



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВОНО СТОПАНСТВО
UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

Приета с решение на ФС на факултет
„Управление и администрация“ протокол № 3/07.12.2021

Adopted by the Faculty Council Decision of Faculty of
Management and Administration, protocol № 3/07.12.2021

Утвърдил:
Approved by:

Декан – Проф. д.н. С. Желев

Dean – Prof. D.Sc. S. Jelev

УЧЕБНА ПРОГРАМА COURSE SYLLABUS

Учебна дисциплина <i>Course</i>	<i>Качествени методи в научните изследвания</i> <i>Qualitative research methods</i>
Образователна и научна степен <i>Educational and Scientific Degree</i>	ОНС „Доктор“ <i>PhD</i>
Статут на дисциплината <i>Course Category</i>	Избираема (блок А) <i>Optional (block A)</i>
Област на висше образование <i>Area of Study</i>	3. Социални, стопански и правни науки <i>3. Social, Economic and Law Sciences</i>
Факултет <i>Faculty</i>	Управление и администрация <i>Management and Administration</i>
Катедра <i>Department</i>	Маркетинг и стратегическо планиране <i>Marketing and Strategic Planning</i>
Аудиторна заетост <i>Academic Hours</i>	30 ч.
Извънаудиторна заетост <i>Extracurricular Academic Hours</i>	220 ч.
Кредити <i>Credits</i>	10 ECTS
Титуляр <i>Lecturer</i>	Проф. д.н. Симеон Желев Доц. д-р Елена Симеонова <i>Prof. D.Sc. Simeon Jelev</i> <i>Assoc. Prof. Dr. Elena Simeonova</i>

1. АНОТАЦИЯ / COURSE DESCRIPTION

Описание на съдържанието: (до 1000 знака, вкл. интервалите)

Курсът по качествени изследователски методи има за цели: 1). Да запознае студентите с естеството, предназначението, ограниченията на качествените изследвания; 2). Да запознае студентите с основните методи на качествени изследвания; 3). Да създаде умения у студентите за разработване на методологията и инструментариума на качествените методи; 4). Да създаде умения за обработка на емпиричния материал, създаден от качествените изследвания.

Курсът се организира в хибридна форма на обучение – присъствено за редовните докторанти и онлайн (в електронна среда) за докторантите в задочна форма и докторантите на самостоятелна подготовка.

Анотацията на курса се представя и на английски език.

The course in qualitative research methods aims to: 1). To acquaint students with the nature, purpose, limitations of qualitative research; 2). To acquaint students with the basic methods of qualitative research; 3). To create skills in students to develop the methodology and tools of quality methods; 4). To create skills for processing the empirical material created by qualitative research.

The course is organized in a blended mode – in presence for the full-time PhD students and online for the part-time and independent PhD students.

2. СЪДЪРЖАНИЕ / CONTENT

№	ТЕМА / TOPIC
1.	КАЧЕСТВЕНАТА ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА ПАРАДИГМА QUALITATIVE RESEARCH PARADIGM <ul style="list-style-type: none">- Същност и елементи на изследователската парадигма. Сравнение на количествената и качествената парадигма. Кратка история и научни корени на двете парадигми. Взаимно допълване на двете парадигми. Противоречия между двете парадигми.- Nature and elements of the research paradigm. Comparison of the quantitative and qualitative paradigm. Brief history and scientific roots of both paradigms. Complementarity of the two paradigms. Contradictions between the two paradigms.
2.	ДЪЛБОЧИННО ИНТЕРВЮ IN-DEPTH INTERVIEW <ul style="list-style-type: none">- Дефиниция на дълбочинно интервю. История на дълбочинното интервю. Разновидности на дълбочинното интервю. Области на приложение. Разработване на въпросника за дълбочинното интервю. Модериране на интервюто. Изследователски продукт.- Definition of in-depth interview. History of the in-depth interview. Varieties of in-depth interview. Areas of application. Development of the in-depth interview questionnaire. Interview moderation. Research product.
3.	СТЪЛБИЧНО ИНТЕРВЮ LADDERING INTERVIEW <ul style="list-style-type: none">- Дефиниция на стълбичното интервю. История на стълбичното интервю. Стълбичното интервю като разновидност на дълбочинното интервю. Области на приложение. Разработване на въпросника за стълбичното интервю. Модериране на интервюто. Изследователски продукт.

