

Сочетание онлайн и оффлайн методов исследования потребительского поведения (на примере рынка снеков): аннотация к дипломной работе/Алена Васильевна Рындова; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социологии; науч. рук. Л. В. Филинская

Объектом данной работы выступает феномен потребительского поведения. Предметом работы является рассмотрение возможностей сочетания онлайн и оффлайн методов исследования потребительского поведения. Цель данной дипломной работы заключается в исследовании возможностей применения сочетания онлайн и оффлайн методов исследования потребительского поведения на примере изучения рынка снеков. Основным результатом дипломной работы является вывод о необходимости развития в Беларуси практики использования онлайн исследований. На переходном этапе предлагается использовать сочетание качественных онлайн методов и количественных оффлайн методов. Количественных онлайн методы в исследовательскую практику предлагается внедрять через использование именно онлайн методов при исследовании молодежи.

Социология потребления, потребление, потребительское поведение, онлайн методы, сочетание методов, методология, снеки, рынок снеков

The combination of online and offline consumer behavior research methods (on the instance of snacks market): annotation to the thesis/ Aljona Ryndova; Faculty of philosophy and social sciences, sociology department; tutor L. Filinskaya

The object of this thesis is the phenomena of consumer behavior. The subject is analysis of possibilities for combination of online and offline consumer behavior research methods. The objective of the present study was to examine possibilities of applying the combination of online and offline consumer behavior research methods on the instance of snacks market. The main result of the study is the conclusion that online methods of sociological research have to be applied to the practice in Belarus. During transformation period is offered to use the combination of qualitative online methods and quantitative offline methods. The implementation of quantitative online methods in research practice is suggested to introduce through applying this methods in research of youth.

Sociology of consumption, consumption, consumer behavior, online methods, combination of methods, methodology, snacks, snacks market