

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Ю.Шутилин

«___»_____ 2021 г.

Регистрационный № УД _____/уч.

СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине
для специальности
1-23 01 05 «Социология»

Учебная программа учебной дисциплины «Социология рынков» разработана в соответствии с действующим образовательным стандартом, учебным планом по специальности 1-23 01 05 «Социология», регистрационный № 49Р-13 от 18.10.2013.

СОСТАВИТЕЛИ:

Пацеева А.Г., доцент кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Сухотский Н.Н.; главный советник Белорусского института стратегических исследований, кандидат социологических наук

Акулич В.А., доцент кафедры национальной экономики и государственного управления УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № ____ от _____)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № _____ от _____)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа предназначена для преподавания спецкурса «Социология рынков» студентам специальности 1-23 01 05 Социология (специализация 1-23 01 05 06 Экономическая социология); 1-23 01 04 «Психология» со специализацией 1-23 01 04 10 «Психология предпринимательской деятельности» Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета в рамках цикла дисциплин специальности.

Базовая учебная программа дисциплины «Социология рынков» разработана в соответствии с действующими образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 05 «Социология».

Целью дисциплины является получение студентами систематизированных знаний в области социологии рынков.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть историю становления и развития социологии рынков как отрасли научного знания;
- изучить основные концептуальные направления и подходы в социологии рынков; изучить систему категорий, используемых в контексте основных концептуальных направлений и подходов в социологии рынков; изучить методологию и методы теоретических и эмпирических исследований в сфере социологии рынков;
- сформировать навыки социологического анализа различных типов рынков, рыночных процессов и взаимодействий с использованием методологии, и системы категорий социологии рынков.

Студенты по результатам изучения учебной дисциплины должны обладать следующими академическими компетенциями:

- владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть исследовательскими навыками; социально-личностными компетенциями:
- быть способным к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям; профессиональными компетенциями:
- иметь фундаментальную общетеоретическую подготовку в сфере социологии рынков; уметь квалифицированно анализировать проблемы, составляющие предмет социологии рынков;
- иметь достаточный уровень подготовки для того, чтобы осуществлять самостоятельный анализ эмпирических данных социологических исследований различных типов рынков, рыночных процессов и взаимодействий; - обладать сформированным критическим

типом профессионального мышления, необходимым для разработки и проведения самостоятельных социологических исследований, направленных на изучение различных типов рынков, рыночных процессов и взаимодействий; использовать социологическую информацию с целью выработки практических рекомендаций для принятия эффективных рыночных решений. В результате изучения учебной дисциплины студенты должны: знать:

- специфику социологии рынков как отраслевой социологической дисциплины, ее объект, предмет, статус, понятия, категории, концепции, этапы становления и развития;

- методологию и методы исследования в сфере социологии рынков;

- основные экономические, статистические и социально-экономические показатели и индексы, применяемые в сфере социологии рынков; актуальные направления и результаты эмпирических социологических исследований в сфере социологии рынков. уметь:

- ориентироваться в социально-рыночных процессах; использовать категориально-концептуальный материал социологии рынков при интерпретации изучаемых социально-рыночных процессов;

- использовать эмпирические методы общей, экономической и социологии рынков в конкретно-прикладном изучении экономических явлений; - выработать общие выводы и практические рекомендации совершенствования социально-рыночных процессов в современном обществе.

Связь с другими дисциплинами. Данная базовая учебная программа связана с блоками знаний, которые приобретает студент, изучая следующие дисциплины: «Теоретическая социология», «История социологии», «Методология и методы социологического исследования», «Экономическая теория», «Социальная и экономическая статистика», «Специальные социологические теории в сфере экономики», «Экономическая социология».

Характеристика рекомендуемых методов и (или) технологий обучения. Предлагается использовать лекционные, семинарские занятия, управляемую самостоятельную работу студентов, групповые дискуссии, дебаты, круглые столы, презентации результатов выполнения творческих заданий, написание эссе.

В числе наиболее эффективных методов и технологий обучения студентов в рамках данной дисциплины следует выделить:

- диалоговые технологии (например, дискуссии, пресс-конференции); - игровые технологии (например, деловые, ролевые игры);

- тренинговые технологии (например, тесты).

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговую систему оценки знаний, умений и навыков студентов.

В практику проведения семинарских занятий рекомендуется внедрять методики активного обучения (например, работу в малых группах, дискуссии и др.) с целью формирования современных социально-личностных и социально-профессиональных компетенций студентов вуза.