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Definition of the laddering interview. History of the laddering interview. The laddering interview as a kind of in-depth interview. Areas of application. Development of the questionnaire for the laddering interview. Interview moderation. Research product</i>
4.	<p>ZMET ИНТЕРВЮ ZMET INTERVIEW</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Дефиниция на ZMET интервюто. История на ZMET интервю. ZMET интервюто като разновидност на дълбочинното интервю. Области на приложение. Разработване на въпросника за ZMET интервюто. Модериране на интервюто. Изследователски продукт.</i> - <i>Definition of the ZMET interview. History of ZMET interview. ZMET interview as a kind of in-depth interview. Areas of application. Development of the questionnaire for the ZMET interview. Interview moderation. Research product.</i>
5.	<p>ГРУПОВИ ДИСКУСИИ GROUP DISCUSSIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Дефиниция на груповите дискусии. История на груповите дискусии. Области на приложение. Разработване на въпросника за ZMET интервюто. Проективни техники. Модериране на интервюто. Разновидности на груповите дискусии. Изследователски продукт.</i> - <i>Definition of group discussions. History of group discussions. Areas of application. Development of the questionnaire for the ZMET interview. Projective techniques. Interview moderation. Varieties of group discussions. Research product.</i>
6.	<p>ЕТНОГРАФСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ ETHNOGRAPHIC RESEARCH</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Дефиниция на етнографските изследвания. История на етнографските изследвания. Области на приложение. Разработване на сценарий и дневник за наблюдение при етнографските изследвания. Полева работа при етнографските изследвания. Разновидности на етнографските изследвания. Изследователски продукт.</i> - <i>Definition of ethnographic research. History of ethnographic research. Areas of application. Development of a scenario and diary for observation in ethnographic research. Field work in ethnographic research. Varieties of ethnographic research. Research product.</i>
7.	<p>МЕТОДИ ЗА ЕКСПЕРТНИ ОЦЕНКИ EXPERT RESEARCH METHODS</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Дефиниция на експертните методи на изследвания. История на методите за експертни оценки. Области на приложение. Видове ЕП. Мозъчна атака. Процедура по анализ на данните. АСТ методът.</i> - <i>Definition of expert research methods. History of expert evaluation methods. Areas of application. Types of EP. Brain storming. Data analysis procedure. The ACT method.</i>
8.	<p>КОНТЕНТ АНАЛИЗ CONTENT ANALYSIS</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Същност, разновидности, приложение. Количествени и качествени измерения на контент анализа. Основни елементи на програмно-описателната част: обект, предмет, цел, задачи, изследователски въпроси/и, хипотези, източници на анализ, времеви период, единици на анализ, категории за анализ. Структуриране на матрицата за набиране на емпиричната информация. Структуриране и обобщаване на емпиричните данни. Възможности и</i>

	<p>ограничения на контент анализа като изследователска техника. Критерии за надежност и валидност.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Nature, varieties, applications. Quantitative and qualitative dimensions of content analysis. Basic elements of the program-descriptive part: object, subject, goal, tasks, research question/s, hypotheses, sources of analysis, time period, units of analysis, categories of analysis. Possibilities and limitations of content analysis as a research technique. Criteria for reliability and validity.</i>
9.	<p>ИЗСЛЕДВАНЕ НА ОТДЕЛНИ СЛУЧАИ CASE-STUDY</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Същност и приложения. Подходи за избор на случай/и: типичен, отличителен, екстрем, девантен (отклоняващ се), влиятелен, от решаващо значение. Структуриране на описанието. Критерии за надежност и валидност.</i> - <i>Nature and application. Approaches for choosing case/s: typical, distinctive, extreme, deviant, influential, crucial. Structuring the description. Criteria for reliability and validity.</i>
10.	<p>СЦЕНАРЕН МЕТОД SCENARIOS METHOD</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Същност и приложения. Описание на проблема/ситуацията. Избор на зависими и независими променливи. Най-добър, най-лош, най-вероятен сценарий. Предимства и недостатъци на метода.</i> - <i>Nature and applications. Description of the problem / situation. Selection of dependent and independent variables. Best, worst, most likely scenario. Advantages and disadvantages of the method</i>
11.	<p>АНАЛИЗ НА КАЧЕСТВЕНИЯ ЕМПИРИЧЕН МАТЕРИАЛ ANALYSIS OF QUALITATIVE EMPIRICAL MATERIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Естество и разновидности на качествения емпиричен материал. Цели на анализа. Принцип на изчерпателността като водещ принцип при анализа на качествения емпиричен материал. Техники на анализа. Процедура на анализа. Структура на изследователския доклад. Презентация на изследователския доклад.</i> - <i>Nature and varieties of quality empirical material. Objectives of the analysis. Principle of exhaustiveness as a guiding principle in the analysis of qualitative empirical material. Analytical techniques. Analytical procedure. Structure of the research report. Presentation of the research report.</i>

