

данных); развивается нейромаркетинг; остаются востребованными качественные исследования – фокус-группы, глубинные интервью, этнографические наблюдения;

у клиентов все более актуализируется потребность в индивидуальном подходе к исследованиям; растет запрос на создание исследовательских инструментов и решений под конкретные задачи; глобальные техники и методики, разработанные на международном уровне, часто являются слишком усредненными, не отвечают на запрос отечественного рынка, конкретных отраслей.

возрастают требования к сотрудникам исследовательских компаний – должны владеть комплексом нужных инструментов (анализ, модерация, фасилитация), знать конкретный рынок (банковская сфера, фармацевтика, отдельные ниши FMCG, технологии), соблюдать деловую этику.

Маркетинговые исследования в настоящее время – это не только сбор и анализ нарратива, статистических данных, но обработка уже существующих данных. Мета-исследования – сбор и анализ уже найденных инсайтов – помогают сэкономить деньги заказчиков, а также отследить зарождающиеся тренды и предпочтения потребителей.

Таким образом, анализ выявленных тенденций развития рынка маркетинговых исследований, корректировка учебных планов дисциплин, форм и методов преподавания, включенность студентов в практическую деятельность (разработка инструментария, проведение фокус-групп и глубинных интервью, подготовка онлайн исследований и др.) направлены на подготовку профессионалов-социологов, обеспечивающих высокое качество исследовательского процесса и бизнес-результатов.

СОЦИОЛОГИЯ В МИРЕ ЖИВОТНЫХ

А.К. Шафаренко

*Белорусский государственный университет,
Ул. Кальварийская, 9, 220004, Минск, Беларусь
shafarenkoanastasiya@gmail.com*

Научный руководитель: Филинская Л.В., кандидат философских наук, доцент.

В статье рассматриваются результаты опроса студентов-социологов первого курса ФФСН. Анализируется информация о том, какие животные ассоциируются у студентов со словом «социология».

Ключевые слова: социология; студенты-первокурсники; ассоциации; животные; элементы образности.

Для того, чтобы точнее выразить мысль, можно использовать образные средства. Нередко в качестве элементов образности используются представители животного мира. Животные могут символизировать плодородие и изобилие, душу и бессмертие, инстинктивные и эмоциональные порывы, человека коварного, хитрого и верного, бдительного. Например, Плутарх говорил, что собаки символизируют консервативное, бдительное, философское начало в жизни. Основные черты характера и манера поведения у животных и людей идентичны. Особый интерес вызывают образы животных как носителей характеристик различных наук.

Студентам первого курса специальности «Социология» был задан вопрос «Какое животное ассоциируется у Вас с социологией?». На вопрос ответили 16 студентов-первокурсников. Были названы следующие представители животного мира: слон, аист, попугай, собака, обезьяна, лиса, хамелеон, кот, сова, муравей, кошка, человек.

Слон: *«Слон – животное, которое ассоциируется с термином «социология», так как слон олицетворяет мудрость, силу и благоразумие».*

Аист – объяснение не представлено.

Попугай: *«Для меня социология ассоциируется с попугаем. Ведь социология изучает общество, непосредственное взаимодействие личностей. Попугаи же разговорчивые, активные, любопытные и являются, по сути, объектами «микрообществ», примером которого может служить семья. И также видно, что эта птица обладает качествами, присущими настоящему социологу».*

Собака: *«Социология ассоциируется у меня с собакой, так как говорят, что собака – друг человека, и, я думаю, что социология – это тоже друг человека, так как деятельность направлена на общество».*

Обезьяна: *«Социология ассоциируется с обезьяной. Это умное животное, которое живет в «обществе», общается и анализирует».*

Лиса: *«У меня социология ассоциируется с лисой. С одной стороны, это очень хитрое животное, а с другой – это расчетливое, доброе животное. Это животное ассоциируется у меня с правильными, грамотными поступками, с добротой и помощью».*

Хамелеон: *«Социология у меня ассоциируется с хамелеоном, так как социология отражает общество и процессы в нем. Хамелеон тоже отражает окружающие его вещи и мир».*

Кот/кошка: *«Для социологии лично для меня характерно такое животное, как кот, так как коты любопытные, и они всегда анализируют. Так и в социологии».*

«У меня социология ассоциируется с кошкой, которая хладнокровно наблюдает за процессами, происходящими вокруг. Кошка – мудрое и в то же время хитрое животное. Так и социолог, владеющий багажом теоретических знаний, может грамотно влиять на общественные отношения».

Сова: *«Для меня социология ассоциируется с совой. Это мудрое, тихое, спокойное животное. Анализ человеческого поведения требует терпения».*

Муравей – объяснение не представлено.

Один из студентов указал, что представителем животного мира является человек. Автор не отметил, в чем фиксируется сходство и различие между человеком и животным.

Человек: *«При слове «социология» у меня возникают ассоциации с таким животным, как Человек. Потому что именно без людей не было бы ни межличностных отношений, ни общества, которое изучает социология, ни любой другой вещи, благодаря которым появились все науки, в том числе и социология».*

Абсолютное большинство представленных ассоциаций являются положительными. Социология как наука и социологи как представители этой науки отличаются мудростью, любознательностью, человечностью, осмысленностью, непредвзятостью, грамотностью, благоразумностью.

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

Т.В. Щелкова

*Белорусский государственный университет,
Пр. Независимости 4, 220030, Минск, Беларусь
tanar2002@tut.by*

В статье рассматриваются педагогические стратегии и тактики на основе анализа эссе студентов-социологов 4 курса Белорусского государственного университета. Выявлены эффективные формы и методы проведения лекционных и семинарских занятий. Определено, что студенты-социологи ориентированы на активные методы обучения и инновационные технологии социологического образования.

Ключевые слова: *социологическое образование; методы и формы обучения; педагогические технологии; образовательный процесс.*

Вызовы и потребности современного общества ставят перед высшей школой задачи по подготовке высококвалифицированного специалиста