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов в рамках изучаемой дисциплины предусматривает выполнение самостоятельных работ, написание эссе, ознакомление с первоисточниками и подготовку докладов, выполнение индивидуальных и групповых творческих заданий (презентаций).

Структура курса. Курс «Социология рынков» состоит из двух разделов — исторического и теоретико-методологического. В историческом разделе рассматриваются этапы становления и развития основных концептуальных направлений и подходов социологии рынков, тенденции развития на современном этапе. В теоретико-методологическом разделе рассматривается предметная область социологии рынков, основные понятия, методология и методы изучения различных типов рынков, рыночных процессов и взаимодействий.

Учебным планом специальности на изучение дисциплины «Социология рынков» отводится 210 часов, из них аудиторных — 116 часов, в том числе 66 часов лекций и 50 часов семинарских занятий.

Формы контроля знаний, Основной рекомендуемой формой текущего контроля знаний являются выступления на семинарских занятиях и выполнение самостоятельных работ. Рекомендуемая промежуточная форма контроля знаний — зачет в устной форме, итоговая форма контроля знаний — экзамен в устной форме.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ тем	Наименование разделов и тем	Количество часов		
		всего	лекции	семинар
	2	3	4	5
Раздел I	История становления и развития социологии рынков			
1.1	Социология рынков как специальная социологическая теория.	2	2	
1.2	Феноменологический подход к изучению рынков	4	2	2
1.3	Историко-генетический подход к изучению рынков	4	2	2
1.4	Метод теоретического моделирования: предпосылки неоклассического экономического подхода	4	2	2
1.5	Статистический подход к изучению рынков	4	2	2
1.6	Экономико-социологический подход к анализу рынков. Методологический плюрализм в анализе рынков	4	2	2
1.7	Экологический подход к анализу рынков	4	2	2
1.8	Сетевой подход к анализу рынков	8	4	4
1.9	Социокультурный подход: рынки как культуры	4	2	2
1.10	Политико-культурный подход к анализу рынков	4	2	2
	Перформативный подход к анализу рынков	4	2	2
	Итого по разделу	46	24	22
Раздел II	Теоретико-методологический раздел			
2.1	Рынок как форма хозяйства	4	2	2
2.2	Конкуренция на рынке как социально укорененный процесс	4	2	2
2.3	Государство и рынки	4	2	2
2.4	Структурная организация рынков	4	2	2
2.5	Основные институты рынка	2	2	-
2.6	Институциональная динамика рынков	2	2	-
2.7	Институты рынка и институциональные компромиссы	4	2	2

2.8	Деформализация правил и уклонение субъектов от соблюдения законов на рынке	4	4	-
2.9	Формализация правил и издержки легализации на рынке	6	4	2
2.10	Формирование и функционирование деловых конвенций и ассоциаций на рынке	6	4	2
	Итого по разделу	40	26	14
Раздел III	Основные направления эмпирических исследований социологии рынков			
3.1	Рынки труда как объект исследования в социологии рынков	4	2	2
3.2	Финансовые рынки как объект исследования в социологии рынков	6	4	2
3.3	Рынки рекламы как объект исследования в социологии рынков	4	2	2
3.4	Рынки медицинских услуг как объект исследования в социологии рынков	4	2	2
3.5	Рынки образовательных услуг как объект исследования в социологии рынков	4	2	2
3.6	Оффлайн торговля как объект исследования в социологии рынков	4	2	2
3.7	Онлайн торговля как объект исследования в социологии рынков	4	2	2
	Итого по разделу	30	16	14
ВСЕГО		116	66	50

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИОЛОГИИ РЫНКОВ

Тема 1.1 Социология рынков как специальная социологическая теория.

Социология рынков как ведущее направление современной экономической социологии. Объект, предмет, цель и задачи социологии рынков. Основные теоретические направления социологии рынков.

Рынок как объект научного анализа. Понятийная многозначность и сложность определения рынка как научной категории. Общая схема перехода от теоретических концепций к эмпирическому исследованию.

Тема 1.2 Феноменологический подход к изучению рынков

Теоретические предпосылки применения феноменологического подхода в социологии рынков. Концептуальная схема феноменологического подхода к изучению рынков. Феноменологический подход: рынок как то, что понимают под рынком его участники.

Методики изучения рынков в контексте феноменологического подхода.

Методологические трудности и ограничения применения феноменологического подхода к изучению рынков.

