Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»
_____ А. В. Егоров
«19» 12 2024 г.
Регистрационный № УД 6346-24 уч.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине
для специальности 6-05-0314-01 «Социология»

2024

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0314-01-23, учебного плана по специальности 6-05-0314-01 «Социология».

СОСТАВИТЕЛИ:

Л.И. Подгайская, доцент кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук, доцент

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

В.А. Симхович, профессор кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор социологических наук, профессор

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О.В. Кобяк, заведующий отделом экономической социологии ГНУ «Институт социологии» Национальной академии наук Беларуси, доктор социологических наук, профессор;

Е.В. Петриченко, декан факультета экономики и менеджмента учреждения образования «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 № 3 от 12.11 2024 г.);

Методической комиссией по учебным дисциплинам социально-гуманитарного модуля, по специальностям «Психология», «Социология», «Политология (по направлениям)», «Политология», «Философия», «Экономика» с профилизациями «Экономическая психология», «Экономическая социология», учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 2 от 22.11 2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 2 от 18.12. 2024 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Специальные социологические теории в сфере экономики» направлена на овладение знаниями, обеспечивающими социологический анализ современных процессов в сфере экономики. Данная дисциплина систематизирует знания, полученные при изучении других социологических дисциплин, расширяя социологическую компетентность студентов, необходимую для их эффективной практической и исследовательской деятельности. Она предполагает проблемный, проектный и диалоговый стиль обучения, стимулирующий поисковую активность студентов. Учебная программа разработана в соответствии с требования образовательного стандарта общего высшего образования по специальности 6-05-0314-01 «Социология».

Цель преподавания учебной дисциплины – овладение студентами систематизированных знаний в области специальных социологических теорий в сфере экономики.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- усвоить базовые знания и систему категорий, используемых специальными социологическими теориями в сфере экономики;
- ознакомить студентов с основными концептуальными направлениями и подходами, релевантными сфере специальными социологическими теориями;
- репрезентировать особенности социологического подхода при исследовании проблем труда и занятости;
- сформировать представление о роли коммуникации и современных медиа в обеспечении устойчивости социума и экономической сферы;
- сформировать понимание процессов, тенденций и явлений, сопровождающих развитие рынков;
- изучить современные подходы к управлению социальной деятельностью организации, функционирующей в глобальном бизнесе;
- сформировать навыки принятия этичных управленческих решений, релевантных сфере социальной ответственности бизнеса;
- сформировать компетенции, релевантные сферам специальных социологических теорий.

В результате изучения учебной дисциплины «Социология рынков» формируется следующая специализированная компетенция:

Применять методы социологического изучения в разных сферах экономики, анализировать состояние и тенденции развития специальных социологических теорий в современном мире.

В результате изучения данной учебной дисциплины студент должен **знать:**

обширный эмпирический материал социологических исследований, отражающих базовые социально-экономические процессы и явления;

характерные особенности специальных социологических теорий как отраслевых социологических дисциплин, их предмет, основные категории и понятия, задачи, функции, методы исследования и этапы развития;

основные концептуальные направления и подходы, разработанные в рамках специальных социологических теорий;

особенности социологического подхода к изучению социально-экономических проблем в современном белорусском обществе;

особенности предпринимательства как формы экономической деятельности и общественной практики, типологию его форм;

основы генезиса концепции социальной ответственности бизнеса;

роль и место этики бизнеса в системе корпоративного управления;

уметь:

использовать теоретический материал специальных социологических теорий в сфере экономики при изучении и объяснении социально-экономических процессов и явлений в рамках исследовательского проекта;

использовать эмпирические методы социологического изучения при анализе социально-экономических проблем;

формулировать выводы, исходя из имеющихся социологических материалов, отражающих процессы и явления, происходящие в сфере экономики;

идентифицировать, анализировать и ранжировать ожидания стейкхолдеров бизнес-организации;

диагностировать этические проблемы в бизнес-организации;

применять основные модели принятия этических управленческих решений;

иметь навык:

использования категориального аппарата фундаментальных и специальных социологических теорий;

применения метода социологического изучения, анализа их состояния, структур, институтов и др.;

компаративного анализа представлений о социально-экономических проблемах с позиций разных подходов;

разработки исследовательского проекта, нацеленного на социологический анализ конкретных социально-экономических проблем и отраслей экономики.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Специальные социологические теории в сфере экономики» относится к эконом-социологическому модулю компонента учреждения образования.

Для изучения учебной дисциплины «Специальные социологические теории в сфере экономики» необходимы знания, полученные при освоении учебных дисциплин «Теоретическая социология», «История социологии», «Методология и методы социологического исследования», «Экономическая социология» и «Социология бизнеса».

Форма получения общего высшего образования – дневная.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 548, аудиторных – 286 часов, из них лекции – 140 часов, семинарские занятия – 146 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

3 семестр – 112 часов аудиторных, из них лекции – 54 часа, семинарские занятия – 58 часов.

Самостоятельная работа студента – 90 часов.

Трудоемкость – 5 зачетных единиц.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

4 семестр – 52 часа аудиторных, из них лекции – 26 часов, семинарские занятия – 26 часов.

Самостоятельная работа студента – 56 часов.

Трудоемкость – 3 зачетных единицы.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

5 семестр – 68 часов аудиторных, из них лекции – 34 часа, семинарские занятия – 34 часа.

Самостоятельная работа студента – 62 часа.

Трудоемкость – 4 зачетных единицы.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

6 семестр – 54 часа аудиторных, из них лекции – 26 часов, семинарские занятия – 28 часов.

Самостоятельная работа студента – 54 часа.

Трудоемкость – 3 зачетных единицы.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Самостоятельная работа студента – 262 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины – 15 зачетных единиц.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

Тема 1.1. Социология труда и занятости как специальная социологическая теория

Структура наук о труде. Основные характеристики наук о труде, их заимосвязи между собой и с другими науками. Социологический подход к изучению труда. Место социологии труда в системе наук о труде.

Виды социологического знания о труде. Отраслевая композиция социологии труда. Уровневая организация исследований в социологии труда. Объект социологии труда. Предметная область социологии труда. Задачи социологии труда. Функции социологии труда. Исходные понятия и основные категории социологии труда. Подходы и методы социологии труда.

Тема 1.2. История развития социально-экономических учений о труде

Генезис идей о труде и его роли в жизни общества. Этапы развития социологии труда. Предтечи социологии труда. Социально-экономические исследования в XIX в. Подход к анализу экономических явлений с позиций трудовой теории стоимости А. Смита. Методологический подход Д. Риккардо к анализу ренты, прибыли и заработной платы. Исследование общественной собственности на средства производства и товарно-денежных отношений в экономической теории К. Маркса.

Классические социологические теории труда. Учение М. Вебера о разделении труда. Э. Дюркгейм о разделении труда. Социология труда Г. Зиммеля.

Тейлоризм и его значение в развитии социологии труда. Школа человеческих отношений и ее значение в развитии социологии труда.

Формирование и развитие индустриальной социологии, экономики и социологии труда в XX в. Сочетание экономического выбора и социальных факторов производства в методологии марджинализма А. Маршалла. Исследование институционализации социально-экономических процессов в работах Т. Веблена, Дж. Гэлбрейта и представителей неоинституциональных течений XX в. Исследование роли государственного регулирования экономики в учении Дж.М. Кейнса. Учение о монетаристских методах регулирования рыночного равновесия в теории М. Фридмена. Антимонопольный и социально-ориентированный подход Л. Эрхарда к изучению социально-экономических процессов. Концепция жизненного цикла в исследовании потребительского поведения, предпринятом Ф. Модильяни. Труд в социологии постмодерна.

Современные модели социально-экономических процессов как выражения их специфики: американская, германская, шведская, французская, китайская.

Становление отечественной социологии труда: основные этапы. Дореволюционный период становления отечественной социологии труда. Тейлоризм как научная основа советского периода развития социологии труда. Движение НОТ начала 1920-х гг. Развитие советской социологии труда в 1960-

1980-е гг. Характеристика современного этапа развития социологии труда на постсоветском пространстве в конце XX – начале XXI вв.

Тема 1.3. Труд как основа жизнедеятельности человека и общества

Понятие труда. Труд как основная жизненная потребность человека. Труд как социально-экономическая категория. Труд и работа: этимология и эволюция понятий. Труд в исторической перспективе. Труд в традиционном обществе. Исторический генезис ремесла. Средневековые ремесленные цеха. Домашняя и кустарная промышленность.

Индустриальное общество как «общество труда». Индустриализация, тейлоризм и фордизм. Автоматизация производства. Дифференциация оплаты труда и стратификация доходов.

Труд в постиндустриальном обществе. Экономика «дорогого» человека. Труд в условиях высоких технологий. «О будущем труда и будущем без труда».

Содержание и социальные функции труда. Экономическое содержание труда, экономические элементы трудовой деятельности. Содержание индивидуального труда. Содержание общественного труда. Характер и содержание труда: диалектика взаимосвязи. Двойственный характер труда. Закон соответствия содержания и характера труда: генезис и формы проявления.

Виды и границы разделения труда. Классификация видов труда и их характеристика. Неоднородность и разделение труда как основа социальной дифференциации работников. Рабочее время и соизмерение отдельных видов труда.

Тема 1.4. Трудовая деятельность и трудовое поведение работников

Труд и трудовая деятельность. Психофизиологические основы трудовой деятельности. Элементы трудовой деятельности. Труд как общественно-полезная деятельность. Формы проявления труда. Функции труда как социального явления. Труд и другие виды деятельности. Влияние труда на жизнедеятельность человека и общества. Ценностные ориентации в трудовой деятельности: теоретический и эмпирический анализ.

Человек (работник) как субъект трудовой деятельности. Феномен принудительного труда. Проблема отчуждения труда (К. Маркс, М. Вебер, Э. Дюркгейм, Э. Фромм и др.). Эффект «частичного» человека и пути его преодоления. Обогащение труда. Гуманизация труда. Глобальные изменения в сфере труда: общие тенденции. Новые виды индивидуализации труда.

Трудовое поведение: понятие, структура. Сущностные характеристики трудового поведения. Типология трудового поведения. Особенности и характеристика различных видов трудового поведения.

Понятия «труд» и «творчество». Творчество и проблема творческого характера труда. Творческий потенциал работника.

Механизм регулирования трудового поведения. Трудовое поведение в рыночных условиях хозяйствования.

Творчество и творческая деятельность работников. Этапы, типы, формы и фазы творческого труда на производстве. Методы организации технического творчества. Общепринятое понимание творческого характера труда. Мера соотношения объемов стандартизированной и новаторской деятельности.

Основная проблема реализации творческой активности. Черты творческой личности. Основные условия творческого труда (А. Матейко, М.С. Каган, С.Н. Надель, Ю.Г. Чуланов, Г.Н. Соколова и др.).

Тема 1.5. Ценностные ориентации в трудовой деятельности

Ценностные ориентации в трудовой деятельности. Ценностные ориентации как важнейший фактор, регулирующий мотивацию личности. Основное содержание ценностных ориентаций – политические, мировоззренческие, нравственные убеждения человека, глубокие и постоянные привязанности, нравственные принципы поведения.

Механизм действия ценностных ориентаций для разрешения противоречий и конфликтов в мотивационной сфере. Борьба между долгом и желанием, мотивами нравственного и утилитарного порядка (А.Г. Здравомыслов, М.И. Бобнева, А.А. Киссель, А.А. Ручка, В.Л. Абушенко и др.).

Тема 1.6. Трудовая адаптация работников. Трудовые конфликты

Сущность и функции трудовой адаптации работника. Виды трудовой адаптации: первичная и вторичная; производственная, профессиональная, общественно-организационная, социально-психологическая, материально-бытовая, психофизиологическая.

Стадии трудовой адаптации: стадия ознакомления, стадия приспособления, стадия ассимиляции, идентификация. Факторы трудовой адаптации – это условия, влияющие на течение, сроки, темпы и результаты этого процесса. Объективные условия и субъективные факторы трудовой адаптации (социально-демографические, социально-психологические, социологические).

Управление трудовой адаптацией. Методы управления трудовой адаптацией работника. Трудовая адаптация работника к новым условиям труда.

Понятие трудового конфликта. Сущность, структура, содержание и функции трудовых конфликтов. Взаимосвязь понятия «конфликт» с понятиями конкуренции, соперничества, кризиса, противоречия, напряженности. Социальная структура трудовых конфликтов.

Условия формирования трудового конфликта. Особенности трудовых конфликтов. Критерии классификации трудовых конфликтов: значение, направленность, поведение конфликтующих сторон, конкретные носители, масштаб, функции, источники возникновения и содержание. Формы трудовых конфликтов.

Причины и факторы трудовых конфликтов. Симптомы трудовых конфликтов. Этапы развития трудовых конфликтов: предконфликтный, конфликтный и послеконфликтный. Типология участников трудового

конфликта: основные и неосновные; инициаторы, организаторы, пособники, посредники. Функции трудовых конфликтов: позитивные (информационная, социализации, нормализации морального состояния, инновационная, диагностическая, прогностическая и др.) и негативные.

Управление трудовым конфликтом. Разрешение трудового конфликта как целенаправленная деятельность, снимающая существующие противоречия. Методы разрешения трудовых конфликтов: внутриличностные, структурные, межличностные; компромисс, применение силы, отступление, переговоры. Типы разрешения конфликтов: автономный, общеорганизационный, самостоятельный, публичный, административный. Разрешение трудовых споров.

Тема 1.7. Отношение работников к труду, их удовлетворенность трудом

Труд как первая жизненная потребность. Отношение к труду и отношение к работе. Отношение к работе и удовлетворенность трудом: взаимосвязь и взаимообусловленность. Отношение к труду как характеристикой духовной связи индивида с предметом, средствами и продуктами труда, а также с производственной средой (ситуацией). Взаимодействие объективных (характер, содержание, условия труда) и субъективных (система ценностных ориентаций и мотивов) факторов труда.

Удовлетворенность трудом: методологические границы исследования феномена. Методика и методология исследования удовлетворенности трудом. Применение теории Ф. Херцберга к исследованию удовлетворенности трудом.

Удовлетворенность трудом в узком и широком смысле. Удовлетворенность трудом как результат воздействия трудовой среды на индивида и как производное от уровня притязаний человека, в котором концентрируются потребности, установки, мотивации и ожидания (Р. Штольберг).

Теоретическая интерпретация удовлетворенности трудом: содержательная емкость; способность совокупности понятий раскрыть эмпирически описываемое явление; адекватность измерительных процедур. Двойственная природа категории удовлетворенности трудом, возможность ее отражения как в позитивном, так и в негативном отношении к труду. Взаимосвязь понятий удовлетворенность трудом и удовлетворение в труде: сходство и различие в трактовке явлений, описываемых этими понятиями. Факторы, влияющие на удовлетворенность трудом. Рассмотрение их взаимосвязи с трудовыми мотивами и лежащими в их основе потребностями (К. Замфир, О.В. Ромашов, В.В. Адамчук, М.Е. Сорокин).

