

1. Опрос

Это метод сбора информации, при котором респондент (опрашиваемый) отвечает в устной (при этом ответы фиксируются интервьюером) или письменной форме на вопросы, составленные так, чтобы при последующей статистической обработке полученных ответов, можно было подтвердить или опровергнуть гипотезу исследования. Если Вы выбрали этот метод исследования, следует сделать следующее:

1шаг. Выбрать форму опроса – анкетирование (респондент сам, в письменной форме отвечает на вопросы) или интервьюирование, когда Вы устно задаёте вопросы и сами фиксируете ответы респондента. При анкетировании можно опросить большее количество людей за меньший промежуток времени, но при интервьюировании меньше выбраковка (часто при анкетировании анкеты заполняются неправильно или не полностью – такие анкеты НЕЛЬЗЯ использовать при обработке полученных данных!). Выбранная форма фиксируется в программе исследования.

2шаг. Составить список вопросов. Если Вы выбрали проведение опроса в виде анкетирования, Вам следует знать, что анкета имеет следующую структуру:

а) В начале анкеты располагается ***вводная часть***, в которой объясняется

- кто проводит опрос,
- с какой целью проводится опрос,
- дается инструкция по заполнению анкеты,
- указываются сроки и способ возврата анкеты,
- даются гарантии анонимности респондента

б) После вводной части (иногда в конце анкеты) расположена ***паспортичка или социально демографический блок***. В этой части анкеты содержатся вопросы, основной целью которых является выяснение социально-демографических характеристик участников анкетирования:

- пол,
- возраст,
- семейное положение,
- социальное положение,
- уровень образования.

в) Третий раздел анкеты – ***контрольные вопросы***. Их цель заинтересовать респондента участвовать в анкетировании, облегчить ему процесс включения в исследуемую про-

блему. Поэтому контрольные вопросы должны быть простыми и ясными, ответы на них легкими.

г) ***Основные вопросы.*** Их содержание определяется целями и задачами проводимого исследования. Определенной задаче исследования может соответствовать определенный блок вопросов. Вопросы блока могут быть расположены вместе, последовательно или распределены среди вопросов других блоков. Основной блок вопросов, которые Вы предложите респонденту, должен быть составлен так, чтобы можно было проверить правильность Вашей гипотезы.

д) ***Заключительные вопросы***. Они должны снять психологическое напряжение у респондента. В этой части необходимо отметить, что работа, проделанная респондентом важная и нужная и поблагодарить его за участие в анкетировании.

Время заполнения анкеты, в зависимости от количества вопросов, должно быть в пределах 45 минут.

Вопросы, из которых состоит анкета, могут классифицироваться по способу ответа на них:

- ***открытые вопросы*** – ответ на эти вопросы формулируется респондентом в свободной форме.

- ***закрытые вопросы*** – респонденту предлагаются варианты ответов на вопрос.

- ***полузакрытые вопросы*** – сочетают два вышеназванных способа ответов.

Закрытые вопросы бывают:

- ***дихотомические*** – содержат два взаимоисключающих варианта ответа, таких как **Да** или **Нет**.

- ***поливариантные (меню)*** – респонденту предлагается несколько вариантов ответов, из которых он, в зависимости от условий, оговоренных в анкете, может выбрать один, несколько или все варианты.

- ***шкальные*** – ответ на вопрос представлен в виде шкалы, респондент должен выбрать один из вариантов ответа. *Например*

Сколько времени Вы тратите на дорогу до работы:

а) 30 минут

б) 45 минут

в) 1 час

г) более одного часа

Рекомендуется, если есть такая возможность, использовать закрытые – поливариантные и шкальные вопросы, т.к., с одной стороны, в отличие от открытых вопросов, их легче обрабатывать, а с другой, в отличие от дихотомических, они несут больше информации.

при составлении анкеты следует пользоваться следующими правилами:

а) анкета должна строиться исходя из психологии восприятия опрашиваемого. Чтобы обеспечить психологическое включение респондента в процесс опроса, в первую очередь должны ставиться вопросы для всех, а затем – для отдельных категорий опрашиваемых. Разделение групп опрашиваемых производится вопросами-фильтрами, например: «следующий вопрос относится только к студентам, проживающим в общежитии».

б) частные вопросы следует ставить первыми, а обобщающий – в конце соответствующего блока вопросов;

в) смысловые «блоки» анкеты должны быть примерно одного объема. Доминирование одного какого-то блока отразиться на качестве ответов по другим блокам.

