



Tetradka.bg

Социологически характеристики на маркетинговите изследвания

Не е посочен

Оригинал: Не е посочена Обем: 21 стр. | около 9 168 думи Дата на превюто: 04.10.2026 г. | Пакет 04.10 / 04 (номер в пакета)

РЕДАКЦИОНЕН ПРОЧИТ

Теоретичен текст за икономическата социология, социализацията и социологическата информация. Реалният обхват е по-широк от маркетинговите изследвания, заявени в заглавието. Подходящ е за извеждане на понятия и формулиране на нова емпирична задача.

Превюто е създадено с помощта на AI по методологията на Tetradka.bg. Откъсите са от предоставения файл. Оценката е редакционна и не замества академична рецензия или проверка за оригиналност.

Учебна основа за собствено изследване. Историческите фирмени данни и библиографските записи не са независимо потвърдени като актуални.

Съдържание на превюто

01	Профил и академични елементи	3
02	Автентичен откъс - 4 стр.	4-7
03	Редакционна оценъчна карта	8
04	Силни страни и критични слабости	9
05	Стратегия за актуализация	10
06	Препоръчана нова структура	11
07	12 работни промпта	12-13
08	SEO метаданни	14
09	Подкрепа за самостоятелна работа	15
10	Мисия и QR	16

Тематична карта на оригинала

Възникване на икономическата социология	стр. 1-6
Икономика и социална пазарна система	стр. 7-11
Подходи и икономическо поведение	стр. 12-14
Социализация и информация	стр. 15-18
Организации и изследвания	стр. 19-21

Профил и академични елементи

Цел	Да представи социологическите аспекти на икономическото поведение.
Увод	Теоретично въведение.
Заклучение	Кратък финален абзац; без отделно заключение.
Източници	Няма обособена библиография.
Датировка	Не е посочена
Език	Български
Обем	21 физически страници след конвертиране; около 9 168 думи
Откъс	Страници 1, 2, 16, 17 от конвертирания оригинал.

Избрани са до 1/3 от страниците на оригинала. Показаните номера се отнасят до конвертирания PDF; възможни са разлики с вътрешната номерация. Титулни страници с лични студентски данни не са включени.

Датата на документа не удостоверява произход преди AI. Новата разработка изисква собствен принос и коректно цитиране на използваните материали.

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА

СОЦИОЛОГИЧЕСКИ

ХАРАКТЕРИСТИКИ НА

МАРКЕТИНГОВИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ

Икономическата социология – възникване, утвърждаване и развитие

В миналото се е смятало, че в икономиката се осъществяват само икономически процеси и явления. Стопанските субекти са осъществявали само икономическа дейност. Затова е известно схващането, че единствената наука, която изучава икономиката е икономическата. Икономическият подход е в състояние да регулира всички видове дейности, които осъществяват заетите в тази сфера лица-когато се установява, че в икономиката има не само икономически дейности. Стопанските субекти осъществяват и не икономически дейности. Тогава икономиката е обект на изучаване на много науки. Една от тях е социологията. При изучаването на икономиката тя има няколко изисквания, които са:

1. Всички явления и процеси, които съществуват в икономиката независимо от това дали са икономически или социални, да се разглеждат във взаимна връзка и зависимост. Тази необходимост произтича от това, че всяко икономическо действие предизвиква социални последици, всяко социално действие-икономически последици. Когато се разглеждат независимо една от друга, не може да се установи значението на последиците, влияещи върху развитието на обществото. При разглеждане на процесите и явленията във взаимна връзка и зависимост, може да се регулират последиците по начин, способстващ за успешно икономическо развитие.
2. Икономиката да не се разглежда като обособена затворена система. Тя трябва да се разглежда в тясна връзка и зависимост с други обществени сфери. Това се дължи на факта, че реално между икономиката и другите обществени сфери има взаимодействие, което намира израз в обмен на ценности. Икономиката създава материални ценности, с които трябва да задоволява собствените си потребности. Без рационализация на взаимодействието между икономиката и другите сфери, общественото развитие не може да се осъществява успешно.
3. Да се изучават тези специфични феномени от неикономически характер в икономиката като социални структури, социални ценности, социални статуси, роли, норми, социални групи и други. Изучаването им да се осъществява не от гледна точка на същността им, а от гледна точка на влиянието, което оказват върху икономическите действия и резултати.

4. Икономическата социология изисква да се обогатят фазите на възпроизводствения процес. Според икономиката те са: производство, възпроизводство, обръщение и потребление. Това означава икономическият резултат от дейността на стопанските субекти да има социален измерител и да не се противопоставят икономическите на социалните резултат, защото икономическият резултат се дължи не само на икономически, но и на социални фактори. Освен това, социалният резултат може да оказва положително влияние върху икономическия резултат.
5. Икономическото поведение на стопанските субекти да се разглежда от аспекта на влиянието, което търпи от мрежата на социални отношения.