Тема 1.8. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности работников

Мотивы деятельности человека. Виды мотивов деятельности человека. Теории мотивации. Структура систем мотивации. Матрица «цели – средства», структура систем мотивации. Потребности и мотивы в человеческой деятельности.

Сущность, функции и модели трудовой мотивации. Виды мотивации работника. Компоненты трудовой мотивации. Слагаемые трудовой мотивации и их взаимодействие. Структура мотивов трудового поведения.

Мотивы и диспозиции личности в регулировании трудового поведения работника. Ценности и ценностные ориентации в мотивационном процессе. Мотивация и эффективность труда.

Теории трудовой мотивации: диалектика взаимосвязи мотива и стимула. Эволюция теорий трудовой мотивации в социологии.

Стимулирование труда: сущность и функции. Виды стимулов трудовой деятельности. Виды мотивов и стимулов, их взаимосвязь и взаимодействие.

Выбор стратегии стимулирования труда. Схемы и системы стимулирования эффективной трудовой деятельности. Взаимосвязь модели стимулирования труда и типа работника. Дисциплина и стимулирование труда.

Тема 1.9. Экономическая организация как внешняя форма трудового процесса

Понятие социальной организации в социологии, ее характерные черты. Критерии классификации социальных организаций: основные типы, виды и формы. Структурные компоненты социальной организации.

Признаки социальной организации. Критерии классификации социальных организаций: экономический, институциональный, сфера деятельности, характер деятельности, размер, пространственная локализация. Природа социальной организации и ее основные направления – сотрудники, организационные структуры, технологии, внешняя среда функционирования организации.

Экономическая (трудовая) организация: понятие, особенности и виды. Трудовая организация и ее характеристики. Общесистемные свойства трудовой организации: состав элементов, особенности связей, иерархическое строение, взаимосвязи с внешней средой. Критерии классификации трудовых организаций: форма собственности, сферы деятельности, цели деятельности, статус организации. Социальная структура трудовой организации: функционально-производственная, профессионально-квалификационная, демографическая, национальная, социально-психологическая.

Социальные процессы в трудовой организации: процессы формирования и развития организации, процессы изменения условий труда и жизни членов организации, динамика формирования и развития социальных качеств людей.

Понятие и структура рабочего места работника в организации, пути его оптимизации. Рабочее место является первичным, базовым звеном производственной структуры предприятия. Оно представляет собой часто

трехмерного пространства производственного помещения, в котором располагается все необходимое для трудовой деятельности одного или нескольких исполнителей, выполняющих одну работу (операцию).

Анализ рабочего места. Методы сбора информации для анализа рабочего места: наблюдение, интервью, анкетный опрос, самонаблюдение.

Тема 1.10. Трудовой коллектив организации и проблемы лидерства

Трудовой коллектив как социальная группа: сущность, цели и структура. Признаки трудового коллектива. Параметры трудового коллектива: сплоченность, стабильность, уровень квалификации и образования, трудовая и общественная активность ее участников, роль в общественной жизни более широкой социальной общности.

Стадии развития трудового коллектива: стадия формирования и социально-психологической напряженности, стадия нормализации, стадия деятельности. Функции трудового коллектива: целевая, социально-интегрированная, управленческо-воспитательная. Факторы формирования трудового коллектива: факторы макросреды и факторы микросреды.

Критерии типологии трудовых коллективов: особенности трудовой деятельности или содержание предмета труда и результат труда большинства (основного состава) работников организации и организации в целом; непосредственный социальный субъект потребности, удовлетворяемой основной деятельностью трудовой организации; основной партнер организации и тип отношений с ним; социальные функции коллективов; степень сплочения трудового коллектива; место в системе общественного разделения труда.

Формирование и развитие трудового коллектива. Эволюция от «рабочей силы» к «персоналу». Стабилизация трудового коллектива. Морально-психологический климат трудовой организации. Межличностные отношения в трудовом коллективе организации. Особенности функционирования трудовых коллективов различных типов организаций.

Регулирование социальных процессов в трудовых коллективах. Социальные резервы, социальная диагностика и социальное проектирование в трудовом коллективе. Социальные технологии: проблемы разработки и внедрения в трудовых коллективах.

Феномены лидерства и руководства в организации и в трудовом коллективе: сущность и взаимосвязь. Звено «работник – администрация» в структуре взаимоотношений трудовой организации. Руководитель и трудовой коллектив: системы взаимоотношений. Типологии лидерства: по М. Веберу (харизматическое, традиционное, бюрократическое); в зависимости от типов отношений управления («начальник-подчиненный» - собственно управление; «лидер-последователь» - эффективное лидерство; «лидер-раб» - неэффективное лидерство; «участник-участник» - самоуправление). Социологические теории лидерства: теория лидерских черт (качеств), групповая теория лидерства, ситуационная теория лидерства, концепция лидерского поведения, концепция

атрибутивного лидерства, концепция харизматического лидерства, концепция преобразующего лидерства.

Тема 1.11. Трудовая мобильность и трудовая карьера работников

Социальные перемещения трудовых ресурсов под воздействием научно-технического прогресса.

Трудовая мобильность: сущность, функции, классификация. Текучесть, стабильность, устойчивость персонала. Каналы трудовой мобильности. Управление трудовой мобильностью.

Карьера и социальная мобильность. Трудовая карьера как индивидуальная трудовая мобильность. Факторы трудовой карьеры. Этапы карьеры. Виды трудовой карьеры.

Тема 1.12. Социальное управление трудовыми ресурсами

Понятие трудовых ресурсов: сущность и содержание. Формирование, воспроизводство и использование трудовых ресурсов в национальной экономике. Трудовой потенциал в экономике. Влияние воспроизводства населения на формирование трудовых ресурсов. Структура формирования трудовых ресурсов. Показатели использования трудовых ресурсов общества. Развитие трудовых ресурсов.

Человеческие ресурсы как фактор конкурентоспособности предприятия. Трудовой потенциал работников: понятие, структура и показатели. Трудовой потенциал в системе экономических ресурсов. Продуктивность и рентабельность труда.

Социальное управление: сущность, функции, принципы и методы. Деятельность по управлению человеческими ресурсами экономических систем. Структура систем управления трудовыми ресурсами. Принципы совершенствования управления трудовыми ресурсами. Диагностика эффективности системы управления персоналом. Определение, основные принципы и задачи кадрового планирования.

Планирование трудовых показателей и социального развития. Особенности и основные этапы кадрового планирования. Планирование повышения эффективности труда. Планирование рабочего времени на предприятии.

Анализ функций, выполняемых персоналом, и затрат на их осуществление. Организация труда: понятие и основные факторы. Принципиальные схемы определения численности персонала. Структура задач оптимизации норм обслуживания и численности персонала. Методы оптимизации разделения труда и численности персонала.

Социальный контроль: понятие и его функции в сфере труда. Виды и типы социального контроля в сфере труда. Формы и методы контроля в сфере трудовых отношений. Механизм осуществления социального контроля на уровне трудовых организаций, коллективов и отдельных работников.

Тема 1.13. Производительность и эффективность труда

Сущность производительности труда. Показатели и методы определения измерения производительности труда. Факторы, влияющие на результаты труда работников. Факторы, обеспечивающие рост производительности труда. Резервы роста повышения производительности труда. Значение роста производительности труда для развития социально ориентированной рыночной экономики.

Эффективность труда: сущность, основные концепции. Теории стоимости и эффективность инвестиций в человеческий труд.

Производительность труда как показатель его эффективности. Показатели результативности работы организации, отдельного подразделения, отдельного работника.

Тема 1.14. Условия труда

Условия труда: определение, классификация, специфика формирования, особенности воздействия на социальное развитие работника. Критерии, применяемые для оценки условий труда на предприятии (в организации). Условия, режимы труда и отдыха, дисциплина труда. Условия труда и эргономика.

Организация, планирование, обслуживание и аттестация рабочих мест. Оздоровление рабочих мест, условий труда. Санитарно-гигиенические и бытовые условия труда. Социально-технологические характеристики рабочего места. Социальная инфраструктура как условие рациональной жизнедеятельности работников. Безопасность условий труда и охрана труда персонала.

Обеспечение гуманизации условий труда на предприятии при переходе к рынку.

Тема 1.15. Распределение доходов и оплата труда

Принципы формирования доходов в рыночной экономике. Источники формирования и структура доходов населения. Статистический анализ распределения доходов населения. Неравенство в оплате труда: экономический и социологический подходы к рассмотрению. Оплата труда: способы организации, подходы к рассмотрению, тенденции формирования. Планирование фондов оплаты труда. Структура фондов оплаты труда.

Экономическое содержание понятий «заработная плата», «цена труда», «стоимость рабочей силы» и их взаимосвязь. Сущность, элементы, значение и функции заработной платы. Теории заработной платы. Формы и системы организации заработной платы. Виды и уровни заработной платы. Повременные системы заработной платы. Сдельные системы заработной платы. Виды и основные элементы премиальных систем. Доплаты и надбавки к заработной плате.

Рыночные и нерыночные факторы оплаты труда работников. Управление динамикой продуктивности и заработной платой на предприятиях (в

организациях). Государственное регулирование оплаты труда. Особенности организации и оплаты труда в различных сферах экономики, на предприятиях различных организационно-правовых форм собственности, работников бюджетной сферы, государственных служащих, в производственных бригадах, при контрактной системе найма работников, сдельной форме оплаты труда и др.

Тема 1.16. Рынок труда

Понятие рынка труда. Сущность, структура, функции рынка труда. Сегментация рынка труда. Особенности рынка труда. Механизм функционирования рынка труда. Рынок труда: социальный контекст. Рынок трудового потенциала

Законы рынка труда. Предложение и спрос на рынке труда. Тенденции формирования спроса на рабочую силу. Тенденции формирования предложения рабочей силы. Рынок труда как социальный фильтр. Модели конкуренции рабочей силы. Ограничения на профессию и дискриминация на рынке труда. Состояние социальных механизмов регулирования отраслевых перемещений на рынке труда.

Классификация видов рынков труда. Способы формирования рынков труда. Причины возникновения и существования внутренних рынков труда.

Регулирование рынка труда и служба занятости. Роль миграционной службы в регулировании рынка труда.

Профессия как объект социологического анализа. Виды, формы и типы разделения труда. Процесс профессионализации труда. Профессиональные группы. Профориентация и профотбор. Плюсы и минусы специализации труда.

Особенности социально-трудовых отношений при переходе к рынку. Политика государства на рынке труда. Основные подсистемы и уровни государственного регулирования рынка труда. Методы, используемые государством для регулирования рынка труда. Сущность кадровой политики на внутренних рынках труда.

Рынок труда в контексте глобализации социально-экономических отношений. Проблемы государственного регулирования рынка труда в постиндустриальном обществе.

Особенности интеграционного процесса в сфере рынка труда на в странах СНГ. Межгосударственное сотрудничество по формированию общего рынка труда стран СНГ.

Особенности формирования и функционирования белорусского рынка труда и факторы, на него влияющие. Различные социально-демографические категории населения на белорусском рынке труда.

Тема 1.17. Занятость населения

Социально-экономическая сущность занятости населения. Виды и формы занятости. Вторичная занятость. Гибкая и временная занятость. Структура и механизм действия занятости. Основные тенденции развития занятости.

Рынок труда и управление занятостью. Кейнсианская политика занятости и формирование социального государства. Неолиберальная политика занятости.

Трудоустройство. Каналы и способы трудоустройства. Индивидуальные стратегии занятости. Неформальные отношения в сфере занятости.

Влияние структурных сдвигов на занятость. Управление занятостью. Дестандартизация и флексибилизация занятости. Защищенность работника в системе гибкой занятости.

Тема 1.18. Безработица как социально-экономический феномен

Предпосылки, сущность, формы и виды безработицы. Виды безработицы. Показатели и методы измерения состояния безработицы. Безработица и трудоустройство населения. Статус безработного. Причины, проблемы и последствия безработицы.

Особенности современной безработицы. Лишние рабочие места: трудоизбыточность. Лишние люди: резервная армия труда. Социальные проблемы длительной безработицы. Способы адаптации населения к безработице.

Государственная политика в сфере регулирования занятости и безработицы. Организация мер социальной защите временно незанятого населения. Социальный механизм регулирования занятости различных социально-демографических категорий населения. Методики, показатели и технологии регулирования занятости и борьбы с безработицей. Роль Международной организации труда в разработке программ занятости и преодоления безработицы.

Тема 1.19. Гендерные аспекты труда и занятости

Содержание гендерного подхода к изучению социально-трудовых отношений. Теоретические подходы к объяснению гендерного неравенства в сфере труда и занятости. Женская и мужская занятость. Положение женщин в системе разделения труда. Профессиональная дискриминация женщин.

Стратегии поведения женщин на рынке труда в современной Беларуси. Женщины и бизнес – новый вид дискриминации или путь достижения экономического равенства. Феминизация бедности.

Регулятивные возможности социального механизма повышения эффективности женского и мужского труда. Социально-экономические механизмы включения женщин и мужчин в рынок труда. Пути и механизмы, способствующие соблюдению экономических прав женщин на рынке труда.

Основные проявления гендерной дискриминации в сфере труда и трудовых отношений. Сегментация рынка труда по гендерному признаку. Понятие «мужских» и «женских» профессий. Гендерные аспекты трудовой карьеры. Гендерные проблемы принудительного труда, рабства и торговли людьми. Роль правительства, бизнеса, общественности, средств массовой информации, самих женщин в достижении более благоприятных экономических условий и соблюдении прав женщин в сфере труда.

Тема 1.20. Культура труда и профессиональная культура

Культура труда и профессиональная культура: разработка методологических принципов социологического анализа.

Реализация сущностных сил человека – закономерность развития культуры труда.

Этические аспекты трудовых отношений и сущность современного корпоративизма. Профессиональная культура и социальная ответственность работника. Профессиональная этика. Общее и частное в профессиональной этике.

Цивилизационные особенности культуры труда и управления в экономике. Социокультурные основы труда различных стран.

Организационная культура. Техническая культура: определение, структура. Корпоративная культура.

Развитие культуры труда: активизация внешних механизмов и актуализация внутренних механизмов. Разрешение противоречия (Н.С. Злобин, Э.С. Маркарян, И.Н. Сиземская, Ж.Т. Тощенко).

Социальная активность (трудовая, творческая, состязательная и др.) как мера организации сущностных сил человека и реализация его отношение к труду. Эмпирические исследования состояния социальной активности. Основные содержательные формы социальной активности (трудовая и общественная) обогащаются творческой, состязательной и другими, стимулирующими развитие основных форм, углубление их личностного смысла (Г.Н. Соколова).

Тема 1.21. Организация труда и трудовых процессов

Производственный, технологический и трудовой процессы. Простой процесс труда. Общественный процесс труда.

Значение, сущность, содержание и основные направления организации труда. Определение исходных понятий организации труда. Сущность организации труда как социотехнической системы. Уровни организации труда. Задачи, решаемые организацией труда, их взаимосвязь с организацией производства. Экономическая сущность организации труда.