3шаг. Определить **генеральную** и **выборочную совокупность**. Генеральная совокупность – это все те, кто составляет объект исследования, выборочная совокупность – все те, кого надо опросить - часть генеральной, представляющая собой её модель (т.е. обладающая теми же характеристиками, что и генеральная). *Например, генеральная совокупность – работники СМУ – nn численностью 2000 человек, из которых 80% - мужчины, а 20% женщины, 40% - с высшим образованием, а 50% - со средним специальным и 10% - с неполным средним; тогда и выборочная совокупность численностью 100 человек должна на 80% со-*

стоять из мужчин, на 40% - из лиц с высшим образованием и т.д. Рассмотрим более подробно ***квотную и пошаговую*** (случайную бесповторную) выборки.

Под квотной выборкой подразумевается формирование микромодели для социологического исследования на основе статистических сведений (параметров) о социально-демографических характеристиках элементов генеральной совокупности. Число характеристик, данные о которых выбираются в качестве квот, как правило, не превышают четырех. Такими характеристиками могут быть: пол, возраст, образование, семейное положение. Пример такой выборки приведён выше.

Случайную бесповторную выборку применяют при однородных и небольших по численности генеральных совокупностях (до 1000 человек). Имея полный список лиц, составляющих генеральную совокупность и определив объем выборочной совокупности (например, 100 человек), устанавливаем шаг выборки делением первого числа на второе (1000 делим на 100) и получаем шаг отбора - каждый 10-ый из списка.

2. Наблюдение

Наблюдение как метод исследования предполагает прямую регистрацию событий по заранее обдуманной процедуре. Наблюдатель (исследователь) не просто «глазеет» на происходящее, а фиксирует (ведёт запись), по возможности, каждое событие, высказывание и поведение участников происходящего.

Наблюдение может быть ***стандартизированное (контролируемое) и нестандартизированное (некотролируемое).*** Для проведения стандартизированного наблюдения необходимо иметь список событий, которые необходимо наблюдать, определить условия и ситуацию наблюдения, разработать инструкции по проведению наблюдения и по поведению для наблюдателя, указать способы фиксации (*например, заполнение карточки - см. приложения)* наблюдаемых явлений. При проведении нестандартизированного наблюдения исследователь определяет лишь общее направление наблюдения, цели, в соответствии с которыми фиксируются события и результаты. Фиксация происходит в свободной форме в процессе наблюдения (просто запись в дневник наблюдения). Стандартизированное наблюдение при проведении учебного исследования предпочтительнее, т.к. не требует глубоких навыков и его результаты легче обработать.

В зависимости от положения исследователя-наблюдателя по отношению к объекту исследования наблюдения бывают ***простыми и включенными***. При простом наблюдении происходит регистрация событий со стороны, между исследователем и наблюдаемыми нет взаимодействия. При включенном наблюдении происходит вхождение исследователя в изучаемый объект, регистрация событий происходит «изнутри» группы, между исследователем и наблюдаемыми устанавливается взаимодействие. Достоинством наблюдения является возможность получить такую информацию, которая не проявляется в результате опросов, например иерархия взаимоотношений в группе, специфика отношений между членами изучаемой группы. При проведении наблюдения фиксируется непосредственная реакция человека на определенные события, тогда как другие методы сбора информации основываются на перспективных или ретроспективных суждениях индивида. Недостаток наблюдения – в потери способности объективной оценки. При проведении включенного наблюдения необходимо учитывать, что между исследователем и наблюдаемыми могут установиться межличностные связи, исследователь может проникнуться симпатией к людям, среди которых он работает, все это может повлиять на объективность оценки получаемой в ходе исследования информации.

3. Контент-анализ

Контент-анализ – это анализ документа (в нашем случае газетной или журнальной публикации, статьи сетевого ресурса) на основе выделения в нём легко подсчитываемых смысловых единиц:

- понятий, выраженных в словах или терминах (*например, рынок, покупатель, потребитель, продукт, товар и т.п.),*

- тем, выраженных в целых смысловых абзацах, частях текста, статьях и т.п. *(например, проблема снижения покупательной способности населения или внедрение на российский рынок товаров иностранного производства);*

Подсчитывается частоты употребления выделенной смысловой единицы, соотносится количество упоминаний в тексте этой единицы и объем текста.

Использование контент-анализа позволяет выявить отношение субъектов политики (политических деятелей, партий) к определенной ситуации, проблеме и способам её решения.

Для проведения контент-анализа необходимо

1. Выбрать из предложенного Вам списка смысловую единицу ;

2. Определить источник информации, с которым Вы будете работать.

3. Выбрав одну из позиций Вам необходимо проанализировать освещение этой проблемы в одном из периодических изданий (газета или еженедельный журнал) в течение определенного периода, который составляет в нашем случае для газеты 4 недели, для еженедельного журнала 6 недель. (Для любого источника информации необходимо проанализировать не менее 10 статей, содержащих выбранную смысловую единицу или рассматривающих соответствующую проблему, поэтому период, за который необходимое количество статей появиться может превышать указанные выше сроки)

Для проведения контент-анализа можно использовать имеющиеся в библиотеках подшивки газет и журналов или соответствующие сетевые ресурсы в Интернете.