Тема 1.3 Историко-генетический к изучению рынков

Сущность историко-генетический подхода изучения рынков. Историко-генетический/ антропологический подход к понятию рынка.

Понятие рынка и его критериальные признаки в контексте историко-генетического подхода. Первичные формы обмена в розничной и оптовой торговле: история развития городских рынков. Первичные формы обмена в розничной и оптовой торговле: история развития лавочной торговли. Первичные формы обмена в розничной и оптовой торговле: история развития ярмарок. Первичные формы обмена в розничной и оптовой торговле: история развития бирж.

Методики изучения рынков в контексте историко-генетического подхода. Методологические трудности и ограничения применения историко-генетический подхода к изучению рынков.

Тема 1.4 Метод теоретического моделирования: предпосылки неоклассического экономического подхода к анализу рынков

Предпосылки неоклассического экономического подхода к теории рынков. Рациональность и эгоистичность участников рынка, их независимость от прошлого опыта и социальных связей.

Механизм саморегулирования рынка посредством цен и свободной конкуренции. Стремление рыночной системы к равновесию и оптимальному распределению ресурсов.

Субъекты социально-экономических отношений как субъекты рынка.

Методологические трудности и ограничения применения метода теоретического моделирования к изучению рынков.

Тема 1.5 Статистический подход к изучению рынков

Концептуальная схема статистического подхода к изучению рынков. Рынок как процесс и как сегмент. Критерии сегментации рынков. Дифференциация по товарным категориям, целевым потребительским группам, типу участников рынка, регионам. Проблема определения внутренних и внешних границ рынка.

Особенность маркетингового подхода к пониманию рынка. Особенность экономико-социологического подхода к пониманию рынка. Сравнительный анализ модели рынка в маркетинге и социологии.

Методики изучения рынков в контексте статистического подхода. Методологические трудности и ограничения применения статистического подхода к изучению рынков.

Тема 1.6 Экономико-социологический подход к анализу рынков. Методологический плюрализм в анализе рынков

Предпосылки экономико-социологического подхода к теории рынков. Экономико-социологическое развитие родового определения рынка, его основные элементы.

Концепции рынка в современной социологии. Проблемы классификации направлений в социологии рынков. Сетевой подход, социокультурный подход, новый институционализм, политико-властный подход, перформативный подход, экологический подход: основные черты, разногласия и противоречия в современных экономико-социологических теориях.

Методики изучения рынков в контексте экономико-социологического подхода. Методологические трудности и ограничения применения экономикосоциологического подхода к изучению рынков.

Тема 1.7 Экологический подход к анализу рынков

Экологический подход к анализу рынков: понятие, основные характеристики. Рынок как сегментированное пространство взаимодействий разных популяций организаций (Х. Олдрич, М. Хэннан, Дж. Фримен).

Рынок как совокупность ниш. Понятие и характеристики рыночной ниши в контексте экологического подхода. Эволюция рынков в контексте экологического подхода. Индексы организационной демографии. Понятие организационного изоморфизма в контексте экологического подхода.

Зависимость рынка от ресурсной базы. Динамика рынков и борьба за существование. Демография организаций и анализ рынков.

Тема 1.8 Сетевой подход к анализу рынков

Сетевой подход к анализу рынка (Р. Бёрт, М. Грановеттер, Х. Уайт). Рынок как совокупность сетей: уровни анализа. Показатели свойств сети: сила связи, размер сети, сетевая плотность, сетевой ранг, центральность и централизация, структурная эквивалентность. Понятие «структурных пустот» (Р. Бёрт).

Рынок как комбинация атомизированных действий и социальных связей. Случайные и укорененные сетевые связи. Клики производителей и покупателей. Три основных типа рынков и три типа провалов рынка.

Основные структурные элементы рынка. Предприятие и бизнес-группа как организационные структуры.

Основные направления применения сетевого анализа: анализ этнического предпринимательства, кластеров малых фирм и т.д. Характеристика сетей в контексте сетевого подхода к анализу рынков.

Тема 1.9 Социокультурный подход: рынки как культуры

Социокультурный подход: рынки как культуры. Формирование идентичности статуса участников рынка. Культурная укорененность стратегий участников рынков.

Социокультурный подход к анализу рынков (М. Аболафия, В. Зелизер).

Конкуренция как символическая борьба в контексте социокультурного подхода.

Когнитивные, ценностные и символические аспекты рыночной культуры.