Научная организация труда. Объективные потребности возникновения научной организации труда. Научная организация труда и ее эволюция (марксистский подход, тейлоризм и фордизм, постфордизм, тайотизация и др. подходы). Критерии и показатели, применяемые для определения эффективности научной организации труда. Особенности внедрения новых форм научной организации труда.

Организация и рационализация трудовых процессов. Сбор, изучение и систематизация информации для анализа организации труда и трудовых процессов. Структура задач оптимизации трудовых процессов. Проектирование трудовых приемов. Разработка типовых проектов организации труда и трудовых процессов. Сущность и принципы функционально-стоимостного метода проектирования организации труда и трудовых

процессов. Разработка проекта совершенствования организации труда и трудовых процессов.

Сущность и виды нормирования труда. Методы нормирования труда. Основные критерии нормирования труда. Показатели, применяемые для оценки уровня нормирования труда.

Затраты на рабочую силу и их характеристика. Классификация затрат на рабочую силу. Учет затрат на рабочую силу. Окупаемость затрат на рабочую силу. Планирование и регулирование затрат на рабочую силу. Фонд рабочего времени. Режимы труда и отдыха. Классификация затрат рабочего времени при обследовании норм труда. Структура норм времени и последовательность проектирования трудовых процессов. Методы, используемые при нормировании труда и изучении затрат рабочего времени. Использование при нормировании труда фотографии рабочего дня и хронометража.

Тема 1.22. Организация и проведение социологических исследований в социологии труда и занятости

Социологические исследования как источник информации о социально-трудовых процессах. Методология комплексного исследования экономических и социальных проблем труда и занятости. Сущность, цели, задачи, виды социологических исследований трудовой деятельности.

Общая характеристика методов исследования трудовых процессов и затрат рабочего времени. Методы проведения хронометража, фотографии рабочего времени, моментальных наблюдений.

Особенности проведения социологических исследований в производственных коллективах. Социометрический опрос в трудовых коллективах.

Анализ данных социологических исследований трудовой деятельности. Специфика аналитических методов в моделировании, прогнозировании и проектировании социально-экономических процессов: занятости населения, рынка труда, проблем безработицы, формирования человеческого капитала и др.

Системный подход как основа социологического анализа в социологии труда. Понятие системного подхода и системного анализа. Позитивная роль системного подхода как основы социологического анализа.

Социологический анализ как принцип изучения объекта в социологии труда. Критерии социологического анализа. Этапы социологического анализа в социологии труда.

Реализация основных принципов социологического анализа в прикладных социологических исследованиях в сфере труда.

Социологическое моделирование как центральная процедура социологического анализа в социологии туда. Понятие социологического моделирования. Развитие социологического моделирования. Типы социологического моделирования.

РАЗДЕЛ 2. СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Тема 2.1. Введение в дисциплину. Социология массовых коммуникаций как отрасль социологии

Социология массовой коммуникации как междисциплинарная область научных исследований. Объект и предмет социологии массовой коммуникации.

Коммуникация как социальный феномен. Возникновение массовой коммуникации в обществе. Генезис массовой коммуникации. Усложнение средств массовой коммуникации (массовая коммуникация в различных типах общества: доиндустриальном, индустриальном, постиндустриальном). Функции массовой коммуникации в обществе. Эволюция массовой коммуникации. «Теория средства» Г.М. Маклюэна.

Особенности массовой коммуникации в экономической сфере. Роль информации в экономических институтах и технологии средств массовой коммуникации в реализации интересов социальных групп.

Тема 2.2. Концептуализация информационной модернизации современного общества

Важнейшие признаки постиндустриального общества. Теоретические основы коммуникаций в условиях информационной модернизации. Ментальные модели человека в работе А.Тоффлера «Третья волна». Масс медиа и коммуникационные технологии (Д. Белл). Теория информационного общества в трудах М. Кастельса А. Турена, К. Кларка, Н. Лумана.

Концепция индустрии культуры Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Социально-экономический аспект теории информационного общества в интерпретации Т. Стоуньера. Футурологический проект информационного общества Й. Масуда.

Глобализация и функции нового информационного и коммуникативного порядка. Глобальное метаобщение. Медиареальность. Роль коммуникативных процессов в мире глобальной экономики.

Тема 2.3. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере

Использование коммуникационных моделей в экономической сфере.

Теория убедительного сообщения в «Риторике» Аристотеля.

Базовая однонаправленная линейная модель коммуникации Г.Д. Лассуэла. Основные элементы модели. «Теория волшебной пули».

Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда, понятие «Лидер мнений». Шумовая модель К. Шеннона и У. Уивера. Барьеры и препятствия восприятия информации.

Модель «привратника» К. Левина. Два «привратника» процесса передачи информации. Интеракционистская модель коммуникативных актов Т. Ньюкомба. Функциональная модель Р. Якобсона.

Тема 2.4. Социальные эффекты массовых коммуникаций

Проблема влияния массовых коммуникаций на сознание и поведение людей. Понятие эффективности массовой коммуникации.

Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. Модель «массовой паники». Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория «Спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Теория информационного дефицита и анализ долговременных эффектов массовой коммуникации. Теория «повестки дня» Подход «полезности и удовлетворения потребностей». «Конструирование» социальных проблем.

Тема 2.5. Средства массовой коммуникации в социальном пространстве

Определение основных понятий и исследовательских категорий в сфере массовой коммуникации. Субъекты массовой коммуникации. Обратная связь в системе взаимодействия коммуникатора с массовой аудиторией.

Роль средств массовой коммуникации в различных формах коммуникации. Характеристика основных средств массовой коммуникации: пресса, радио, телекоммуникация, сфера интернет. Популярные, элитарные, качественные и массовые средства массовой коммуникации.

Основные функции участников коммуникации.

Тема 2.6. Представление интересов экономических субъектов в средствах массовой коммуникации

Влияние массовой коммуникации на деятельность предприятий. Представление интересов предпринимательства в средствах массовой коммуникации. Позитивность и имидж предпринимательства в прессе. Лоббирование интересов предпринимателей в средствах массовой коммуникации.

Формирование имиджа экономических субъектов. Формирование корпоративной этики средствами массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации как сфера бизнеса и свободного предпринимательства

Тема 2.7. «Паблик рилейшнз» (PR) как направление коммуникации в экономической сфере

Понятие «паблик рилейшнз». Содержание социально-психологической модели «паблик рилэйшнз». Целевые аудитории в деятельности PR. Группы целевых аудиторий, на которые целесообразно ориентировать мероприятия PR.

Содержание связей с деловыми кругами. Формы связей с финансовыми институтами. Механизм налаживания связей с деловыми кругами, государственными и финансовыми институтами.

Взаимоотношения прессы и PR-структур. Формы подачи информации в средствах массовой коммуникации для привлечения внимания к деятельности предприятий.

Тема 2.8. Влияние рекламы на экономическую сферу

Рекламная коммуникация как мультипликация ценностей современного общества.

Реклама как модель, вид и канал социальной коммуникации. Функции и виды рекламы. Выбор средств рекламного обращения. Отличия рекламы и PR.

Скрытая реклама. Анализ прессы: позитив и негатив в рекламе интересов предпринимательства.

Сущность и информационно-коммуникативные функции социальной рекламы. Социальная реклама и коммерческая: общее и различное.

Тема 2.9. Маркетинговые коммуникации в экономической сфере

Сущность маркетинговых коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций. Технология разработки системы коммуникаций.

Эффективность маркетинговых коммуникаций. Проблемы развития маркетинговых коммуникаций на предприятиях РБ.

Тема 2.10. Общественное мнение и средства массовой коммуникации: их роль в установлении связей с экономическими субъектами

Общественное мнение как институт массовой коммуникации. Сущность и признаки общественного мнения. Тоталитарная и демократическая модели взаимоотношений в МК.

Роль демократии в механизме функционирования СМК; взаимодействие в межличностной и массовой коммуникации. Формирование общественного мнения; опросы общественного мнения в прессе как текст. Специфика и роль экономических дискуссий в СМИ.

Роль общественного мнения и СМИ в деятельности экономических структур в условиях стабильного общества и в условиях кризиса.

Профессиональные требования к публикации опросов;

Тема 2.11. Социологические методы изучения аудитории МК в экономической сфере

Основные направления социологических исследований в сфере массовых коммуникаций. Содержание информации и методы анализа (количественные и качественные методы). Контент-анализ средств массовой коммуникации.

Исследование целевой аудитории средств массовой коммуникации. Способы измерения теле-, радиоаудитории. Медиаметрический анализ. Опрос и аудиторное поведение.

Изучение эффективности воздействия СМК на аудиторию. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов

Тема 2.12. Информационный аудит и составление медиапортрета экономических субъектов

Метод информационного аудита. Интернета, как ориентир для составления информационной стратегии организации или индивида.

Главные источники для информационного аудита.

Составление медиапортрета, как образа исследуемого объекта в информационном пространстве. Основные принципы создания. Логическая схема составления медиапортрета. Основные элементы схемы.

Тема 2.13. Законодательство о СМИ и профессиональные кодексы этики в экономической сфере

Формы регуляции отношений с различными социальными субъектами: законодательство, неформальные кодексы этики, профессиональные кодексы.

Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. Интересы аудитории как фактор деятельности СМК. Ценностный и профессиональный критерий отбора новостей. Проблемы социальной ответственности за предоставляемую информацию. Престиж как источник доверия к информации.

Правовая регламентация отношений в СМИ. Законодательные гарантии плюрализма мнений. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Пресса и пиар - структуры бизнеса. Интересы предпринимательства в деятельности СМК.

РАЗДЕЛ 3. СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ

Тема 3.1. Предметное поле социологии рынков

Исторические вехи развития направления. Социология рынков и экономическая теория: общее и отличное. Рынок как форма экономических отношений (К. Маркс). Рынок в контексте либеральной идеологии (А. Смит, Д, Рикардо). Исследования Г. Беккера по применению экономических методов для анализа человеческого поведения. Вклад экономистов в формирование социологии рынка.

Вклад социальных и гуманитарных наук в формирование социологии рынка (М. Вебер, К. Поланьи, Р. Коуз, Н. Флигстин и др.). Рынок как форма социальной интеграции хозяйства. Лидерство американских и европейских эконом-социологов конца XX в. Вклад российских социологов (В.В. Радаев) – начало XXI в.

Специфика социологии рынков как направление экономической социологии: слабая очерченность проблемных областей; недостаток конвенциональных понятий и операциональных исследовательских схем; недостаточная освоенность зарубежного инструментария; дефицит переводов современных и классических работ; слабая освоенность отечественными социологами. Перспективы: необходимость более глубокого изучения социальных аспектов рынка и его эмпирического исследования, особенно на постсоветском пространстве.

Тема 3.2. Понятие рынка в экономике

Понятие рынка в разных обществах. Понятие рынка в экономической науке. Понятие рыночной экономики. Условия и причины возникновения рынка.

Виды рынков и критерии их классификации: объект купли-продажи, тип конкуренции, территориальный признак и по степени насыщенности. Функции рынка в экономике: регулирующая, стимулирующая, информационная, посредническая, санирующая, социальная.

Преимущества и недостатки рынка. Структура рынка и его инфраструктура. Основные элементы инфраструктуры рынка: 1) биржи, аукционы, ярмарки, консалтинговые, страховые компании; 2) центры подготовки менеджеров, брокеров, дилеров; 3) информационно-коммерческие центры, снабженческо-сбытовые организации и иные службы.

Тема 3.3. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства

Рынок как идеальная модель. Классификация понятий рынка. Неравномерность эволюции форм обмена. Вклад Ф. Броделя в понимание рынка.

Подходы Р. Буайе к классификации рынков: пространственный, территориальный, потребительский, системный и моделирующий подход. Моделирующий подход: рынок как саморегулирующийся механизм спроса и предложения (идеальный рынок). Роль внешних факторов.

Рыночная проблематика для эконом-социологов: структурные и институциональные элементы рынка, их связь с действиями его участников; виды рынков как социальные конструкты.

Рынок как форма хозяйства в неоклассической экономической теории и экономической социологии. Обмен благами как ключевой элемент рынка. Черты рыночного обмена: относительная регулярность, денежный характер, взаимная выгода, добровольность участия, состязательность.

Способы осуществления состязательности: торг, отказ от обмена.

Тема 3.4. Феноменологический подход к изучению рынков

Понятие феноменологии: обращение к первичному опыту, опыту познающего сознания, где сознание понимается как чистое смыслообразование.

Суть феноменологического подхода: интерпретация рынка с помощью структуры значений, выработанных самими участниками, и тех смыслов, которые они вкладывают в свои хозяйственные действия. Понимание рынка как совокупности общих смыслов, которые вырабатываются его участниками.

Частные определения рынка. Персонализация рынка. Интегрирование субъективных значений рынка в общий смысл.

Тема 3.5. Историко-генетический подход к изучению рынков

Формы интеграции хозяйства по К. Поланьи. Ограничения рыночного обмена по М. Веберу.

Понятие коммодификации и способов коммодификации. Сектора хозяйства, которые ограниченно вовлекаются в рыночные отношения. Понятие фиктивных товаров. Препятствия для коммодификации земли, денег и труда.

Тема 3.6. Метод теоретического моделирования рынков

Неоклассическая экономическая теория как основа метода теоретического моделирования. Понятие рынка как совокупности общих связей, которые описывают и предсказывают поведение его участников. Поведение экономического человека как участника рынка и принципы принятия им решения. Цены товаров как главный источник информации. Механизм координации действий участников рынка и роль социальных условий. Ограничения метода теоретического моделирования.

Тема 3.7. Политико-экономический подход к изучению рынков

Сущность политико-экономического подхода: необходимость государственного регулирования рынков. Рынок как механизм реализации властных отношений. Степень вмешательства государства в рынок: взгляды либералов и консерваторов. Возможность взаимопроникновения государства и рынка. Последствия взаимопроникновения и способы их решения. Концепция встроенной автономии П. Эванса.

Отношения участников рынка друг с другом и с государством. Функции государства. Модели государства по характеру его связи с рынком: ночной сторож, единый народнохозяйственный центр и конфигуратор рынка.

Тема 3.8. Статистический подход к изучению рынков

Специфика статистического подхода – использование маркетинговых инструментов и маркетинговых подходов. Рынок как суммарный платежеспособный спрос на определенный вид продуктов и услуг.

Алгоритм изучения конкретного рынка.

Виды рынков и критерии их классификации: желание, деньги и право покупателя, желание продавца. Критерии сегментации рынков и агрегации товарных категорий.

Преимущества и ограничения статистического подхода.

Тема 3.9. Экологический подход к изучению рынков

Экологический подход в теории организаций как популяционная экология. История формирования экологического подхода. Специфика развития рынка в контексте экологического подхода.