Икономическата социология изисква при изучаването на икономиката, освен статистическа информация, да се използва и социологическа, която се набира чрез провеждане на ЕСИ/емпирично социологическо изследване/.

Социологическата информация дава детайлна характеристика на всички процеси и явления. От нея се установява отношението на хората към дейността, която осъществяват. Получава се информация за отношенията между тях, противоречията и социалния резултат от тях.

Изискванията на икономическата социология не противоречат на тези на икономиката. Те ги допълват и позволяват получаването на комплексна характеристика за икономиката и способността да се разкрият социални фактори, които да оказват положително влияние върху икономическото развитие.

Възникването на икономическата социология е продължителен процес. Първоначално тя е съществувала като проблемна област в две науки – политическата икономия и общата социология.

Проблемните области на икономическата социология в икономиката водят началото си от класическите представители на политиконимията: Адам Смит и Дейвид Рикардо. Смит изучава обществото като цяло, но когато установява, че това е невъзможно, той насочва вниманието си към изучаване на икономиката. В своята книга "Богатството на народите" той усвоява икономическия проблем, изучава и социопроblemите в икономиката. Описва социалните последици при прехода от манифактурно към машинно производство. Последиците са в икономиката и в обществото. Смит изучава хората и тяхното поведение и доказва, че те се нуждаят от образци за поведение. Всеки човек изучава поведението на другите и на тази основа си създава собствена представа за обществено значимо поведение. Смята, че границите на човешкото поведение трябва да се свеждат до обществено значимото поведение и преминаването на границите на човешкото поведение трябва да се санкционира със социален контрол.

От социологическа гледна точка изучаването на размера на работната заплата доказва, че тя не трябва да се свежда до стойността на стоката работна сила. Размерът на работната заплата да се определя в зависимост от такива социални критерии като: условия на труд, постоянна ли е работата или временна, изисква ли работата доверие, квалификацията и други фактори.

Смит разглежда стоковата обмяна от социологически аспект. Според него тя е не само обмяна на материални ценности, но и на социологически. Това е така, защото знанията и уменията на хората са обществено достояние благодарение на размяната.

Дейвид Рикардо разработва по социологически начин взаимодействието между работната заплата и печалбата. Според него те не могат да се определят произволно не само от икономически съображения, а и затова, че зад тях стои група хора, които

индикатор за социална зрялост, стига тя да не накърнява свободата и индивидуализацията.

Същност на социологическата информация

Емпиричната социологическа информация е отражение на социалните фактори. Такива са поведението на индивида или на цели човешки общности, резултати от тяхната трудова дейност или от вербалните им действия. Те биват единични, общественозначими събития или някаква съвкупност от такива събития, типични за дадена обществена сфера, обществен живот или социален процес. В една по-голяма степен на конкретност социалните факти са постъпки и особености на човешкото поведение, на различните обединения, резултати от човешка дейност, мнения, оценки, реакции на всички видове социални взаимодействия.

Едни и същи социални фактори могат да се изучават от различни науки. Например социалният факт – нарушение на трудовата дисциплина може да бъде обект за изучаване от статистиката. В резултат от това се набира статистическа информация за нарушенията в интервалната скала. Той може да се изучава от психологическата наука, която набира информация за психологическите фактори, които го пораждат. Икономическата наука също проявява интерес към нарушаването на трудовата дисциплина. Тя изучава икономическите причини и икономическите последици. Правната наука го изучава от аспекта на съществуващата нормативна система. Както се вижда, един социален факт става източник на различна по характер социална информация.

По какво се отличава социологическата информация от останалите видове социална информация? Главното, по което се различава, е принадлежността на социалния факт към дадена социална общност. Този факт съществува само дотолкова, доколкото съществуват човешки обединения. Казано по друг начин, социологическият факт е елемент на социалния живот, на взаимодействията, които хората и групите осъществяват помежду си. Регистриран по съответен начин, той придобива характер на социологическа информация. Тя се отличава и по своята комплексност. Социологията набира информация за причините, които предизвикват нарушаването на трудовата дисциплина, за хората, които са извършили нарушението, за последиците от нарушението във всичките им възможни аспекти на проявление и на тази основа дава препоръки за тяхното преодоляване. Социологическата информация не е статична, а динамична. Тя отразява социалните факти в динамиката. Накрая социологията изучава признаците на социалните факти във взаимодействие. Емпирична информация, в която отсъства взаимодействие между признаци, не е социологическа.

