

Nazwa kursu

Badania społeczne – od pomysłu do realizacji, część I.
Badania społeczne – od pomysłu do realizacji, część II.

Opis kursu

Celem kursu jest przygotowanie uczestników do prowadzenia badań społecznych.

Kurs składa się z dwóch niezależnych części. Każda część stanowi odrębny kurs, a udział w jednej z części nie jest warunkiem udziału w drugiej. Obie części stanowią jednak uzupełniające się elementy warsztatu badacza i odpowiadają sekwencjom procesu badawczego.

Każdy kurs składa się z trzech warsztatów realizowanych w wymiarze po 10 godzin dydaktycznych każdy. Obejmują one dwa bloki tematyczne, w których skład wchodzi: zagadnienia z metodologii badań społecznych (część I – warsztat 1, 2 i 3) oraz zagadnienia ze statystyki (część II – warsztat 4, 5 i 6).

Zagadnienia podejmowane w ramach bloku warsztatów z metodologii badań społecznych mają na celu zapoznanie uczestników z ogólnymi założeniami prowadzenia badań społecznych oraz specyfiką badań realizowanych w ramach dwóch zasadniczych podejść badawczych – podejścia pozytywistycznego i podejścia interpretatywnego. Dodatkowo celem tych warsztatów jest opanowanie przez uczestników praktycznych umiejętności z zakresu przygotowania i projektowania badań społecznych realizowanych z wykorzystaniem jakościowych i ilościowych strategii badań.

Zagadnienia podejmowane w ramach bloku warsztatów ze statystyki mają na celu opanowanie przez uczestników umiejętności niezbędnych do prowadzenia statystycznej analizy danych w badaniach prowadzonych w paradygmacie ilościowym, w szczególności prawidłowego przygotowania danych do analiz oraz możliwości zastosowania różnych statystyk w fazie analizy danych.

Wymagania początkowe

Znajomość obsługi komputera w zakresie podstawowym.

W ramach kursu każdy uczestnik może wybrać warsztat, w którym będzie chciał uczestniczyć.

Prowadzący

dr Katarzyna Walentynowicz-Moryl, dr inż. Edyta Mianowska

Metody kształcenia

Wykład prowadzony metodą podającą z elementami dyskusji z prezentacją slajdów i prezentacją multimedialną, wprowadzenie teoretyczne wspomagane prezentacją multimedialną i egzemplifikacją za pomocą programów statystycznych, projekty grupowe, indywidualne ćwiczenia praktyczne w pracowni komputerowej, dyskusja.

Tematyka kursu

Część I.

Warsztat 1. Metodologia badań społecznych – wybrane aspekty

1. Specyfika badań społecznych
2. Podejście pozytywistyczne w metodologii badań społecznych
3. Podejście interpretatywne w metodologii badań społecznych
4. Etapy procesu badawczego
5. Specyfika badań realizowanych w modelu jakościowym
6. Specyfika badań realizowanych w modelu ilościowym

Warsztat 2. Badania społeczne – jakościowe strategie badań

1. Możliwości i ograniczenia badań społecznych realizowanych w podejściu jakościowym
2. Strategie doboru osób do badań społecznych realizowanych w podejściu jakościowym
3. Wybrane metody badań realizowanych w podejściu jakościowym
4. Wybrane techniki badań realizowanych w podejściu jakościowym
5. Wybrane narzędzia badań realizowanych w podejściu jakościowym
6. Strategie analizy danych jakościowych

Warsztat 3. Badania społeczne – ilościowe strategie badań

1. Możliwości i ograniczenia badań społecznych realizowanych w podejściu ilościowym
2. Strategie doboru osób do badań społecznych realizowanych w podejściu ilościowym
3. Wybrane metody badań realizowanych w podejściu ilościowym
4. Wybrane techniki badań realizowanych w podejściu ilościowym
5. Wybrane narzędzia badań realizowanych w podejściu ilościowym
6. Kwestionariusz ankiety – praktyczne wskazania dotyczące przygotowania narzędzia badawczego w kontekście późniejszej analizy uzyskanych przy jego pomocy danych

Część II.

Warsztat 4. Przygotowanie danych do analiz i opis statystyczny

1. Zapoznanie ze środowiskiem programu IBM SPSS Statistics
2. Źródła danych – digitalizacja danych, pobieranie danych z różnych źródeł
3. Opis zbioru danych
4. Czyszczenie danych
5. Przekształcenia danych: transformacje zmiennych, tworzenie nowych zmiennych
6. Wybór obserwacji do analiz
7. Opisowa analiza danych
8. Analizy wyboru wielokrotnego
9. Edycja raportu
10. Przenoszenie wyników do innych aplikacji

Warsztat 5. Strategie analizy danych

1. Dobór metod analitycznych do danych
2. Testowanie normalności rozkładu
3. Współczynniki korelacji
4. Testy nieparametryczne
5. Testy parametryczne
6. Moc testu

Warsztat 6. Wprowadzenie do analiz wielowymiarowych

1. Jednoczynnikowa analiza ANOVA
2. Wieloczynnikowa analiza ANOVA
3. Regresja jednozmiennowa
4. Regresja wielozmiennowa
5. Eksploracyjna i konformacyjna analiza czynnikowa