Понимание рынка как сегментированного пространства с популяциями организаций. Категориальный аппарат экологического подхода. Популяция как совокупность фирм с гомогенной организационной формой. Понятие организационной формы и ее свойств. Понятие рыночной ниши, ее параметров и детерминированность выбора ниши стратегией дженерализма или специализации.

Понятие эволюции рынка как процесса отбора организационных форм в результате конкурентной борьбы. Причины эволюции рынка. Инерция организационных форм: внутренние и внешние причины. Условия выживания организационной формы. Индексы организационной демографии. Специфика экологического подхода. Организационный изоморфизм как принцип взаимодействия организации с внешней средой.

Тема 3.10. Сетевой подход к изучению рынков

Понятие рынка как переплетения социальных сетей – совокупности устойчивых связей между участниками рынка. Эволюция сетевого подхода в экономической социологии.

Специфика сетевого подхода: акцент на связях между агентами и структурах взаимодействия. Основные положения сетевого подхода. Принципы организации деятельности участников рынка.

Параметры социальных сетей: укорененность, связность, реципрокность. Базовые формы распределения ресурсов по Поланьи и условия их воспроизводства (рынок, централизм, симметрия). Проблема асимметрии связей.

Характеристики рыночных сетей: плотность, степень централизации, гомогенность, интенсивность и сила связей, устойчивость, степень

замкнутости. Понятие структурных пустот в сети. Структурные пустоты в бизнес-сетях и их максимизация для эффективной деятельности организации.

Этническое предпринимательство и его результат: плотные, укорененные сети, малопроницаемые для чужих. Основания жизнеспособности сетевых организаций.

Тема 3.11. Социокультурный подход к изучению рынков

Рынок как набор культурных конструкций. Понятие хозяйственной культуры и ее аспекты: когнитивный, ценностный и символический. Значимость символического аспекта для формирования бренда: распознавание товара потребителем по его символическим качествам.

Культура и культурные факторы как встроенный элемент хозяйственного действия. Регулятивные и конституирующие функции культуры.

Вклад П. Бурдье в развитие социокультурного подхода: понятие культурного капитала и его специфики: сильная степень инкорпорированности и слабая степень формализации; трансляция в процессе воспитания и социализации.

Тема 3.12. Неоинституциональный подход к изучению рынков

Развитие американского неоинституционализма и связь с другими науками. Сущность неоинституционального подхода: ограничение индивидуального стремления к прибыли правилами (институтами) рынка.

Понимание рынка как совокупности институциональных форм (институтов). Институты рынка и сферы их регулирования. Виды институтов. Государство как особый участник обмена. Объекты действия формальных и неформальных правил рынка. Динамика формальных и неформальных правил рынка. Причины деформализации формальных правил.

Новый французский институционализм, или экономическая теория конвенций. Суть теории конвенций: взаимосвязи между агентами могут иметь разное содержание и подвергаться разным интерпретациям. Порядок обоснования ценности (мира) как основное понятие. Виды порядков (рыночный, индустриальный и др.) и способы координации действий. Неформальная экономика.

Тема 3.13. Политико-культурный подход к изучению рынков

Рынок как организационное поле. Структурная и политико-культурная версии.

Концепция социального пространства и структурная концепция поля П. Бурдье. Поле рынка как результат взаимного позиционирования агентов, которые производят сходную продукцию (принадлежат к одной отрасли), но различаются по объему и структуре капитала (экономического, культурного, социального, символического). Структура поля и структура распределения специфических форм капитала. Результат реализации структуры капитала во

властных отношениях между участниками рынка: противостояние между ведущими игроками рынка и претендентами.

Организационные поля Н. Флигстина как арена взаимодействия акторов. Акцент на институциональном оформлении действий как особенность направления.

Действие механизмов постоянного мониторинга действий конкурентов и механизмов институционального изоморфизма, порождающих относительную однородность организационного поля. Понятие символической борьбы за навязывание определенных концепций контроля рынка (правил). Связь теории институционально оформленного действия с концепциями власти и культуры.

Тема 3.14. Конкуренция на рынке как социально укорененный процесс

Понятие конкуренции как действий участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса. Обязательные элементы конкуренции. Формы конкуренции: экономически и неэкономически обусловленная, экономически и неэкономически ориентированная. Хозяйственная конкуренция как экономически обусловленная и ориентированная. Экономические модели конкуренции: модель совершенной конкуренции Дж. Стиглера, модель несовершенной конкуренции Дж. Робинсон, динамическая модель конкуренции Ф. Хайека.

Конкуренция как социально укорененный процесс. Понятие конкурентной ситуации Х. Уайта, ее предпосылки и специфика. Установление социального порядка как цель конкуренции. Условия существования долгосрочной конкуренции. Конкуренция как символическая борьба и средства завоевания рыночной ниши.

Характеристики современных рынков: условность и прозрачность границ, борьба между разными продуктами, информационные войны.

Тема 3.15. Структурная организация рынков

Конституирующие элементы рынка. Хозяйственные ресурсы как накопленный капитал. Формы капитала: экономический, человеческий, физиологический, социальный, административный, политический, культурный, символический.

Организации (организационные структуры). Формы организации: предприятие, бизнес.

Деловые связи. Формы деловых связей: стратегические альянсы, деловые сети, деловые ассоциации.

Тема 3.16. Основные институты рынка

Понятие института рынка. Многообразие определений института рынка. Институт как правила поведения хозяйственных агентов и механизмы, обеспечивающие их выполнение. Институт как совокупность правил игры и правил контроля (В.В. Радаев).

Основные институты рынка.

Права собственности и виды притязаний (формальные и неформальные, на ресурсы и доходы), основания притязаний. Агенты, предъявляющие формальные притязания на доходы (государство, собственники и инвесторы, наемные работники, агенты рыночной инфраструктуры).

Управленческая схема как способ построения связей внутри организации. Причины выработки управленческих схем. Формы интеграции звеньев организации: функциональная, организационно-правовая, финансовая. Понятие звеньев организации.

Правила обмена и их цели: определение порядка взаимодействия между независимыми участниками рынка, поиск деловых партнеров / клиентов и их стратификация, заключение и поддержание деловых соглашений. Роль правил обмена. Функции формальных правил. Причины возникновения неформальных правил.

Типы институтов рынка и критерии их классификации: по способу утверждения, фиксации и поддержания (формальные и неформальные), по степени охвата (общие, особые / партикуляристские / индивидуальные).

Тема 3.17. Хозяйственные действия участников рынка

Понятие хозяйственного действия по М. Веберу и его характеристики: хозяйственная мотивация, деловая стратегия, концепция контроля.

Структура мотивов хозяйственной деятельности. Виды мотивов: экономические интересы, культурно-нормативные схемы (институциональные ограничение, ценностные ориентиры, социальные навыки), принуждение. Формы принуждения в хозяйственной деятельности.

Понятие деловой стратегии в экономической теории и экономической социологии. Ключевые элементы деловой стратегии: оценка ситуации, постановка целей, оценка ресурсов, выбор партнеров.

Понятие концепции контроля как господствующих представлений о том, что представляют собой данный рынок и успешная деловая стратегия на нем. Цели концепций контроля. Понятие смыслового поля. Отличие концепций контроля от деловых стратегий. Процесс разработки и утверждения концепций контроля.

Тема 3.18. Институциональная динамика: возникновение новых правил

Причины возникновения правил (институтов). Источники возникновения институтов: инновации, импорт институтов, преобразование существующих институтов. Пути и проблемы импорта институтов.

Механизм возникновения новых правил: взаимосвязь правил и действий участников рынка. Институциональные изменения как результат действий участников рынка. Механизмы утверждения правил: стихийное и согласованное утверждение. Процесс согласования институциональных

изменений. Порядок введения новых формальных правил: принципы участия и сценарии развития.

Критерии отбора институтов: целенаправленная и стихийная деятельность по изменению институтов, барьеры ее реализации.

Понятие эффективности рыночных институтов. Элементы эффективности институтов. Инструменты анализа эффективности институтов.

Тема 3.19. Институциональная динамика: подстройка новых правил

Понятие институциональной подстройки как частичного изменения нового правила при столкновении с существующими правилами и практиками. Механизмы подстройки правил: деформализация и формализация правил.

Причины несоблюдения правил. Понимание нового формального правила. Понятие деформализации правил. Элементы механизма деформализации правил. Источники легитимации деформализации правил.

Понятие формализации правил. Элементы механизма формализации правил. Причины повышенного спроса на формальные правила. Плюсы и минусы процессов формализации и деформализации правил. Барьеры формализации правил и институциональный компромисс.

Тема 3.20. Онлайн-рынок

Понятие электронной торговли как формы деловой активности. Критерии классификации видов e-commerce: что продают и кому продают. Особенности электронной торговли.

История развития e-commerce в мире и на постсоветском пространстве. Лидеры онлайн-рынка и успешные кейсы. Электронный рынок Беларуси и России.

Регулирование онлайн-рынка. Причины регулирования e-commerce: быстрая смена технологий, очень высокий уровень глобализации экономических отношений в области «новой экономики». Цели и принципы правового регулирования e-commerce. Основные ориентиры при создании правовой базы электронной торговли.

Глобальные тренды в развитии электронной торговли: осознанное потребление, бесшовный (омниканальный) шопинг, внедрение дополненной и виртуальной реальности, «невидимые» платежи и оплата по лицу, персонализация, гибридные форматы, внедрение в соцсети, взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах и др.

РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Тема 4.1. Социальная ответственность бизнеса как социальный феномен

Причины актуализации проблематики социальной ответственности бизнеса в современном обществе: влияние процессов глобализации, необходимость охраны окружающей среды, внимание к этическим нормам и моделям поведения бизнес-структур, глобализация информации и глобализация рынков капитала.

Ответственность и ее виды. Социальная ответственность бизнеса (СОБ) и корпоративная социальная ответственность (КСО). Многообразие определений корпоративной социальной ответственности. Субъекты КСО.

Содержание социальной ответственности в практике КСО. Мера ответственности о последствиях поступков в доиндустириальную эпоху. Опосредованный характер ответственности с позиций классической философии. Ответственность как проблема вменения (XIX-XX вв.) в работах М. Вебера. Ответственность личности и ответственность социального целого. Общественная роль субъектов ответственности. Моральный статус корпорации (М. Веласкес).

Тема 4.2. Социальная ответственность бизнеса в контексте Глобального договора ООН

Международная инициатива ООН в области корпоративной ответственности в интересах устойчивого развития «Глобальный договор» (2000 г.) как платформа для диалога и совместных действий. Характер, основные задачи и принципы Глобального договора. Формы и преимущества участия организации в международной инициативе «Глобальный договор».

Корпоративная социальная ответственность как подход к современному ведению бизнеса. Критические подходы к реализации социальной ответственности бизнеса в рамках Глобального договора (П. ДиМаджио, У. Пауэлл, Р.Н. Абрамов).

Практика корпоративной социальной ответственности в постсоветстких обществах: институционализация социальной ответственности и присоединение к Глобальному договору.

Тема 4.3. Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности

Первые попытки осмысления социальной ответственности бизнеса (Д. Карнеги, Г. Форд, российские меценаты и др.). Основные этапы развития концепции КСО как теоретического ядра и периферии. Теоретическое обоснование взаимосвязи между корпорациями и обществом (связь экономики с духовными и моральными ценностями) Г. Боуэном (1953). Критика концепции КСО Т. Левитом и М. Фридманом.

Нормативный смысл КСО как соответствие корпоративного поведения доминирующим в обществе нормам, ценностям и ожиданиям (Дж. МакГуир, С. Сети и др.).

Парадигма 1970-х гг. – смещение акцентов с нормативного на позитивный характер КСО. Согласованность КСО с долгосрочными интересами акционеров социально ориентированных корпораций (Г. Уоллич и Дж. МакГоун). Концептуальная модель А. Кэрролла (1979 г.) и полисубъектный характер КСО. Учет ожиданий заинтересованных групп как основание для институционализации отношений корпорации и общества.

Дискуссия 1970-1980-х гг. о реализации социальной ответственности на уровне отдельной организации. Инструментальный характер КСО: корпоративная социальная восприимчивость как специфическая функция менеджмента (В. Фредерик). Комплексная трехмерная модель корпоративной социальной деятельности (С. Сети, А. Кэрролл, С. Вартик и Ф. Кохрен, Д. Вуд).

Синтетические «альтернативные» концепции 1990-х гг. Интегрирование концепции КСО в теорию стратегического управления (П. Друкер, М. Портер). Концепция стейкхолдеров, или заинтересованных сторон (Е. Фриман). Вклад М. Кларксона, Т. Джоунза, Т. Дональдсона в превращение концепции заинтересованных сторон в научную теорию.

Подход к управлению корпорацией как части социальной структуры общества. Взгляд на организацию как открытую систему (И. Ансофф, Ф. Котлер, Н. Ли, М. Портер, Р.М. Кантер, С. Харт). Альтернативная концепция корпоративного гражданства (Д. Лонгсдон и Д. Вуд).

Новый подход к КСО: КО-филантропия, КО-интеграция и КО-инновация (М. Хальме и Дж. Лаурила) как отражение реальных изменений в ожиданиях заинтересованных сторон.

Концепция устойчивого развития (2000-х гг.). ESG и цели устойчивого развития (2015 г.). Различие ESG и КСО, их взаимосвязь.

Тема 4.4. Основные направления и мотивы социальной ответственности бизнеса

Понятие субъектов и объектов социальной ответственности бизнеса. Двухсторонняя модель объектов КСО.

Внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность. Три уровня КСО в контексте ПРООН. Парадигма четырех уровней и видов социальной ответственности (пирамида КСО А. Кэрролла).

Основные направления социальной деятельности бизнеса: экономика, экология производства и социальная политика как триединый итог. Особенности составляющих социальной ответственности.

Основные мотивы реализации социальной ответственности: фактор конкуренции, сокращение операционных издержек, управление репутацией, лояльность потребителей, доверие партнеров, решение кадровых вопросов и повышение лояльности персонала, привлекательность для инвесторов, улучшение отношений с властями. Выгоды КСО для деловой организации.

Тема 4.5. Формы социальной ответственности бизнеса

Понятие формы СОБ. Классификация Ф. Котлера и Н. Ли: продвижение социально значимой проблемы, корпоративный социальный маркетинг, благотворительный маркетинг, корпоративная филантропия, волонтерская работа, социально ответственный подход к ведению бизнеса.

Классификация Программы развития ООН: благотворительные пожертвования и спонсорская помощь, делегирование сотрудников компании, денежные гранты, корпоративное спонсорство, корпоративный фонд, социальные инвестиции, социально значимый маркетинг, спонсорство.

Стратегическая благотворительность и социальное партнерство как формы КСО. Комплексный характер социальных инициатив.

Особенности реализации форм КСО: мировой и постсоветский опыт.

Тема 4.6. Нефинансовая (социальная) отчетность бизнеса

Нефинансовая (социальная) отчетность как способ информирования общества и государственных органов о реализации принципов КСО. Понятие социального аудита как эффективного инструмента для менеджмента и средства влияния заинтересованных групп на политику компании.