Методологическое обеспечение и методики исследования рынков в контексте социокультурного подхода: преимущества и проблемы применения.

Тема 1.10 Политико-культурный подход к анализу рынков

Политико-культурный подход к анализу рынка (Н. Флигстин). Понятие концепции контроля. Формирование и смена деловых стратегий и концепций контроля.

Рынки как политика. Создание стабильных миров и смягчение конкуренции социальными средствами.

Иерархия участников рынка. Выстраивание иерархии. Борьба «новичков» с доминирующими участниками рынка.

Методологическое обеспечение и методики исследования рынков в контексте политико-культурного подхода: преимущества и проблемы применения.

Тема 1.11 Перформативный подход к анализу рынков

Применение в социологии рынков теории акторских сетей М. Каллона, Б. Латура и др.

Понятие «перформативности». Теория перформативности и другие теории социального конструирования. Перформативность экономики.

Ното Eсopoticus как результат процесса конфигурации. Связь между теориями рынка и реальными рынками.

Методологическое обеспечение и методики исследования рынков в контексте перформативного подхода: преимущества и проблемы применения.

РАЗДЕЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Тема 2.1 Рынок как форма хозяйства

Понятие рынка как формы хозяйства и его основные элементы.

Рынок и другие формы интеграции хозяйства в концепции К. Поланьи.

Исторические ограничения рыночной формы хозяйства.

Социальное сопротивление экспансии рыночных отношений и невозможность рыночного общества.

Развитие рыночных форм хозяйства в XIX столетии.

Тема 2.2 Конкуренция на рынке как социально укорененный процесс

Общее понятие конкуренции на рынке. Экономически и неэкономически обусловленная конкуренция. Экономически и неэкономически ориентированная конкуренция.

Механизмы реализации соревновательной конкуренции. Механизмы реализации хищнической конкуренции.

Совершенная конкуренция: понятие, характеристики (Дж. Стиглер и др.). Теории несовершенной конкуренции: понятие, характеристика, олигополия, монополия (Дж. Робинсон, Ф. Хайек и др.). Динамическая модель конкуренции Ф. Хайека. Конкуренция как поддержание социальных контактов (Х. Уайт и др.). Конкуренция как установление согласованного порядка: понятие, характеристика, институциональный изоморфизм (М. Аболафия, Н. Биггарт и др.). Конкуренция как символическая борьба

Тема 2.3 Государство и рынки Государственное регулирование рыночного обмена. Роль и функции государства по регулированию рынка.

Государственное регулирование рынка: либеральная модель государства как «ночного сторожа», социалистическая модель государства

как «единого народнохозяйственного центра», государство как конфигуратор рынка (между либеральной и социалистической моделью).

Проблемы коррупции и их влияние на функционирование рынков.

Антиглобалистское движение как противодействие усилению господства саморегулирующегося рынка в международном масштабе.

Регулирование рынков в контексте интеграционных союзов государств: опыт и уроки ЕС. Регулирование рынков в контексте интеграционных взаимодействий России, Беларуси и Казахстана в рамках ЕврАзЭС.

Тема 2.4 Структурная организация рынков

Основные структурные элементы рынка: понятие, общая характеристика. Капитал как основная форма ресурсов. Формы капитала.

Предприятие и бизнес-группа как организационные структуры рынка.

Деловые сети на рынке: понятие, виды, характеристика (плотность, степень централизации, гомогенность (однородность), сила деловых связей, теснота, замкнутость и устойчивость связей). Стратегические альянсы и деловые ассоциации.

Структурная автономия участников рынка. Горизонтальная и вертикальная интеграция. ТОВАПРОИЗВОДЯЩИЕ СЕТИ, РЕГУЛИРУЕМЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И ПОТРЕБИТЕЛЯМИ. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТОВАРОПРОИЗВОДЯЩИЕ СЕТИ.

Тема 2.5 Основные институты рынка

Понимание институтов как регулятивных правил. Правила поведения и правила контроля.

Основные институциональные элементы рынка. Понятие прав собственности. Формальные и неформальные притязания на ресурсы и доходы.

Понятие правил обмена на рынке. Поиск и подбор деловых партнеров. Заключение и поддержание деловых соглашений.

Различия формальных и неформальных институтов рынка. Правила рынка общего и индивидуального уровня. Причины возникновения на рынке неформальных правил.

Тема 2.6 Институциональная динамика рынков

Источники возникновения институтов рынка. Импорт институтов и выбор институциональных образцов.

