

ББК 72.5я73
М 591

Рецензенты:

д-р экон. наук, профессор *А.А. Борисова*
д-р социол. наук, профессор *С.А. Ильиных*

Микиденко Н.Л.

М 591 Дизайн и методы научного исследования: учебное пособие /
Н.Л. Микиденко. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. – 124 с.

ISBN 978-5-7782-4321-7

Пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлениям 38.04.02 «Менеджмент» и 38.04.01 «Экономика», а также будет полезно студентам, интересующимся вопросами научных исследований и заинтересованным в развитии исследовательских компетенций. Учебное пособие может быть использовано при изучении дисциплины «Методология и методы исследований в менеджменте», в организации и проведении социологических и маркетинговых исследований. В пособии представлен теоретический материал в сопровождении методического материала (контрольные вопросы, темы эссе, практические задания, тестовые задания, задания по работе с текстом).

ББК 72.5я73

Микиденко Наталья Леонидовна

ДИЗАЙН И МЕТОДЫ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Учебное пособие

Выпускающий редактор *И.П. Брованова*
Корректор *И.Е. Семенова*
Дизайн обложки *А.В. Ладыжская*
Компьютерная верстка *С.И. Ткачева*

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
Издание соответствует коду 95 3000 ОК 005-93 (ОКП)

Подписано в печать 23.12.2020. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная. Тираж 30 экз.
Уч.-изд. л. 7,2. Печ. л. 7,75. Изд. № 168. Заказ № 106. Цена договорная

Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного технического университета
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20

ISBN 978-5-7782-4321-7

© Микиденко Н.Л., 2020
© Новосибирский государственный
технический университет, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
Глава 1. Теоретические основы научного исследования	7
1.1. Становление науки как вида профессиональной деятельности	7
1.2. Научная революция. Тенденции развития науки	11
1.3. Структура науки как особого вида знаний	16
1.4. Типология научных исследований	22
Контрольные вопросы и задания	22
Библиографический список	27
Глава 2. Дизайн исследования как конструирование знания о социальной реальности	29
2.1. Направления исследований в сфере экономики, менеджмента и маркетинга	29
2.2. Методология исследования	33
2.3. Основные этапы исследования	37
Контрольные вопросы и задания	43
Библиографический список	47
Глава 3. Методы исследований	49
3.1. Методы исследований: определение, классификация	49
3.2. Неопросные методы сбора социологической информации	59
3.3. Опросные методы сбора социологической информации	70
Контрольные вопросы и задания	77
Библиографический список	81
Глава 4. Цифровые технологии и методы исследований	83
4.1. Социальные сети как ресурс сбора эмпирической информации: возможности и ограничения	83

4.2. Возможности социальных сетей в рекрутировании целевой выборки	85
4.3. Онлайн-интервью: возможности и ограничения	90
4.4. Геймификация онлайн-опросов как способ вовлечения и повышения качества ответов респондентов	96
Контрольные вопросы и задания	98
Библиографический список	102
Глава 5. Форма представлений результатов научного исследования	105
5.1. Основные формы представления результатов, их характеристики.....	105
5.2. Оформление научной публикации.....	109
Контрольные вопросы и задания	120
Библиографический список	124