Изводът, който се налага, е: **социологическа е тази информация, която обхваща комплексно признаците на социалните факти и ги отразява в тяхната динамика и взаимодействие.**

Видове социологическа информация

Социологическото научно знание се развива благодарение на нова информация, която чрез социологическите методи се набира, обработва и систематизира. Тя разкрива непознати страни в проявлението на социалните явления и процеси, нови тенденции в тяхното развитие и усъвършенстване. Съществуват следните видове социологическа информация:

- ❖ **Обективна** – тя представлява точно отражение на признаците на социалните факти и на тяхното взаимодействие. Например, 15 на сто от живеещите в дадено населено място нямат нормални жилища, 45 на сто живеят в едностайни

апартаменти, 25 на сто - в двустайни, 10 на сто – в тристайни и 5 на сто – в четиристайни и по-големи. Но социалните отношения между хората са резултат не само от обективните условия на тяхното съществуване, а и от субективното възприемане на тези условия. Известно е, че обективните условия не са единствените, които пораждаят удовлетвореност или неудовлетвореност в хората. Следователно обективната информация не е достатъчна, за да се получи цялостна представа за социалните отношения и взаимодействия, за поведението на отделната личност и на социалната общност.

- ❖ **Индивидуална** – за да се получи цялостна представа за даден социален факт, освен обективна е необходима и субективна информация. Тя се състои от субективните характеристики на дадени социални факти, от оценъчни мнения, съждения, предложения. Тази информация се набира чрез емпирични изследвания от лицата, включени в тях. В своя първоначален вид, т.е. информацията, получена от всяко отделно лице, е негодна за социологически анализ.
- ❖ **Съвкупна** – индивидуалната социологическа информация е предпоставка за превръщането и в съвкупна, която е обект на социологически анализ. Съвкупната социологическа информация отразява сводните свойства на индивидуалната информация. Тя се отличава качествено от последната, макар че е извлечена от нея, защото притежава общите свойства, присъщи на всички индивидуални информации. Обстоятелството, че някои от общите свойства не съществуват в отделни индивидуални информации или съществуват в други параметри, не променя нещата. Индивидуалната и съвкупна информация са две равнища на социологическа информация. Първата представлява низшето равнище, втората – висшето равнище. И двете равнища са абсолютно необходими за всяко емпирично социологическо изследване. Задължителен е преходът от низшето към висшето равнище, тъй като без него не може да се получи тази социологическа информация, която е годна за анализи.
- ❖ **Количествена социологическа информация** – това е тази информация, която се изразява в строго определени количествени параметри – цели числа, проценти, относителни тегла.
- ❖ **Качествена социологическа информация** – това е тази информация, която приема формата на категориални характеристики. Формира се върху основата на понятия, поради което се нарича още понятийна информация. Например такава информация е видът трудова дейност или качествата на човека, трудолюбив или нетрудолюбив и т.н. Качествената социологическа информация е много важна, но непосредствено неизмерима. Поради това социологията разполага с методи за нейното измерване. Такъв метод е скалирането. Чрез него дадена качествена информация се представя в различни степени. Например качеството трудолюбив може да получи следните степени – много трудолюбив, средно трудолюбив, нетрудолюбив, мързелив. Друг метод е бюджетът на времето. С помощта на този метод всеки вид човешка дейност, разположена във времето, става измерима. Количеството време за извършването на различните видове човешки дейности ги прави съизмерими. Преобразуването на качествена информация в количествена е обективна закономерност на всяко емпирично социологическо изследване.
- ❖ **Първична и вторична информация** – първична е тази социологическа информация, която е получена от непосредственото социологическо изследване. Вторична е информацията, която е заварена и се съдържа в други източници или в предишни изследвания.

Редакционна оценъчна карта

Ориентировъчна оценка на предоставения текст по скала 0-10. Това е редакционна преценка по видимите съдържание, структура и източници, а не университетска оценка.

Актуалност на конкретния текст

4.0/10 | 20%



Структура и логика

4.0/10 | 20%



Методологична прецизност

3.0/10 | 25%



Източници и проверимост

1.0/10 | 20%



Оформление и приложимост

4.0/10 | 15%



Претеглена оценка: 3.1/10

Основанията са посочени на следващата страница. Актуалността оценява датировката на конкретния текст. Пълна външна проверка на всички факти и източници не е извършвана.

Силни страни

- Разглежда връзката между икономически и социални процеси.
- Обсъжда достоверността и представителността на информацията.
- Дава отправни понятия за социализация и организационно поведение.