Институциональная инерция и эффект замыкания. Зависимость институциональной динамики рынка от первоначального избранного пути. Целенаправленный отбор и стихийное возникновение новых правил на рынке.

Понятие институционального изоморфизма рынка.
Институциональные разрывы и комплементарность институтов рынка.
Параллельные институциональные режимы,

Проблема эффективности институтов рынка. Ограниченность критерия экономии трансакционных издержек.

Тема 2.7 Институты рынка и институциональные компромиссы

Критика эволюционного рационализма и политико-правового конструктивизма в области институциональных изменений рынка.

Два способа направленных институциональных изменений рынка: облагораживание существующих институциональных образцов и культивирование новых образцов. Длительность процесса культивирования институтов рынка. Издержки процесса культивирования институтов рынка.

Действие на рынке параллельных институциональных режимов. Установление на рынке параллельных формальных правил игры и правил контроля. Упрощение формальных правил в деловых практиках на рынке. Достижение институциональных компромиссов на рынке.

Тема 2.8 Деформализация правил и уклонение субъектов от соблюдения законов на рынке

Понятие институциональной подстройки. Законодательное регулирование рынков и оценка хозяйствующими субъектами законодательного регулирования.

Понятие деформализации правил на рынке. Механизм деформализации правил на рынке и его основные элементы. Неполнота и противоречивость формальных правил рынка.

Селективный контроль и институциональные компромиссы на рынке. Появление на рынке «непрозрачных» управленческих схем.

Институциональные фикции и игры обмена на рынке. Практики ухода от налогов и таможенных платежей. Обоснование легитимности стратегий деформализации правил на рынке.

Тема 2.9 Формализация правил и издержки легализации на рынке

Понятие формализации правил на рынке. Механизм формализации правил на рынке и его основные элементы. Причины повышения спроса на формальные институты рынка.

Трудности перехода от «серых» и «черных» к «белым» деловым схемам. Структура затрат на поддержание «серых» схем. Использование неформальных механизмов и схем в хозяйственной деятельности субъектов на рынке.

Сравнительные издержки легализации на рынке. Легализация и формализация правил на рынке как ступенчатый процесс. Роль государства в легализации бизнеса. Баланс интереса, принуждения и доверия в процессе легализации деятельности субъектов на рынке.

Тема 2.10 Формирование и функционирование деловых конвенций и ассоциаций на рынке

Необходимость выработки и поддержания конвенций в деловой среде. Процесс построения конвенций между компаниями. Препятствия соглашениям между компаниями. Процесс построения конвенций между компаниями и властью. Препятствия соглашениям между компаниями и властью.

Деловые ассоциации на рынке: понятие и общая характеристика, функции и роль в регулировании функционирования рынка. Индивидуальное и политическое лоббирование интересов деловых ассоциаций.

Стратегии формирования и функционирования ассоциаций на рынке: общественное объединение, лоббистская структура, экспертная структура, договорная площадка и деловой клуб. Проблема участия субъектов рынка в ассоциации. Стратегический выбор ассоциации на рынке.

РАЗДЕЛ 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ СОЦИОЛОГИИ РЫНКОВ

Тема 3.1 Рынки труда как объект исследования в социологии рынков

Концепции сегментации рынков труда. Первичный и вторичный сегменты рынка труда: понятие, различия в характеристиках занятости. Внешний рынок труда и внутренние рынки труда предприятий, организаций.

Использование сетевого подхода в анализе рынков труда. Роль социальных сетей в процессах трудоустройства-найма на рынке труда. Социальные сети и рыночные взаимодействия на рынке труда.

Конкурентоспособность на рынке труда. «Я-конкурентоспособность» на рынке труда: понятие, характеристики, факторы. Методики изучения конкурентоспособности на рынке труда.

Тема 3.2 Финансовые рынки как объект исследования в социологии рынков

Финансовые рынки как социальные системы. Классические социологические подходы к пониманию денег и банковского дела (К. Маркс, М. Вебер, Г. Зиммель).

Культурно-ориентированный подход к изучению финансовых рынков (М. Аболафия). Перформативный подход к изучению финансовых рынков (Д. Маккензи, К. Кнорр-Цетина).

Финансовые рынки и экономические кризисы. Финансовые рынки и социальное неравенство.

Методология и методики статистического обследования финансовых рынков. Методология и методики социологического исследования финансовых рынков.

Тема 3.3 Рынки рекламы как объект исследования в социологии рынков

Рынки рекламы: понятие, структура.