Причины внедрения нефинансовой отчетности (1970-е гг.). Международные стандарты социальной отчетности как инструменты оценки деятельности социально ответственных компаний. Классификация международных стандартов социальной отчетности в зависимости от сферы и целей использования.

Специфика основных международных стандартов в области социальной и экологической ответственности компаний: GRI, AA 1000, SA 8000, DJSI, ISO 14000, ISO 26000 и UN GC. Основания для выбора конкретного стандарта отчета.

Постсоветская практика использования международных стандартов в области социальной и экологической ответственности и разработки национальных стандартов социальной отчетности.

Тема 4.7. Основные модели корпоративной социальной ответственности

Многообразие устоявшихся моделей КСО, отражающих исторически сложившийся общественно-экономический уклад страны. Открытые и скрытые модели корпоративной социальной ответственности, их специфика.

Американская, западноевропейская, британская и скандинавская модели КСО и их отличительные особенности. Особенности российской модели КСО. Специфика белорусской практики КСО: конструктивный диалог между бизнесом, государством и обществом.

Особенности практики корпоративной социальной ответственности в условиях мирового финансово-экономического кризиса.

Тема 4.8. Интеграция корпоративной социальной ответственности в корпоративное управление

Эволюция корпоративной социальной ответственности как понятия менеджмента. Различия в управленческих приоритетах как результат разделения собственности и управления. Причины усиления негативного отношения к бизнесу. Снижение влияния национальных правительств на поведение больших корпораций и кризис управления 1990-х гг.

Социальная ответственность как составная часть корпоративного управления и механизм согласования интересов при разработке стратегических ориентиров компании и его выражение на формальном уровне.

Этапы внедрения социальной ответственности в корпоративное управление.

Социальная ответственность как стратегия и философия управления: основные принципы и инструментарий ее реализации в корпоративном управлении, взаимосвязь социальных инициатив со стратегическими целями компании.

Модель «3К-СО» Дж. Мигана, К. Миган, А. Ричардса и возможности ее реализации.

Тема 4.9. Стейкхолдер-менеджмент

Понятие стейкхолдеров / заинтересованных сторон / групп влияния / групп коалиции (Е. Фриман).

Классификация стейкхолдеров. Модель/матрица Менделоу (1991): дифференциация стейкхолдеров в зависимости от их интересов и их власти. Степень влияния стейкхолдера на организационное поведение.

Приоритеты внешних стейкхолдеров. Методы управления внешними стейкхолдерами: партнерский метод и метод защиты.

Внутренние стейкхолдеры как конкурентные ресурсы.

Стейкхолдер-менеджмент как сфера ответственности топ-менеджеров. Способы влияния менеджеров на организацию. Индивидуальная этика и принятие решений руководством.

Сетевые организации как метод управления внутренними и внешними стейкхолдерами.

Разнообразие интересов стейкхолдеров. Конфликты ожиданий стейкхолдеров в условиях ограниченности организационных ресурсов. Проблема агентов. Способы разрешения конфликтов интересов стейкхолдеров.

Тема 4.10. КСО как философия управления и этика бизнеса

Понятие организационной философии как совокупности принципов и правил поведения всех работников организации, а также система ценностей и убеждений, воспринимаемых ими добровольно или в процессе профессиональной социализации. Преимущества философии для организации.

Понятие философий фирмы, бизнеса и управления: общее и отличное. Философия предпринимательства в работах М. Вебера.

Философия фирмы и корпоративная культура. Основания разработки кодексов философии и корпоративной культуры.

Содержание этики бизнеса. Миссия и кредо ценностно-ориентированной компании. Экономика как часть этики в «Большой» и «Никомаховой» этиках Аристотеля. «Исследование о природе и причинах богатства народов» А. Смита. «Протестантская этика и дух капитализма» М. Вебера.

Тип предпринимателя конца XIX в. и начала XX в. Кризисы легитимности предпринимательства.

Значение этики бизнеса. Деловая этика и мораль. Пять типов этичного организационного поведения Р. Рейденбаха и Д. Робина.

Кризис системы ценностей и его причины. Методы управление этикой и социальной ответственностью компании: личный пример, этические структуры, этический кодекс.

Тема 4.11. Технологии обеспечения социальной ответственности бизнеса

Понятие социальной технологии как системы последовательных и взаимосвязанных этапов, процедур и операций; алгоритма или программы.

Технологии обеспечения СОБ: спонсоринг, фандрайзинг, консолидированный бюджет, краудфандинг. Отличие спонсоринга от спонсорства. Государственно-частное партнерство. Роль профессиональных PR-агентств в западных странах.

Белорусский опыт реализации технологий СОБ. Причины отсутствия профессиональных PR-агентств. Особенности белорусской практики поддержки бизнесом спорта, культуры, аграрного сектора и др. Поиск спонсора общественными и некоммерческими организациями. Деятельность Международного благотворительного фонда помощи детям «Шанс», Международного благотворительного общественного объединения «ЮниХелп», общественной организации «Благотворительный детский хоспис») и др. Примеры фандрайзинга, консолидированного бюджета и краудфандинга.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ»
Дневная форма получения общего высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**11**	**12**
3 семестр										
1	**Раздел «Социология труда и занятости»**									
Тема 1.1	Социология труда и занятости как специальная социологическая теория	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Социология труда и занятости как специальная социологическая теория							2	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.2	История развития социально-экономических учений о труде	6							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	История развития социально-экономических учений о труде			4					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 1.3	Труд как основа жизнедеятельности человека и общества	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Труд как основа жизнедеятельности человека и общества			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.4	Трудовая деятельность и трудовое поведение работников	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Трудовая деятельность и трудовое поведение работников			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.5	Ценностные ориентации в трудовой деятельности	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Ценностные ориентации в трудовой деятельности			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат презентация,
Тема 1.6	Трудовая адаптация работников. Трудовые конфликты	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Трудовая адаптация работников. Трудовые конфликты			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.7	Отношение работников к труду, их удовлетворенность трудом	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Отношение работников к труду, их удовлетворенность трудом			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.8	Мотивация и стимулирование трудовой деятельности работников	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Мотивация и стимулирование трудовой деятельности работников			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.9	Экономическая организация как внешняя форма трудового процесса	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Экономическая организация как внешняя форма трудового процесса			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.10	Трудовой коллектив организации и проблемы лидерства	4							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Трудовой коллектив организации и проблемы лидерства			2				2	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.11	Трудовая мобильность и трудовая карьера работников	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Трудовая мобильность и трудовая карьера работников			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.12	Социальное управление трудовыми ресурсами	4							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Социальное управление трудовыми ресурсами			2				2	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.13	Производительность и эффективность труда	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Производительность и эффективность труда			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.14	Условия труда	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Условия труда			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.15	Распределение доходов и оплата труда	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Распределение доходов и оплата труда			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.16	Рынок труда	4							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Рынок труда			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.17	Занятость населения	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Занятость населения							2	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 1.18	Безработица как социально-экономический феномен	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Безработица как социально-экономический феномен			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.19	Гендерные аспекты труда и занятости	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Гендерные аспекты труда и занятости			2				2	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.20	Культура труда и профессиональная культура	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Культура труда и профессиональная культура			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.21	Организация труда и трудовых процессов	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Организация труда и трудовых процессов			2					[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
Тема 1.22	Организация и проведение социологических исследований в социологии труда и занятости	2							[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Презентация
	Организация и проведение социологических исследований в социологии труда и занятости							8	[1], [2], [3], [4], [5], [6], [7]	Опрос, реферат, презентация
	Итого 3 семестр	**54**		**40**				**18**		**Экзамен**
4 семестр										
2	**Раздел «Социология массовых коммуникаций»**									
Тема 2.1	Введение в дисциплину. Социология массовых коммуникаций как отрасль социологии	2		2					[1], [2], [3]	
	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологии								[1], [2], [3]	Опрос, дискуссия
Тема 2.2	Концептуализация информационной модернизации современного общества	2		2					[1], [2], [3] [4], [7]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Концептуализация информационной модернизации современного общества								[1], [2], [3] [4], [7]	Экспресс-опрос, доклады-презентации
Тема 2.3	Модели массовых коммуникаций в экономической сфере	2							[1], [2], [3], [9]	
	Модели массовых коммуникаций в экономической сфере			2					[1], [2], [3], [9]	Экспресс-опрос
Тема 2.4	Социальные эффекты массовых коммуникаций	2							[1], [2], [3], [5], [6]	
	Социальные эффекты массовых коммуникаций			2					[1], [2], [3], [5], [6]	Экспресс-опрос, доклады-презентации
Тема 2.5	Средства массовой коммуникации в социальном пространстве	2							[1], [2], [3], [8]	
	Средства массовой коммуникации в социальном пространстве			2					[1], [2], [3], [8]	Экспресс-опрос
Тема 2.6	Представление интересов экономических субъектов в средствах массовой коммуникации	2							[1], [2], [3], [6]	
	Представление интересов экономических субъектов в средствах массовой коммуникации			2					[1], [2], [3], [6]	Опрос
Тема 2.7	«Паблик рилейшнз» (PR) как направление коммуникации в экономической сфере	2							[1], [2], [3], [11]	
	«Паблик рилейшнз» (PR) как направление коммуникации в экономической сфере			2					[1], [2], [3],]11]	Экспресс-опрос, доклады-презентации
Тема 2.8	Влияние рекламы на экономическую сферу	2							[1], [2], [3], [11]	
	Влияние рекламы на экономическую сферу			2					[1], [2], [3], [11]	Опрос
Тема 2.9	Маркетинговые коммуникации в экономической сфере	2							[1], [2], [3], [12]	
	Маркетинговые коммуникации в экономической сфере			2					[1], [2], [3], [12]	Экспресс-опрос, доклады-презентации

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 2.10	Общественное мнение и средства массовой коммуникации: их роль в установлении связей с экономическими субъектами	2							[1], [2], [3], [5]	
	Общественное мнение и средства массовой коммуникации: их роль в установлении связей с экономическими субъектами			2					[1], [2], [3], [5]	Экспресс-опрос, доклады-презентации
Тема 2.11	Социологические методы изучения аудитории МК в экономической сфере	2							[1], [2], [3]	
	Социологические методы изучения аудитории МК в экономической сфере			2					[1], [2], [3]	Экспресс-опрос, доклады-презентации
Тема 2.12	Информационный аудит и составление медиапортрета экономических субъектов	2							[1], [2], [3]	
	Информационный аудит и составление медиапортрета экономических субъектов			2					[1], [2], [3]	Экспресс-опрос, доклады-презентации
Тема 2.13	Законодательство о СМИ и профессиональные кодексы этики в экономической сфере	2							[1],]2], [3], [10]	
	Законодательство о СМИ и профессиональные кодексы этики в экономической сфере			2					[1],]2], [3], [10]	Творческое задание (эссе)
	Итого 4 семестр	**26**		**26**						**Зачет**
5 семестр										
3	**Раздел «Социология рынков»**									
Тема 3.1	Предметное поле социологии рынков	2							[1], [3], [8], с. 125-132	
Тема 3.2	Понятие рынка в экономике	2							[1], [7], с. 10-17	
Тема 3.3	Рынок как идеальная модель и форма хозяйства	2							[3], [9], с. 20-50	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Рынок как идеальная модель и форма хозяйства			2					[1], [3], [7], [9]	Доклады-презентации. Выбор рынка для исследовательского проекта
Тема 3.4	Феноменологический подход к изучению рынков	1							[1], [2], [10], с. 20-50	
	Феноменологический подход к изучению рынков			1					[1], [3], [7], [9]	Мультимедиа разминка. Опрос
Тема 3.5	Историко-генетический подход к изучению рынков	1							[1], [2], [10], с. 30-35	
	Историко-генетический подход к изучению рынков			1					[1], [2], [10]	Фронтальный опрос. Тестовое задание
Тема 3.6	Метод теоретического моделирования	1							[3], [10], с. 35-37	
	Метод теоретического моделирования			1					[3], [10]	Доклады-презентации.
Тема 3.7	Политико-экономический подход к изучению рынков	1							[3], [10], с. 45-48	
	Метод теоретического моделирования и политико-экономический подход к изучению рынков			2					[3], [10]	Доклады-презентации. Практические задания
Тема 3.8	Статистический подход к изучению рынков	2							[4], [10]	
	Статистический подход к изучению рынков			1					[4], [10]	Экспресс-опрос
Тема 3.9	Экологический подход к изучению рынков	2							[1], [9], с. 32-45	
	Экологический подход к изучению рынков			1					[1], [4], [9], [10]	Дискуссия «Можно ли применять экологические термины к понятию рынка?»
Тема 3.10	Сетевой подход к изучению рынков	2							[8], [13], [14]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Сетевой подход к изучению рынков			2					[8], [13], [14]	Доклады-презентации
Тема 3.11	Социокультурный подход к изучению рынков	2							[4], с. 81-93, [5], [15]	
	Социокультурный подход к изучению рынков			2					[4], с. 81-93, [5], [15]	Учебная конференция «Вклад М. Аболафии, В. Зелизер и П. Бурдье в развитие социо-культурного подхода»
Тема 3.12	Неоинституциональный подход к изучению рынков	1							[5], [11], с 13-24, [12]	
	Неоинституциональный подход к изучению рынков			2					[5], [11], с 13-24, [12]	Дебаты «Теневая или неформальная экономика?»
Тема 3.13	Политико-культурный подход к изучению рынков	1							[1], [4]	
	Политико-культурный подход к изучению рынков			2					[1], [4]	Доклады-презентации. Тест 1
Тема 3.14	Конкуренция на рынке как социально укоренный процесс	3							[1], [3]	
	Конкуренция на рынке как социально укоренный процесс			2					[1], [3]	Мультимедиа разминка. Доклады-презентации. Практическое задание
Тема 3.15	Структурная организация рынков	1							[8], [13]	
Тема 3.16	Основные институты рынка	2							[12], с. 104-123, [16]	
	Структурная организация и основные институты рынка			2					[8], [12], [13], [16]	Интерактивный фронтальный опрос Практическое задание

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 3.17	Хозяйственные действия участников рынка	2							[4], [11], с. 24-29	
	Хозяйственные действия участников рынка			2					[4], [11], с. 24-29	Доклады-презентации. Тест 2
Тема 3.18	Институциональная динамика: возникновение новых правил	2							[2], [12], с. 104-123	
	Институциональная динамика: возникновение новых правил			2					[2], [12], с. 104-123	Доклады-презентации.
Тема 3.19	Институциональная динамика: подстройка новых правил	2							[2], [12], с. 104-123	
	Институциональная динамика: подстройка новых правил			2					[2], [12], с. 104-123	Доклады-презентации. Практическое задание
Тема 3.20	Онлайн-рынок	2							[6], с. 91-100, [17]	
	Онлайн-рынок			8					[6], с. 91-100, [17]	Доклады-презентации. Практическое задание Презентация и защита проектов с анализом конкретного рынка Беларуси
	Итого 5 семестр	**34**		**34**						**Экзамен**
6 семестр										
4	**Раздел «Социальная ответственность бизнеса»**									
Тема 4.1	Социальная ответственность бизнеса как социальный феномен	2							[6], [8], [11], с. 9-17	
	Социальная ответственность бизнеса как социальный феномен			2					[6], [8], [11]	Доклады-презентации. Задание на исследовательский проект