Критични слабости

- Голяма част от текста е обща икономическа социология; връзката с маркетингово изследване остава слабо развита.
- Не е приложена библиография, въпреки многобройните имена и теоретични твърдения.
- Липсват конкретен изследователски въпрос, извадка, инструмент и обработка на данни.
- Има повторения, печатни грешки и незавършено заглавие в оригинала („ИЗСЛЕДВАНИ“).

Приоритети за актуализация

1

ПРИОРИТЕТ

Уточни новия въпрос: Как социалната група и доверието в източника влияят на потребителска препоръка?

2

ПРИОРИТЕТ

Определи период и събери проверими първични данни.

3

ПОДОБРЕНИЕ

Провери числата и библиографските записи в оригинала.

4

ПОДОБРЕНИЕ

Разграничи факти, предположения и собствена интерпретация.

5

ПОДОБРЕНИЕ

Добави собствен анализ, ограничения и точни позовавания.

Редът е по влияние върху надеждността, а не по лекота на изпълнение.

Препоръчана нова структура

Структура за преработване на оригинала в последователна и проверима академична разработка:

01 Проблем и изследователски въпрос

06 Анализ на резултатите

02 Цел, задачи и обхват

07 Съпоставка и интерпретация

03 Литература и понятия

08 Ограничения

04 Историческа отправна точка

09 Заключение и собствен принос

05 Метод и подбор на данни

10 Библиография и приложения

КОНТРОЛНА ТОЧКА

Всеки числов извод трябва да има видима формула, източник или възпроизводима таблица. Всеки актуален факт трябва да има дата.

Работни промпти 1-6

01 Предложи три измерими подвъпроса към темата: Как социалната група и доверието в източника влияят на потребителска препоръка?

02 Състави план за събиране на данни чрез: Прочетени научни публикации и собствена анкета с описана извадка. Не измисляй резултати.

03 Отдели в предоставения откъс факти, авторски оценки и недоказани твърдения.

04 Направи таблица: твърдение, година, източник, какво липсва за проверка.

05 Предложи операционални определения на ключовите понятия в моя въпрос.

06 Предложи подходящ метод и обясни ограниченията му за моята задача.

Работни промпти 7-12

07 Провери аритметиката и съпоставимостта на предоставените данни. Покажи стъпките.

08 Посочи какви допълнителни данни са необходими, без да попълваш липсите с измислени числа.

09 Критикувай моя аргумент: кое доказателство подкрепя извода и кое му противоречи?

10 Помогни да сравня стария и новия период, без да смесвам различни показатели.

11 Отбележи местата за цитиране и непълните библиографски записи; не създавай несъществуващи източници.

12 Редактирай моя текст за яснота и логика. Запази смисъла и отбележи всяка непотвърдена формулировка.

SEO метаданни

30 ключови думи за каталога, продуктовото описание и индексирането на превюто:

01 икономическа социология

16 теоретичен обзор

02 маркетингови изследвания

17 операционализация

03 социализация

18 индикатори

04 икономическо поведение

19 социални отношения

05 социални групи

20 изследователски дизайн

06 социологическа информация

21 академично писане

07 достоверност

22 курсова работа

08 представителност

23 учебен архив

09 извадка

24 актуализация

10 анкета

25 проверка на източници

11 потребителско поведение

26 изследователски въпрос

12 доверие

27 собствен анализ

13 организации

28 цитиране

14 социална система

29 методология

15 социална пазарна икономика

30 Tetradka.bg

Ключовите думи са вградени и в метаданните на PDF файла.

Подкрепа за самостоятелна работа

Изследователски въпрос

Как социалната група и доверието в източника влияят на потребителска препоръка?

Какво да подготвиш

Задание от преподавателя, критерии за оценяване, допустим обем и срок. Отбележи кои части от архива ще използваш като източник.

Подходяща консултация

Уточняване на темата и метода; подбор и проверка на литература; обратна връзка по собствен текст; редакция на цитиране и оформление.

Индивидуален обхват

Цената, срокът и приложимият план се уточняват според конкретното задание. В превюто не са включени непотвърдени текущи тарифи.

Краен резултат

Собствен анализ с проследими доказателства, ограничения и коректни позовавания. Използването на AI се описва според изискванията на учебното заведение.

Академично писане с мисъл!



Tetradka.bg

Разгледай темата. Провери източниците.
Развий собствен аргумент.

ОТ АРХИВ КЪМ СОБСТВЕН ПРИНОС

- Използвай стария текст за ориентация в понятията и структурата.
- Отдели историческите данни от това, което трябва да провериш отново.
- Постави нов въпрос и избери подходящ метод.
- Събери реални данни и формулирай собствени изводи.
- Посочи използваните източници и приноса на помощните инструменти.

Мисия: подкрепа за критично мислене, проверими аргументи и самостоятелно учене.

www.tetradka.bg | info@tetradka.bg