Основные подходы к определению рынков рекламы: феноменологический подход, маркетинговый подход, социокультурный подход.

Основные субъекты рынка. Особенности выстраивания взаимоотношений рекламных агентств и их клиентов.

Методология и методики социологического исследования рынков рекламы: преимущества и проблемы применения.

Рынок рекламы в России и Беларуси: сравнительный анализ структуры и динамики развития.

Тема 3.4 Рынки медицинских услуг как объект исследования в социологии рынков

Рынок медицинских услуг: понятие, структура, основные субъекты рынка. Динамика медицинских услуг и трансформация спроса на медицинские услуги.

Методология и методики социологического исследования рынков медицинских услуг: преимущества и проблемы применения.

Рынок медицинских услуг в России и Беларуси. Медицинский туризм. Конфликтующие интересы в системе здравоохранения.

Тема 3.5 Рынки образовательных услуг как объект исследования в социологии рынков

Рынок образовательных услуг: понятие, структура, основные субъекты рынка. Динамика образовательных услуг и трансформация спроса на образовательные услуги.

Методология и методики социологического исследования рынков образовательных услуг: преимущества и проблемы применения.

Рынок образовательных услуг в России и Беларуси. Влияние на рынок образовательных услуг создания единого образовательного пространства Беларуси и России.

Тема 3.6 Оффлайн торговля как объект исследования в социологии рынков

Предприятие розничной торговли. Торговые сети как элемент системы массовой дистрибуции. Форматы магазинов и их классификации.

Особенности диадических отношений между ритейлерами и поставщиками. Основные тенденции в развитии торговых сетей и современных торговых форматов в Беларуси.

Государственное регулирование торговых сетей в западных странах и в Беларуси. Методология и методики социологического исследования оффлайн торговли: преимущества и проблемы применения.

Тема 3.7 Онлайн торговля как объект исследования в социологии рынков

Онлайн торговля: понятие, организационные формы. Рынок онлайн торговли: понятие, структура, основные субъекты рынка. Динамика развития рынка онлайн торговли и трансформация потребительского спроса в сфере онлайн торговли.

Методология и методики социологического исследований в сфере онлайн торговли.

Государственное регулирование и защита прав потребителей в сфере онлайн торговли. Перспективы развития онлайн торговли.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Алехин, Б. И. Поведенческие финансы : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / Б. И. Алехин. – М. : Юрайт, 2019. - 180, [2] с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). (Гриф РФ)

Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / Н. В. Еремеева. - 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2019. - 242 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс).

Рохмистров, М. С. Социология предпринимательства : учебное пособие для вузов / М. С. Рохмистров, С. Н. Рохмистров. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 245 с. – (Высшее образование).

Социология предпринимательства : учебное пособие. / Осипов Е. М., Ковальчук В. К., Усов А. И., Халиков М. С. – М.: Русайнс, 2021. – 298 с. – (Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура).

Дополнительная

Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. ВВ. Радаев, М.С. Добрякова. - М.: ГУ ВШЭ, 2008. - 223 с.

Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / сост. и науч. ред. ВВ. Радаев, пер. М.С. Добряковой и др. — М.: РОССПЭН, 2004. - 374 с.

Радаев, В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / В.В. Радаев. — М.: ГУ-ВШЭ, 2003. - 176 с.

Как работают рынки: социологический анализ отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. - М.: ГУ ВШЭ, 2007. - 314 с.

Гайгер, Р. Л. Знания и деньги. Исследовательские университеты и парадоксы рынка / Р. Л. Гайгер ; пер. с англ. Ирины Дягилевой ; [науч. ред. перевода Антон Рябов]. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. - 405, [1] с. : ил. - (Библиотека журнала "Вопросы образования").

Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник для бакалавров : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Коммерция" (торговое дело)", "Товароведение", "Маркетинг" / И. М. Лифиц ; Российский гос. торгово-эконом. ун-т. - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2016. - 437 с. : ил. - (Бакалавр. Углубленный курс).

Сажина, М. А. Природа современных финансов : монография / М. А. Сажина. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. - 102, [2] с. - (Научная мысль. Финансы).

Силласте, Г. Г. Экономическая социология : учебное пособие / Г. Г. Силласте. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 480 с.: ил.; . - (Бакалавриат. Магистратура). ISBN 978-5-98281-270-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/468865> (дата обращения: 16.03.2021). – Режим доступа: по подписке.