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 4.2	Социальная ответственность бизнеса в контексте Глобального договора ООН	2							[1], [2], [3], [13], [14]	
	Социальная ответственность бизнеса в контексте Глобального договора ООН			4					[1], [2], [3], [14]	Доклады-презентации. Дискуссия «КСО + ESG = устойчивое развитие?»
Тема 4.3	Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности	4							[5], [11], с.23-39	
	Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности			4					[5], [9], [11]	Доклады, интерактивная игра «Азбука КСО», тест 1
Тема 4.4	Основные направления и мотивы социальной ответственности бизнеса	3							[6], [11], с. 88-97	
	Основные направления и мотивы социальной ответственности бизнеса			2					[1], [4], [6], [11]	Дебаты «Любая компания является социально ответственной»
Тема 4.5	Формы социальной ответственности бизнеса	3							[1], [7], [11], [13]	
	Формы социальной ответственности бизнеса			2					[1], [4], [7], [9], [13]	Круглый стол «Как компании реализовать социальную ответственность?».
Тема 4.6	Нефинансовая (социальная) отчетность бизнеса	1							[1], [4], [15], [16]	
	Нефинансовая (социальная) отчетность бизнеса			2					[1], [4], [15], [16]	Интерактивный опрос. Тест 2
Тема 4.7	Основные модели социальной ответственности бизнеса	1							[9], [11], с. 74-87	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тема 4.8	Интеграция социальной ответственности в корпоративное управление	2							[1], [7], [11], с. 123-133	
	Интеграция социальной ответственности в корпоративное управление			2					[1], [4], [7], [11]	Дискуссия «Разделяете ли Вы мнение П. Друкера о том, что подлинная социальная ответственность бизнеса заключается в превращении социальных проблем в экономическую возможность, выгоду и богатство?» Практическое задание
Тема 4.9	Стейкхолдер-менеджмент	4							[3], [4], [7]	
	Стейкхолдер-менеджмент			2					[3], [4], [7]	Доклады-презентации. Практическое задание по идентификации стейкхолдеров компании. Тест 3
Тема 4.10	Корпоративная социальная ответственность и этика бизнеса	2							[11], с. 109-123, [13]	
	Корпоративная социальная ответственность и этика бизнеса			2					[4], [6], [11], [13]	Мультимедиа-разминка. Круглый стол «Нужен ли кодекс этики каждой компании?»
Тема 4.11	Технологии обеспечения социальной ответственности бизнеса	2							[1], [4]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Технологии обеспечения социальной ответственности бизнеса			6					[1], [4]	Интерактивный опрос. Презентация проектов с анализом практики социальной ответственности белорусских компаний
	Итого 6 семестр	**26**		**28**						**Зачет**
	Всего часов	**140**		**128**				**18**		

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

РАЗДЕЛ 1. СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

Основная

1. Социология : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования / [Д.К. Безнюк и др.] ; под общ. ред. А.Н. Данилова. – Минск : РИВШ, 2023. – 307 с.

2. Клименко, О. И. Экономика и социология труда : учебное пособие / О. И. Клименко, Ю. В. Безуглова, Т. Н. Иголкина. – М. : Русайнс, 2024. – 174 с. – ISBN 978-5-466-06866-5. – URL: https://book.ru/book/953956 (дата обращения: 15.10.2024). – Текст : электронный.

3. Митюрникова, Л. А. Социология труда : учебник / Л. А. Митюрникова, А. Г. Панова. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2022. – 272 с. – ISBN 978-5-394-04956-9. - Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/2084455 (дата обращения: 15.10.2024). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная

4. Подгайская, Л. И. Социология : [учебно-методический комплекс] / Л. И. Подгайская. – Минск : Современная школа, 2007. – 112 с.

5. Подгайская, Л. И. Экономическая социология : крат. Курс лекций / Л. И. Подгайская, С.Н. Зень – Минск : БГЭУ, 2007. – 114 с.

6. Подгайская, Л. И. Игровые методы для практических занятий по социологии : / Л. И. Подгайская. – Минск : Літаратура і мастацтва 2010. – 104 с.

7. Тощенко, Ж. Т. Социология труда : учебник / Ж. Т. Тощенко. – М. : Юнити-Дана, 2017. – 423 с. : ил., табл. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691652 (дата обращения: 15.10.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01435-7. – Текст : электронный.

РАЗДЕЛ 2. СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Основная литература

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2021. – 220, [1] с.

2. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации : учебник для слушателей системы дополнительного образования взрослых по

гуманитарным специальностям / Е. В. Баранова. – Минск : Беларусь, 2024. – 197, [2] с.
3. Кузьмина, Е. В. Концепции массовой коммуникации в западной социологии : Учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / Е. В. Кузьмина, Н. В. Гончарова ; Ульяновский государственный университет. – Ульяновск : Ульяновский государственный университет, 2020. – 52 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44562844_68869912.pdf (дата обращения: 16.11.2024).
4. Попазова, О. А. Социология коммуникаций : учебно-методическое пособие / О. А. Попазова, Я. С. Рочева. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – 88 с. – ISBN 978-5-7310-5793-6. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49569646_31867959.pdf (дата обращения: 16.11.2024).

Дополнительная литература

1. Будаев, Э. В. Коммуникативное сопровождение массовых протестов в СМИ / Э. В. Будаев, С. Л. Кушнерук, М. А. Курочкина. – Санкт-Петербург : Издательство «Наукоемкие технологии», 2022. – 201 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47949734_12728402.pdf (дата обращения: 16.11.2024).
2. Вольфсон, Ю. Р. Проблема классификации теорий информационного общества / Ю. Р. Вольфсон, А. Е. Вольчина // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2017. – Т. 8, № 3-1. – С. 80-110. – DOI 10.12731/2218-7405-2017-3-80-110.
3. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – 2-е изд., перераб. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 336 с. – (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2104847 (дата обращения: 16.11.2024). – Режим доступа: по подписке.
4. Еникеева, Е. Э. Механизм формирования моральных паник в современном обществе и роль СМИ в этом процессе / Е. Э. Еникеева // Наука и современность. – 2010. – № 6-2. – С. 14-18.
5. Зубанова, Л. Б. Рейтинговые исследования в социологии массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. Б. Зубанова ; Министерство культуры Российской Федерации, Челябинская государственная академия культуры и искусств, Культурологический факультет, Кафедра культурологии и социологии. – Челябинск : Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2011. – 82 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:

https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492757 (дата обращения: 16.11.2024). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
6. Казун, А. Д. Как экономика в новостях влияет на новости в экономике? Обзор теорий о специфике и роли экономических дискуссий в СМИ / А. Д. Казун // Экономическая социология. – 2017. – Т. 18, № 3. – С. 97-139. – DOI 10.17323/1726-3247-2017-3-97-129.
7. Ковалев, А. А. Медиареальность как феномен современной культуры / А. А. Ковалев // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 6(38). – С. 70-74.
8. Кудринская, Л. А. Социология массовой коммуникации / Л. А. Кудринская, А. В. Молчанова, Ю. С. Плотникова. – Омск : Омский государственный технический университет, 2019. – 106 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_41413315_62316567.pdf (дата обращения: 16.11.2024).
9. НауменкоТамара, В. Социология массовой коммуникации : учебник / В. НауменкоТамара. – М. : КноРус, 2019. – 252 с. – (Бакалавриат). – ISBN 978-5-406-06833-5. – URL: https://book.ru/book/931273 (дата обращения: 16.11.2024). – Текст : электронный.
10. Потребин, А. В. Деловая аналитика. Бизнес-журналистика : учеб.-метод. пособие / А. В. Потребин. – Минск : БГУ, 2023. – 135 с.
11. Сингаевская, М. В. Технологии управления общественным мнением / М. В. Сингаевская // Социология. – 2020. – № 2. – С. 71-80.
12. Смеюха, В. В. Исследование деятельности СМИ / В. В. Смеюха, А. П. Гриценко. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет путей сообщения, 2021. – 187 с. – ISBN 978-5-88814-947-8. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46307270_13452126.pdf (дата обращения: 16.11.2024).
13. Чамкин, А. С. Социология коммуникации : учебное пособие / А. С. Чамкин. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 295 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005544-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1981675 (дата обращения: 16.11.2024). – Режим доступа: по подписке.
14. Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – М. : Дашков и К°, 2023. – 212 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697043 (дата обращения: 16.11.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04771-8. – Текст : электронный.

15. Шорохова, Н. А. Маркетинговые коммуникации в системе экономической культуры / Н. А. Шорохова // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. – 2012. – № 1. – С. 78-81.
16. Эволюция визуального образа в массмедийной коммуникации / Б. Н. Киршин, М. В. Загидуллина, В. В. Тулупов [и др.]. – Челябинск : Челябинский государственный университет, 2024. – 359 с. – ISBN 978-5-7271-1990-7. – DOI 10.47475/9785727119907. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_69200792_21499612.pdf (дата обращения: 16.11.2024).

РАЗДЕЛ 3. СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ

Основная

1. Быков, К. Р. Экономическая социология : конспект лекций для студентов экономических специальностей / К. Р. Быков ; УО "ВГТУ". – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Витебск, 2020. - 105 с.

2. Долгорукова, И. В. Практикум по социологии экономического поведения и потребления : учебное пособие / И. В. Долгорукова ; Российский государственный социальный университет, Кафедра социологии, этнографии и социометрии. – М. ; Тверь : Тверской государственный университет, 2024. – 127 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=714059 (дата обращения: 30.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7609-1908-3. – Текст : электронный. Зарубина, Н.Н. Экономическая социология : учебник, 3-е изд. – М.: Юрайт, 2023 // https://urait.ru/bcode/511037

3. Талалушкина, Ю. Н. Экономическая социология : учебное пособие / Ю. Н. Талалушкина. – М. : Директ-Медиа, 2023. – 108 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706514 (дата обращения: 30.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3904-3. – DOI 10.23681/706514. – Текст : электронный.

4. Халиков, М. С. Социология экономической жизни : учебник / М. С. Халиков. – М. : Русайнс, 2024. – 363 с. – ISBN 978-5-466-07074-3. – URL: https://book.ru/book/954237 (дата обращения: 30.09.2024). – Текст : электронный.

Дополнительная

5. Бурдье, П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдье; под ред. Н.А. Шматко. – М.: Алетейя, 2005.

6. Панфилов, П. О. Правовое регулирование деятельности онлайн-платформ на едином цифровом рынке ЕС: возможности для ЕАЭС / П. О. Панфилов // Lex russica. – 2023. – Т. 76. – № 2. – С. 91-100. – DOI: 10.17803/1729-5920.2023.195.2.091-100.

7. Поланьи, К. Саморегулирующийся рынок и фиктивные товары: труд, земля и деньги / К. Поланьи // THESIS. – 1993. – Т. 1. – Вып. 2. – С. 10-17.

8. Радаев, В. В. Что такое рынок: Экономико-социологический подход / В. В. Радаев // Общественные науки и современность. – 2007. – № 3. – С. 115-127; № 4. – С. 117-132.

9. Радаев, В. В. Анализ рынков в современной экономической социологии / В. В. Радаев, М. С. Добрякова. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 487 с.

10. Радаев, В. В. Современные экономико-социологические концепции рынка / В. В. Радаев // Экономическая социология. – Т. 9. – 2008. – № 1. – С. 20-50.

11. Радаев, В. В. Рынок как цепь обменов между организационными полями / В. В. Радаев // Экономическая социология. – Т. 11. – 2010. – № 3. – С. 13-36.

12. Радаев, В. В. Как обосновать введение новых правил обмена на рынках / В. В. Радаев // Вопросы экономики. – 2011. – № 3. – С. 104-123.

13. Уайт, Х. Рынки и фирмы: взаимообусловленное возникновение Х. Уайт // Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу. – М.: РОССПЭН, 2002. – С. 96-118.

14. Уци, Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей / Б. Уци // Анализ рынков в современной экономической социологии. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – С. 208–252.

15. Хайек, Ф. А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф. А. Хайек. – М.: Изограф, 2000. – С. 102-114.

Интернет-источники

16. https://economy-ru.com/sotsiologiya-ekonomicheskaya/analiz-ryinkov-sovremennoy-ekonomicheskoy.html.

17. Регулирование интернета в странах Евросоюза // https://www.tadviser.ru/index.php.

РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Основная

1. Воронина, Л. И. Социальное партнерство. Взаимодействие власти, бизнеса и наемного персонала : учебное пособие для вузов : для студентов, обучающихся по программе магистратуры по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление» / Л. И. Воронина ; Уральский федерал. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. – М. : Юрайт ; Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 245, [1] с.

2. Развитие предпринимательства и факторы деловой активности в Беларуси : (социологический анализ) / [Р. А. Смирнова и др.] ; под ред. Р.А. Смирновой ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск : Беларуская навука, 2021. – 209, [1] с.

3. Социология предпринимательства : учебное пособие [для подготовки магистров] / Е.М. Осипов [и др.]. – М. : РУСАЙНС, 2021. – 297 с.

Дополнительная

4. Анисимов, А. Ю. Корпоративная социальная ответственность (с практикумом) : учебник / А. Ю. Анисимов, Г. Е. Нургазина, О. А. Пятаева, О. О. Скрябин. – М. : КноРус, 2023. – 268 с. – ISBN 978-5-406-11240-3. – URL: https://book.ru/book/948860. – Текст : электронный.

5. Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю. Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – 2-е изд. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 272 с. – ISBN 978-5-9924-0066-3. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/492721. – Режим доступа: по подписке.

6. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. – 5-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 248 с. – ISBN 978-5-394-05430-3. – Текст : электронный. – URL: https://znanium.com/catalog/product/2082986. – Режим доступа: по подписке.

7. Дементьева, А. Г. Корпоративное управление : учебник / А. Г. Дементьева ; Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2017. – 495 с.

8. Корпоративная социальная ответственность : учебник по направлению «Менеджмент» / [Э. М. Коротков и др.] ; под ред. Э. М. Короткова ; Гос. ун-т управления. – М. : Юрайт, 2014. – 445 с.

9. Попова, Е. В. Корпоративная социальная ответственность : учебное пособие / Е. В. Попова. – М. : Русайнс, 2024. – 147 с. – ISBN 978-5-466-06990-7. – URL: https://book.ru/book/954216. – Текст : электронный.

10. Корпоративная социальная ответственность. : учебник / И. Ю. Беляева, М. А. Эскиндаров, Х. П. Харчилава [и др.] ; под ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. – М. : КноРус, 2024. – 316 с. – ISBN 978-5-406-12372-0. – URL: https://book.ru/book/951428. – Текст : электронный.