3. САМОСТОЯТЕЛНА РАБОТА / INDIVIDUAL COURSE PREPARATION

1. *Разработване на изследователската програма и инструментариум на един, избран от студента, качествен метод;*
2. *Осъществяване на полевата работа по събирането на качествен емпиричен материал;*
3. *Анализ на качествения емпиричен материал и написване на изследователски доклад.*

1. *Development of the research program and tools of a qualitative method chosen by the student;*
2. *Implementation of field work on the collection of qualitative empirical material;*
3. *Analysis of qualitative empirical material and writing a research report.*

4. ОЦЕНЯВАНЕ / ASSESSMENT

Крайната оценка (КО) се извършва по формулата:

$$КО = 0.5 * \text{Оценка от изпита} + 0.5 * \text{Оценка на самостоятелната работа}$$

Минималната оценка за успешно приключване на обучението е „Добър (4)“. Съотнесена с Европейската система за трансфер на кредити, съпоставимостта на оценките е следната:

Отличен /6/	Много добър /5/	Добър /4/	Среден /3/		Слаб /2/	
A	B	C	D	E	FX	F
Присъждат се 10 кредита			Не се присъждат кредити			

The final assessment (FA) is performed according to the formula:

$$FA = 0.5 * \text{Assessment from the exam} + 0.5 * \text{Assessment of individual course work}$$

The final grade is based on a six-point scale, in which the lowest grade for successful completion of the course is Good (4). Converted to the ECTS grading scale, the grades are as follows:

Excellent /6/	Very Good /5/	Good /4/	Average /3/		Poor /2/	
A	B	C	D	E	FX	F
The corresponding number of ECTS credit points is being allocated (10 credits are awarded)			No ECTS credit points are being allocated			

За докторантите в редовна форма изпитът се провежда присъствено, освен когато в заповед на ректора не е предвидено друго. За докторантите в задочна форма и за докторантите на самостоятелна подготовка изпитът може да се провежда и онлайн (в електронна среда).

The exam is held in offline mode for the full-time PhD students and could be held in online mode for the part-time and independent PhD students.

5. ДОКТОРАНТСКА ЗАЕТОСТ / DOCTORAL ACTIVITIES

Вид на занятията/заетостта Type of classes/employment	Аудиторна заетост Lectures	Извънаудиторна заетост Extracurricular Activity	Общо Total
1. Лекционен курс / Консултации (тюториали) Lectures / Tutorials	30		30
2. Проучване на литературни източници Study of specialized literature		20	

3. Разработване на индивидуално задание Preparation of individual assignment		100	
4. Самостоятелна подготовка Individual study/preparation for exam		100	
5. Други: Other forms:			
6.			
Общо/ Total	30	220	250

6. ЛИТЕРАТУРА / LITERATURE

A. ОСНОВНА / BASIC

1. С. Желев, Маркетингови изследвания, София, Изд. Стопанство, 2008.
2. С. Желев, Маркетингови изследвания за маркетингови решения, София, Изд. Тракия-М, 2008.
3. С. Желев, Рекламни изследвания, София, Изд. комплекс на УНСС, 2013.
4. С. Желев, Позиционирането, София, Изд. комплекс на УНСС, 2010.
5. С. Желев, Потребителско поведение, София, Изд. комплекс на УНСС, 2018.

Б. ДОПЪЛНИТЕЛНА / ADDITIONAL

1. Aaker Ал and Kumar V., Marketing Research, 2015.
2. Churchill, G., Marketing Research: Methodological Foundations, N.Y., Dryden Press, 2010.
3. Malhotra, N., Basic Marketing Research, NJ, Prentice Hall, 2015.
4. Heding T. and Knudtzen C., Brand Management: Research, Theory and Practice, 2015.
5. Burns A. and Veeck A., Marketing Research (8th Edition), 2016.
6. Hair, J. and Ortinau, D. Essentials of Marketing Research, 2020.

Учебната програма е приета на заседание на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ от г. (Протокол №.....).

The course syllabus is approved by the Department Council of Department of Marketing and Strategic Planning on (Record №).

Автор

Lecturer

(Проф. д.н. Симеон Желев)

Ръководител катедра

Head of Department

(Проф. д-р Христо Катранджиев)