


## фокус группа методика



Загрузок: 2867    Скорость: 1.43 Мб/с

**СКАЧАТЬ**

Рейтинг: ★★★★★  
Автор: Clopper

Безопасно! Вирусов нет

В ❤️ 196    Нравится 100    Твитнуть    +1    50    95

161 комментарий В



**Саша**  
Благодарочка за все!  
1 минуту назад



**Ангелина**  
Побольше бы таких сайтов.  
1 минуту назад



**Гриша**  
Первый раз тут, скорость загрузки радует, наличие файлов тоже!  
1 минуту назад



**Марина**  
Всем советую, качает быстро.  
1 минуту назад



**Леша**  
не поверил глазам, есть все. спасибо!  
1 минуту назад



**Оксана**  
Глупости говорят, что незаменимых не бывает, без этого сайта я бы пропала.  
1 минуту назад

Фокус-групповое исследование является самым распространенным качественным методом сбора информации. Термин «фокус-группа» является сокращением от понятия «фокусированное интервью», предложенного Р. Мертоном, М. Фиске и П. Кендалл в 1946 г. В дальнейшем представители различных социологических школ по-разному трактовали особенности этого метода. Однако устойчивыми остаются некоторые подходы и принципы, которым следуют те, кто его использует. Метод фокус-группы (или, как его еще называют, фокусированное интервью) представляет собой по сути дела групповую дискуссию, в ходе которой выясняется отношение участников к тому или иному виду деятельности или продукту этой деятельности. Например, можно обсудить, как участники воспринимают жилищную проблему и проекты ее решения, оценивают характеристики квартир, их стоимость, процентные ставки по ипотечным кредитам и т.д. Ценность получаемой информации состоит в том, что участники дискуссии ... Метод фокус-групп относится к качественным методам сбора информации и базируется на использовании эффекта групповой динамики. Применение данного метода предполагает групповую дискуссию под руководством специалиста (модератора). Основным достоинством данного метода является возможность оперативного получения так называемой глубинной информации в небольшой группе респондентов. относится к качественным методам сбора информации и базируется на использовании эффекта групповой динамики. Применение данного метода предполагает групповую дискуссию под руководством специалиста (модератора). Основным достоинством данного метода является возможность оперативного получения так называемой глубинной информации в небольшой группе респондентов. Кроме этого, данный метод позволяет заказчику наблюдать за ходом проведения исследования и делать соответствующие выводы.

**ВВЕДЕНИЕ** Данный учебник, посвященный описанию метода фокус-групп, является продолжением усилий автора по внедрению в практику отечественных социальных исследований и преподавания так называемых «гибких» или «качественных» методов опросов. Предыдущая книга, имеющая название «Глубокое интервью», посвящена в основном описанию метода индивидуального интервьюирования. Групповое интервьюирование является родственным методом, имеющим, однако, свою специфику и свои сферы применения. Фокус-группа – это метод сбора социологической информации. Он позволяет получить достаточно достоверные результаты, не требует длительной подготовки и существенных затрат времени для своего проведения. Фокус-группа проводится модератором среди 8-12 человек, которые не были знакомы друг с другом до проведения исследования. Участники фокус-группы должны быть знакомы с обсуждаемым вопросом, для этого проводится их отбор. Отбирать участников можно среди случайно встреченных людей. Презентация услуги "Проведение фокус-групп" Вы можете скачать презентацию описания услуг по проведению фокус-групп для Вашей компании. Фокус-группы: Введение Каждый из жителей России (или жителей любой другой страны), является потребителем. Каждый раз, когда мы что-либо потребляем, мы совершаем незаметное воздействие на окружающую нас социально-экономическую среду. Потребляя, мы воздействуем на продавцов. Что такое фокус-группа? Фокус-группа (фокусированное групповое интервью) – это один из методов качественных исследований. Суть метода заключается в том, что внимание участников фокусируется на исследуемой теме или объекте (товар, услуга, реклама). Фокус-группа направлена на определение отношения участников к определенной проблеме, получение информации о мотивации потребителей, их личном опыте, восприятии объекта исследования.