11. Симхович, В. А. Корпоративная социальная ответственность: философско-управленческие аспекты современного бизнеса / В. А. Симхович. - Минск : Мисанта, 2011. – 199 с.

12. Чудинов, О. О. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие : учебное пособие / О. О. Чудинов. – М. : КноРус, 2024. – 244 с. – ISBN 978-5-406-12285-3. – URL: https://book.ru/book/951542. – Текст : электронный.

Интернет-источники

13. Глобальный договор ООН www.unglobalcompact.org

14. Сеть Глобального договора в Беларуси https://globalcompact.by/

15. Dow Jones Sustainability Group Index www.sustainability-index.com

16. Global Reporting Initiative Guidelines www.globalreporting.org

РАЗДЕЛ 1. СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКЗАМЕНА

1. Структура социологии труда и ее взаимосвязь с другими науками.
2. Система категорий и методов социологии труда.
3. Цель, задачи и функции социологии труда.
4. Периодизация развития социологических знаний о труде: общая характеристика.
5. Проблемы труда в Древности.
6. Понимание общественного труда в средневековый период.
7. Исследования проблем труда А. Смита, Д. Риккардо, Дж. Милля.
8. Вклад французской социал-утопической социологической школы в исследование проблем труда.
9. Исследование проблем труда в творчестве классиков социологии.
10. Тейлоризм и его значение в развитии социологии труда.
11. Школа человеческих отношений и ее значение в развитии социологии труда.
12. Основные школы и направления современной западной социологии труда.
13. Становление и этапы развития отечественной социологии труда: общая характеристика.
14. Дореволюционный период развития отечественной социологии труда.
15. Развитие социологии труда в 20-е – 30-е гг. XX в. в СССР.
16. Особенности советских исследований проблем труда, их основные направления с 60-х гг. до сер. 80-х гг. XX в.
17. Основные направления социологических исследований проблем труда в постсоветский период.
18. Социальная сущность и структура труда.
19. Типы, виды и формы труда в современной экономике.
20. Понятие организации труда, его основные элементы.
21. Понятие научной организации труда.
22. Основные положения нормирования труда.
23. Основные формы оплаты труда.
24. Понятие творчества в социологии. Творческий характер труда, его специфические особенности.
25. Специфика социологического подхода к изучению творчества и творческого характера труда.
26. Закон соответствия содержания и характера труда: генезис и формы проявления.
27. Понятие мотивации в социологии, ее основные составляющие. Сущность трудовой мотивации.
28. Основные подходы к исследованию проблем мотивации в истории социологии труда и в современной науке.

29. Сущность стимулирования трудовой деятельности. Понятие трудового стимула, его основные группы.

30. Основные методы и формы стимулирования труда.

31. Ценностные ориентации в трудовой деятельности: подходы к определению и их виды.

32. Факторы, входящие в ценностный механизм регуляции трудового поведения.

33. Понятие отношения к труду, его характерные признаки, особенности.

34. Объективные и субъективные факторы, определяющие отношение к труду работника.

35. Типы работников в зависимости от их отношения к труду.

36. Понятие удовлетворенности трудом в социологии: виды, факторы и характеристики удовлетворенности трудом.

37. Факторы, влияющие на уровень удовлетворенности трудом.

38. Понятие условий труда в социологии. Виды условий труда и факторы, воздействующие на них.

39. Влияние условий труда на производительность труда работников.

40. Культура труда и профессиональная культура: сущность и взаимосвязь понятий в социологии.

41. Феномен технической культуры как элемент культуры труда

42. Сущность корпоративной культуры как элемента культуры труда

43. Сущностные силы человека: основные компоненты и особенности реализации.

44. Трудовое поведение: понятие, сущностные черты.

45. Основные формы и виды трудового поведения. Составляющие механизма регулирования трудового поведения.

46. Девиации в сфере труда: сущность, подходы к исследованию и пути пресечения.

47. Трудовая организация: понятие, особенности, структура и виды.

48. Специфика исследования проблем трудовой организации социологическими методами.

49. Понятие рабочего места в организации. Анализ и проектирование рабочего места.

50. Понятие трудового коллектива в социологии: отличительные особенности, структура и функции.

51. Основные виды трудовых коллективов.

52. Этапы формирования трудовых коллективов.

53. Понятие и виды лидерства и руководства в трудовых коллективах.

54. Понятие трудовой адаптации, особенности ее протекания.

55. Виды и стадии трудовой адаптации.

56. Основные факторы трудовой адаптации.

57. Сущность трудового конфликта, его особенности.

58. Занятость и безработица.

59. Гендерные аспекты труда и занятости.

РАЗДЕЛ 2. СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА

1. Сущность и функции коммуникации как социально-психологического феномена. Общая характеристика видов коммуникации.
2. Социологическое исследование коммуникации: определение объекта, предмета социологии массовой коммуникации.
3. Сущность и классификация массовой коммуникации в обществе.
4. Генезис массовой коммуникации. Усложнение средств массовой коммуникации в различных типах общества.
5. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Общая характеристика и эволюция.
6. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Теория убедительного сообщения в «Риторике» Аристотеля. «Теория волшебной пули».
7. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Линейная модель коммуникации Г.Д. Лассуэла.
8. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда. Понятие «Лидер мнений».
9. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Шумовая модель К. Шеннона и У. Уивера. Барьеры и препятствия восприятия информации.
10. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Функциональная модель Р. Якобсона.
11. Модели массовых коммуникаций в экономической сфере. Модель «привратника» К. Левина. Два «привратника» процесса передачи информации.
12. Эволюция массовой коммуникации. «Теория средства» Г.М. Маклюэна. Тоталитарная и демократическая модели взаимоотношений в МК.
13. Эволюция массовой коммуникации Модель коммуникации Т. Адорно и М. Хоркхаймера в теории «Индустрия культуры».
14. Эволюция массовой коммуникации. Масс медиа и коммуникационные технологии (Д. Белл). Ментальные модели человека в работе А.Тоффлера «Третья волна».
15. Понятие эффективности массовой коммуникации.
16. Характеристика прессы, как средства массовой коммуникации.
17. Характеристика радио, как средства массовой коммуникации.
18. Характеристика телекоммуникации, как средства массовой коммуникации.
19. Общественное мнение и СМИ. Основные виды технологий управления общественным мнением.
20. Популярная, элитарная, качественная и массовая пресса. Коммуникативная личность.

21. Понятие «паблик рилейшнз». Влияние массовой коммуникации на деятельность предприятий.

22. Формирование имиджа экономических субъектов. Цели и технологии.

23. Сущность маркетинговых коммуникаций экономической сфере. Сущность и основные средства маркетинговых коммуникаций.

24. Основные виды рекламы. Выбор средств рекламного обращения.

25. Социальная реклама сущность и структура. Социальная реклама и коммерческая: общее и различное.

26. Медиаметрический анализ.

27. Метод информационного аудита.

28. Составление медиапортрета, как образа исследуемого объекта в информационном пространстве.

29. Профессиональные требования к публикации опросов; влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия управленческого решения.

30. Влияние форм собственности на деятельность информационных органов.

РАЗДЕЛ 3. СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКЗАМЕНА

1. Социология рынков как ведущее направление современной экономической социологии
2. Эволюция социологии рынков: взгляды экономистов
3. Эволюция социологии рынков: взгляды социологов
4. Понятие и природа рынка: экономический взгляд
5. Виды рынков и их функции
6. Преимущества и недостатки рынка
7. Рынок как идеальная модель
8. Рынок как форма хозяйства
9. Критериальные признаки рыночной формы обмена
10. Методологический плюрализм использования различных подходов анализа рынков
11. Статистический подход к изучению рынков: рынок как совокупность отраслевых сегментов
12. Критерии сегментации рынков в статистическом подходе
13. Ограничения и проблемы применения статистического метода
14. Метод теоретического моделирования: предпосылки неоклассического экономического подхода
15. Ограничения и проблемы применения метода теоретического моделирования
16. Историко-антропологический (генетический) подход к анализу рынка: понятие, общая характеристика, проблемы применения
17. Политико-экономический подход: рынок как механизм реализации властных отношений
18. Государство в рамках политико-экономического подхода к анализу рынков: его роль, функции и место
19. Феноменологический подход изучения рынков: понятие, общая характеристика, ограничения применения
20. Экологический подход к анализу рынков: понятие, общая характеристика
21. Понятие и характеристики рыночной ниши в контексте экологического подхода
22. Эволюция рынков в контексте экологического подхода. Индексы организационной демографии
23. Понятие организационного изоморфизма в контексте экологического подхода
24. Сетевой подход к анализу рынков и основные направления его применения
25. Основные параметры сети: укорененность, связность, реципрокность
26. Характеристика сетей в контексте сетевого подхода

27. Структурные пустоты в бизнес-сетях и их преимущества для предпринимательства

28. Применение сетевого подхода к анализу рынка труда. Принципы образования кластеров

29. Базовые способы распределения ресурсов в концепции К. Поланьи: обмен, перераспределение и реципрокность

30. Неоинституциональный подход: рынок как совокупность институтов

31. Формальные и неформальные правила регулирования рынков

32. Новый французский институционализм, или экономическая теория конвенций

33. Неформальная и теневая экономика

34. Социокультурный подход: рынок как культурный конструкт

35. Основные аспекты и функции хозяйственной культуры

36. Вклад П. Бурдье в развитие социокультурного подхода

37. Культурный капитал: сущность, особенности и состояния

38. Политико-культурный подход: рынок как организационное поле

39. Общее понятие конкуренции на рынке. Виды конкуренции

40. Модель совершенной конкуренции. Олигополия, монополия

41. Модель несовершенной конкуренции

42. Модель динамической конкуренции

43. Модель социально укорененной конкуренции: конкуренция как поддержание социальных контактов

44. Модель социально укорененной конкуренции: конкуренция как установление согласованного порядка

45. Модель социально укорененной конкуренции: конкуренция как символическая борьба

46. Основные структуры рынка: хозяйственные ресурсы (формы капитала)

47. Организационные структуры рынка

48. Основные структуры рынка: деловые связи

49. Институты рынка: права собственности

50. Институты рынка: управленческие схемы

51. Институты рынка: правила обмена

52. Структура хозяйственной мотивации

53. Понятие деловой стратегии, основные элементы стратегии

54. Концепции контроля: когнитивное и нормативное измерения

55. Разработка и утверждение концепций контроля

56. Институциональная динамика: источники возникновение новых правил

57. Импорт институтов рынка и выбор институциональных образцов

58. Механизм возникновения новых правил на рынке

59. Институциональная динамика: разрыв между новыми и существующими правилами

60. Критерии отбора эффективных институтов рынка

61. Институциональная динамика: понятие подстройки новых правил

62. Понятие деформализации правил. Механизм деформализации и его основные элементы

63. Обоснование легитимности стратегий деформализации

64. Понятие формализации правил. Механизм формализации и его основные элементы

65. Понятие институционального компромисса

66. Понятие онлайн-рынка, его виды и отличие от традиционных рынков

67. Особенности развития и продвижения онлайн-рынков

68. Регулирование онлайн-рынка. Роль лидеров рынка.

РАЗДЕЛ 4. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА

1. Понятие социальной ответственности бизнеса как социального феномена современного общества
2. Причины актуализации проблематики социальной ответственности бизнеса в современном обществе
3. Ответственность и ее виды
4. Многообразие определений КСО
5. Субъекты и объекты социальной ответственности
6. Основные этапы развития концепции КСО как теоретического ядра и периферии
7. Научный вклад Г. Боуэна в теоретическое обоснование взаимосвязи между корпорациями и обществом
8. Критика концепции КСО Т. Левитом и М. Фридманом
9. Нормативный смысл КСО (Дж. МакГуир, С. Сети и др.)
10. Парадигма 1970-х гг.: согласованность КСО с долгосрочными интересами акционеров социально ориентированных корпораций (Г. Уоллич и Дж. МакГоун)
11. Концептуальная модель А. Кэрролла (1979) и полисубъектный характер КСО
12. Дискуссия 1970-1980-х гг. и инструментальный характер КСО: корпоративная социальная восприимчивость (У. Фредерик)
13. Комплексная трехмерная модель корпоративной социальной деятельности (С. Сети, А. Кэрролл, С. Вартик и Ф. Кохрен, Д. Вуд)
14. Синтетические «альтернативные» концепции 1990-х гг.
15. Концепция стейкхолдеров (Е. Фриман)
16. Интегрирование концепции КСО в теорию стратегического управления (П. Друкер, М. Портер)
17. Альтернативная концепция корпоративного гражданства (Д. Логсдон и Д. Вуд)
18. Концепция корпоративной устойчивости (2000-х гг.). Тройной итог деятельности организации
19. Новый подход к КСО как отражение реальных изменений в ожиданиях стейкхолдеров (М. Хальме и Дж. Лаурила)
20. Международная инициатива ООН «Глобальный договор» (2000 г.) как платформа для диалога и совместных действий бизнеса, государства и общества
21. Характер, основные задачи и принципы Глобального договора
22. Формы и преимущества участия организации в Глобальном договоре.
23. Цели устойчивого развития как факторы совершенствования общества. Проекты ЦУР

24. Критика КСО в рамках Глобального договора как примера организационного изоморфизма в условиях глобализации (П. ДиМаджио, У. Пауэлл, Р.Н. Абрамов)

25. Практика социальной ответственности бизнеса в постсоветстких обществах. Особенности белорусских проектов Глобального договора

26. Характер и уровни социальной ответственности бизнеса

27. Внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность

28. Основные формы КСО и их классификации (Ф. Котлера и Н. Ли; Программы развития ООН)

29. Особенности реализации форм КСО на постсоветском пространстве

30. Основные подходы к пониманию социальной ответственности: узкий и широкий

31. Парадигма четырех уровней и видов КСО (пирамида КСО А. Кэрролла)

32. Основные направления социальной деятельности бизнеса и их показатели

33. Мотивы реализации социальной ответственности бизнеса

34. КСО как фактор конкуренции

35. Многообразие моделей КСО. Открытые и скрытые модели корпоративной социальной ответственности, их специфика

36. Американская, европейская (континентальная), британская и скандинавская модели КСО и др.: их отличительные особенности

37. Особенности российской модели КСО

38. Специфика белорусской практики КСО

39. Особенности практики социальной ответственности бизнеса в условиях мирового экономического кризиса

40. Нефинансовая (социальная) отчетность как способ информирования общества и государственных органов о реализации принципов социальной ответственности бизнеса

41. Причины внедрения нефинансовой отчетности (1970-е гг.)

42. Международные стандарты нефинансовой социальной отчетности и их классификация (GRI, AA 1000, SA 8000, фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию, ISO 14000, ISO 26000 и др.)