4. В процессе проведения контент-анализа, Вы должны ответить на следующие вопросы:

- как часто в выбранном Вами источнике информации появляются материалы содержащие выбранную Вам смысловую единицу или материалы по исследуемой проблеме;
- какой процент составляет объем необходимых материалов по отношению к объему всего издания (объем всех статей к объему издания за весь период исследования);
- каково состояние дел по исследуемой проблеме и какая оценка дается ему в издании;
- каково отношение к исследуемой проблеме со стороны источника информации.

Можно использовать материалы из источников, выражающих различные точки зрения (например, «Вести» и «Коммерсантъ») и сделать сравнительный анализ полученной вами информации по интересующей проблеме.

Эти данные могут быть зафиксированы студентамив рабочей таблице и представлены в следующем виде (см. таблицу № 1).

таблица № 1

Рабочая таблица

	февраль																			
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Независимая газета	+										+									
Вести		_					_									0				
КоммерсантЪ		0					+			+						0				+

Знаком «+» обозначены статьи и материалы, где выбранная смысловая единица употребляется в положительном контексте, ей дается положительная оценка в статье (документе)

Знаком «0» обозначены материалы, носящие нейтральную оценку

Знаком «-» отмечаем те материалы, где выбранной смысловой единице дается отрицательная, негативная оценка.

По результатам проведенного контент-анализа составляется итоговая таблица (см. таблицу № 2)

таблица № 2

Итоговая таблица

Наименование издания	Частота упоминаний объекта за период (01.02–01.05)	Общее количество упоминаний объекта за период (01.02–01.05)	Оценки объекта
Независимая газета	Не чаще 1 раза в 10 дней	9	3 – положительных; 4 – нейтральных; 2 – отрицательных
Вести	Не чаще 1 раза в неделю	12	5 – положительных; 2 – нейтральных; 5 – отрицательных
КоммерсантЪ	Не чаще 2-х раз в неделю	20	11 – положительных; 5 – нейтральных; 4 – отрицательных

С учетом принадлежности источника информации (газеты, журнала, сетевого ресурса) официальным органам федеральной или региональной власти, к определенной политической партии, промышленной или финансовой группе и на основе представленных в итоговой таблице результатах делаются выводы о состоянии изучаемого объекта (проблемы), об отношении к изучаемому объекту (проблеме) со стороны различных органов федеральной или региональной власти, политических партий, финансово-промышленных групп и о предполагаемых ими дальнейших действиях.

По итогам проведенного контент-анализа необходимо написать отчет, который должен содержать список использованных источников информации (документов), рабочие и итоговые таблицы, отражающие результаты самого контент-анализа, анализ полученных результатов.

Смысловые единицы для проведения контент-анализа (примерный список)

- Безопасность труда
- Групповое давление
- Дресс-код
- Корпоративная культура
- Корпоративный этикет
- Коррупция
- Менеджмент
- Мотивация персонала
- Неформальная структура организации
- Неформальное лидерство
- Производительность труда
- Социальный пакет
- Строительный бизнес
- Топ-менеджер
- Условия труда
- Финансовый кризис
- Формальная структура организации
- Фриланс

Периодические издания и сетевые ресурсы,
которые Вы можете использовать для проведения контент-анализа.

Ежедневные издания:	**Еженедельные издания**	**Сетевые ресурсы**
Аргументы и Факты		http://www.AIF.ru
Газета	Власть	http://www.Ytro.ru
Известия	Профиль	http://www.strana.ru
КоммерсантЪ	Русский Newsweek	http://www.ng.ru
Независимая газета	Эксперт	http://www.newizv.ru
Новые известия	Секрет фирмы	http://www.Newsru.com
Россія	Деньги	http://www.rg.ru
Российская газета		http://www.inosmi.ru
Ведомости		http://www.inopressa.ru
		http://www.Izvestia.ru
		http://www.dni.ru
		http://www.Rian.ru
		http://www.Vedomosti.ru
		http://www.Gazeta.ru
		http://www.Pravda.ru
		http://www.Gzt.ru
		http://www.Lenta.ru

Интернет-ресурсы, которые могут быть использованы в самостоятельной работе.

- http://www.isn.ru/sociology.shtml - российская сеть информационного общества: социология
- http://www.nir.ru/socio/content/vsb.htm - виртуальная социологическая библиотека социологических ссылок
- http://soc.lib.ru - социологическая библиотека
- http://ihtik.lib.ru - социологическая библиотека
- http://socioline.ru
- http://club.fom.ru - сайт клуба Фонда «Общественное мнение»
- www.socium.info - сайт Центра Социологических и Маркетинговых Исследований "SOCIUM"
- http://lib.socio.msu.ru/l/library?a=p&p=home&l=ru&w=windows-1251 - электронная библиотека Социологического факультета МГУ