43. Социальный отчет / отчет по КСО / отчет по устойчивому развитию: его формат, структура, цели

44. Постсоветская практика использования международных стандартов в области социальной и экологической ответственности и разработки национальных стандартов нефинансовой отчетности

45. Понятия «философия фирмы», «философия бизнеса» и «философия менеджмента», их общие и отличительные особенности

46. Стратегическая и социальная направленность управленческих концепций как философий менеджмента (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон, М. Фоллет, О. Шелдон, А. Маслоу, П. Друкер, К. Мацусита и др.)

47. Страновые философии управления бизнес-организацией: английская, американская, японская, российская и др.

48. Интеграция социальной ответственности в корпоративное управление

49. Стратегический бизнес-подход к управлению социальной ответственностью компании; совокупность принципов поведения и управления; система менеджмента

50. Принципы и инструментарий реализации социальной ответственности в корпоративном управлении

51. Понятие стейкхолдеров (заинтересованных сторон, групп влияния) и их основные категории

52. Дифференциация стейкхолдеров и их влияние на организационное поведение

53. Внутренние и внешние стейкхолдеры и их приоритеты

54. Стейкхолдер-менеджмент как сфера ответственности топ-менеджеров

55. Сетевые организации как метод управления внутренними и внешними стейкхолдерами

56. Конфликты ожиданий стейкхолдеров в условиях ограниченности организационных ресурсов и способы их разрешения

57. Содержание этики бизнеса

58. Управление этикой и социальной ответственностью компании

59. Этические кодексы как форма институционализации принципов социальной ответственности

60. Социально ответственный бизнес как норма международного рынка

61. Различие стандартов этичного поведения деловых организаций в разных странах

62. Основные этические проблемы при осуществлении компаниями международных деловых контактов

63. Социальная ответственность как философия управления

64. Понятие и сущность технологии. Социальная технология

65. Основные технологии обеспечения социальной ответственности бизнеса

66. Белорусский опыт реализации технологий социальной ответственности бизнеса

67. Практика социальной ответственности белорусского бизнеса в условиях вызовов современного мира.

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ РЕФЕРАТОВ

РАЗДЕЛ 1. СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

1. Специфика, объект и предмет социологии труда и занятости.
2. Периодизация развития социологических знаний о труде: общая характеристика.
3. Проблемы труда в Древности.
4. Понимание общественного труда в средневековый период.
5. Исследования проблем труда А.Смита, Д. Риккардо, Дж. Милля.
6. Вклад французской социал-утопической социологической школы в исследование проблем труда.
7. Исследование проблем труда в творчестве классиков социологии.
8. Тейлоризм и его значение в развитии социологии труда.
9. Школа человеческих отношений и ее значение в развитии социологии труда.
10. Основные школы и направления современной западной социологии труда.
11. Становление и этапы развития отечественной социологии труда: общая характеристика.
12. Дореволюционный период развития отечественной социологии труда.
13. Развитие социологии труда в 20-е – 30-е гг. XX в. в СССР.
14. Особенности советских исследований проблем труда, их основные направления с 1960-х гг. до сер. 1980-х гг.
15. Основные направления социологических исследований проблем труда в постсоветский период.
16. Социальная сущность и структура труда. Типы, виды и формы труда в современной экономике.
17. Понятие организации труда, его основные элементы.
18. Понятие научной организации труда.
19. Основные формы оплаты труда.
20. Понятие творчества в социологии. Творческий характер труда, его специфические особенности.
21. Специфика социологического подхода к изучению творчества и творческого характера труда.
22. Понятие мотивации в социологии, ее основные составляющие. Сущность трудовой мотивации.
23. Основные подходы к исследованию проблем мотивации в истории социологии труда и в современной науке.
24. Сущность стимулирования трудовой деятельности. Понятие трудового стимула, его основные группы.
25. Основные методы и формы стимулирования труда.
26. Ценностные ориентации в трудовой деятельности: подходы к определению и их виды. Факторы, входящие в ценностный механизм регуляции трудового поведения.

27. Понятие отношения к труду, его характерные признаки, особенности.

28. Типы работников в зависимости от их отношения к труду.

29. Понятие удовлетворенности трудом в социологии: виды, факторы и характеристики удовлетворенности трудом.

30. Понятие условий труда в социологии. Виды условий труда и факторы, воздействующие на них.

31. Культура труда и профессиональная культура: сущность и взаимосвязь понятий в социологии.

32. Сущность корпоративной культуры как элемента культуры труда

33. Сущностные силы человека: основные компоненты и особенности реализации.

34. Трудовое поведение: понятие, сущностные черты.

35. Девиации в сфере труда: сущность, подходы к исследованию и пути пресечения.

36. Экономическая (трудовая) организация: понятие, особенности, структура и виды.

37. Понятие трудового коллектива в социологии: отличительные особенности, структура и функции.

38. Понятие и виды лидерства и руководства в трудовых коллективах.

39. Понятие трудовой адаптации, особенности ее протекания.

40. Сущность трудового конфликта, его особенности.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

РАЗДЕЛ 1. СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ

Тема 4. Трудовая деятельность и трудовое поведение работников

Содержание темы:

1. Общая характеристика социально-трудовых отношений. Структурные составляющие в системе социально-трудовых отношений. Типы и субъекты социально-трудовых отношений. Критерии и показатели оценки социально-трудовых отношений. Система регулирования социально-трудовых отношений.

2. Формальные и неформальные нормы и отношения в сфере труда. Неформальная экономика и неформальные отношения в сфере труда: содержание понятий и их соотношение. Области распространения неформальных отношений в сфере труда и занятости. Типология неформальных отношений и их проявлений в рамках трудовых организаций.

3. От советского предприятия к частной фирме: проблемы трудовых отношений. Сущность и регулирование социально-трудовых отношений при развитии рынка труда.

4. Теоретические основы и предпосылки социального партнерства. Субъекты и механизмы социального партнерства. Понятие и значение социального партнерства в сфере регулирования трудовых отношений на современном этапе. Социальное партнерство – феномен современных трудовых отношений. Понятие, принципы и исторические аспекты формирования системы социального партнерства в Беларуси.

Список источников по теме:

1. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательская группа НОРМА– Инфра-М, 1999. – 412 с.

2. Остапенко, Ю.М. Экономика и социология труда. – М.: Инфра–М, 2001. – 199 с.

3. Попов, Ю.Н., Шевчук, А.В. Современная экономика и социология труда. – М.: Экон–Информ, 2003. – 230 с.

4. Бараненко, С.П., Дудин, М.Н., Лясников, Н.В., Лясникова, Ю.В. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика и социология труда» для студентов очной и заочной форм обучения. – М, 2011. – 434 с.

5. Кибанов, А.Я. Экономика и социология труда. Учебник для ВУЗов. / Под ред. Кибанова А.Я. – М.: Издательство Инфра-М, 2010. – 584 с.

6. Тощенко, Ж.Т. Социология труда: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социология» и «Экономика труда» / Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 423 с.

7. Токарская, Н.М., Карпикова, И.С. Социология труда: Учеб. пособие / Под ред. М.А. Винокурова. – М.: Университетская книга, Логос, 2006. – 208 с.

Тема 11. Трудовая мобильность и трудовая карьера работников

Содержание темы:

1. Социальные перемещения трудовых ресурсов под воздействием научно-технического прогресса.

2. Трудовая мобильность: сущность, функции, классификация. Текучесть, стабильность, устойчивость персонала. Каналы трудовой мобильности. Управление трудовой мобильностью.

3. Карьера и социальная мобильность. Трудовая карьера как индивидуальная трудовая мобильность. Факторы трудовой карьеры. Этапы карьеры. Виды трудовой карьеры.

Список источников по теме:

1. Лукашевич, Н.П. Социология труда: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2001. – 320 с.

2. Кибанов, А.Я. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. / Под ред. Кибанова А.Я. – М.: Издательство Инфра-М, 2010. – 584 с.

Тема 17. Занятость населения

Содержание темы:

1. Социально-экономическая сущность занятости населения. Виды и формы занятости. Вторичная занятость. Гибкая и временная занятость. Структура и механизм действия занятости. Основные тенденции развития занятости.

2. Рынок труда и управление занятостью. Кейнсианская политика занятости и формирование социального государства. Неолиберальная политика занятости.

3. Трудоустройство. Каналы и способы трудоустройства. Индивидуальные стратегии занятости. Неформальные отношения в сфере занятости.

4. Влияние структурных сдвигов на занятость. Управление занятостью. Дестандартизация и флексибилизация занятости. Защищенность работника в системе гибкой занятости.

Список источников по теме:

1. Добреньков, В.И., Кравченко, А.И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 12: Экономика и труд. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 1152 с.

2. Лукашевич, Н.П. Социология труда: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2001. – 320 с.

3. Попов, Ю.Н., Шевчук, А.В. Современная экономика и социология труда. – М.: Экон–Информ, 2003. – 230 с.

4. Кибанов, А.Я. Экономика и социология труда. Учебник для ВУЗов. / Под ред. Кибанова А.Я. – М.: Издательство Инфра-М, 2010. – 584 с.

5. Мумладзе, Р.Г. Экономика и социология труда: учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Р.Г. Мумладзе; Р.Г. Мумладзе, Г.Н. Гунжина. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.

6. Попов, Ю.Н., Шевчук, А.В. Современная экономика и социология труда. – М.: Экон–Информ, 2003. – 230 с.

7. Бараненко, С.П., Дудин, М.Н., Лясников, Н.В., Лясникова, Ю.В. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика и социология труда» для студентов очной и заочной форм обучения. – М, 2011. – 434 с.

8. Токарская, Н.М., Карпикова, И.С. Социология труда: Учеб. пособие / Под ред. М.А. Винокурова. – М.: Университетская книга, Логос, 2006. – 208 с.

9. Рынок труда и механизмы его регулирования / Г.Н. Соколова, О.В. Кобяк, О.Г. Лукашева и др.; Науч. ред. Г.Н. Соколова. – Мн.: «БТН-информ», 2001. – 124 с.

Тема 18. Безработица как социально-экономический феномен

Содержание темы:

1. Предпосылки, сущность, формы и виды безработицы. Виды безработицы. Показатели и методы измерения состояния безработицы. Безработица и трудоустройство населения. Статус безработного. Причины, проблемы и последствия безработицы.

2. Особенности современной безработицы. Лишние рабочие места: трудоизбыточность. Лишние люди: резервная армия труда. Социальные проблемы длительной безработицы. Способы адаптации населения к безработице.

3. Государственная политика в сфере регулирования занятости и безработицы. Организация мер социальной защите временно незанятого населения. Социальный механизм регулирования занятости различных социально-демографических категорий населения. Методики, показатели и технологии регулирования занятости и борьбы с безработицей. Роль Международной организации труда в разработке программ занятости и преодоления безработицы.

Список источников по теме:

1. Добреньков, В.И., Кравченко, А.И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 12: Экономика и труд. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 1152 с.

2. Кибанов, А.Я. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. / Под ред. Кибанова А.Я. – М.: Издательство Инфра-М, 2010. – 584 с.

3. Мумладзе, Р.Г. Экономика и социология труда: учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Р.Г. Мумладзе; Р.Г. Мумладзе, Г.Н. Гунжина. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.

4. Бараненко, С.П., Дудин, М.Н., Лясников, Н.В., Лясникова, Ю.В. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика и социология труда» для студентов очной и заочной форм обучения. – М, 2011. – 434 с.

5. Токарская, Н.М., Карпикова, И.С. Социология труда: Учеб. пособие / Под ред. М.А. Винокурова. – М.: Университетская книга, Логос, 2006. – 208 с.

6. Рынок труда и механизмы его регулирования / Г.Н. Соколова, О.В. Кобяк, О.Г. Лукашева и др.; Науч. ред. Г.Н. Соколова. – Мн.: «БТН-информ», 2001. – 124 с.

Тема 21. Организация труда и трудовых процессов

Содержание темы:

1. Задачи, которые решает экономический анализ в трудовой сфере. Роль мониторинга в трудовой сфере.

2. Сущность и цели аудита в трудовой сфере. Объект и предмет аудита в социально-трудовой сфере. Направления, этапы и методы проведения аудита в трудовой сфере. Инфраструктура аудита в трудовой сфере. Специфика организации аудита в социально-трудовой сфере.

3. Информационное обеспечение аудита. Оценка эффективности аудиторской проверки.

4. Сущность и виды нормирования труда. Методы нормирования труда. Основные критерии нормирования труда. Показатели, применяемые для оценки уровня нормирования труда.

5. Система норм и нормативов труда. Структура нормативов труда. Виды нормативов труда. Требования к нормативам труда и основные этапы их разработки. Методы установления нормативных зависимостей. Факторы, влияющие на величину нормативов.

6. Затраты на рабочую силу и их характеристика. Классификация затрат на рабочую силу. Учет затрат на рабочую силу. Окупаемость затрат на рабочую силу. Планирование и регулирование затрат на рабочую силу.

7. Фонд рабочего времени. Режимы труда и отдыха. Классификация затрат рабочего времени при обследовании норм труда. Структура норм времени и последовательность проектирования трудовых процессов. Методы, используемые при нормировании труда и изучении затрат рабочего времени. Использование при нормировании труда фотографии рабочего дня и хронометража.

8. Значение нормирования в системе организации труда. Пути развития нормирования труда.

Список источников по теме:

1. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательская группа НОРМА– Инфра-М, 1999. – 412 с.

2. Кибанов, А.Я. Экономика и социология труда. Учебник для ВУЗов. / Под ред. Кибанова А.Я. – М.: Издательство Инфра-М, 2010. – 584 с.

3. Мумладзе, Р.Г. Экономика и социология труда: учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Р.Г. Мумладзе; Р.Г. Мумладзе, Г.Н. Гунжина. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.

4. Остапенко, Ю.М. Экономика и социология труда. – М.: Инфра–М, 2001. – 199 с.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 262 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения практических задач в аудитории во время проведения семинарских занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- выполнение практических работ в соответствии с планом семинарских занятий;
- углубленное изучение тем и отдельных вопросов подготовки;
- подготовка к выполнению контрольных работ и тестов;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, презентаций, эссе и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- разработка проекта на тему «… рынок Беларуси как объект изучения социологии рынков» (рынок по выбору студента);
- разработка проекта на тему «Корпоративная социальная ответственность белорусской компании …» (компания по выбору студента);
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, Интернет-источников по теме проекта;
- подготовку к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия текущего контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

интерактивный фронтальный опрос;
фронтальный опрос;
экспресс-опрос;
реферат;
доклады-презентации;
мультимедийная разминка;
дискуссия;
опрос;
дебаты;

учебная конференция;

тесты;

практические задания;

творческие задания (эссе, разработка исследовательских проектов с презентацией и публичной защитой).

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр, полученные в ходе проведения мероприятий текущей аттестации, оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзаменов и зачетов.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Демография	Статистики	Замечаний и предложений нет	

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ»
(Регистрационный номер № 23ДИС-009 от 10.01.2023)

на 20___/ 20___ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности (протокол № ____ от _____20___ г.).

Заведующий кафедрой,
к.соц.н., доцент И.В. Лашук

УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-экономического факультета