

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

Институт экономики и управления (ИНЭУ)

сокращенное и полное наименование института

Кафедра «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» (СОМиК)

сокращенное и полное наименование кафедры

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Экономическая социология»

наименование дисциплины

Направление подготовки

42.03.01 (031600.62) «Реклама и связи с общественностью»

код и полное наименование направления подготовки

Уровень образования

бакалавриат

бакалавриат, магистратура, специалитет

Форма обучения очная, заочная

Нижний Новгород, 2015

Введение

Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономическая социология» направления подготовки бакалавриата 0301600. 62 (42.03.01) «Реклама и связи » для всех форм обучения разработана с учетом ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «29» марта 2010 г. № 221 и в соответствии с «Положением об учебно-методическом комплексе дисциплины», утвержденного приказом ректором НГТУ № 2 от 22 апреля 2015г.

Методические указания по выполнению практических работ и самостоятельной работе по дисциплине «Экономическая социология» направления подготовки бакалавриата 031600.62 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью» для всех форм обучения содержат общую часть по выполнению практических работ по данной дисциплине и методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы для студентов.

1. Цели и задачи освоения дисциплины «Экономическая социология»

Основное внимание при разработке структуры учебной дисциплины уделяется выявлению принципиальной взаимосвязи между «методологией – теорией – методами» в процессе рассмотрения широкого круга вопросов экономической социологии. При этом общие вопросы экономической социологии рассматриваются через призму накопленного научного и исследовательского опыта. Освоение теоретического материала в предложенной форме даст возможность освоить разносторонние социально-экономические отношения.

Цель курса «Экономическая социология» является формирование у студентов систематизированных знаний научных концепций относительно фундаментальных законов и социальных механизмов, регулирующих экономические отношения и определяющих тип экономического поведения хозяйствующих субъектов в условиях рыночной среды и в профессиональной сфере.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих задач:

- дать представление о специфике отраслевой социологической науки, исследующей экономическую сферу общественной жизни, ее объекте и предмете изучения;
- познакомить с классическими зарубежными концепциями экономической социологии и историей формирования экономсоциологических идей в отечественной науке;
- рассмотреть социально-экономические аспекты развития рынка труда и занятости населения;
- определить феномен социального партнерства в трудовой сфере;
- выработать умения анализировать поведение субъектов экономической жизни.

Дисциплина «Экономическая социология» (Б3.ДВ5.1) представляет собой дисциплину по выбору вариативной части цикла БЗ. Для изучения дисциплины студенты должны иметь достаточную подготовку в области гуманитарных и социоэкономических дисциплин («Социология», «Философия», «Экономика»), математических и естественнонаучных дисциплин («Математика», «Статистика»), профессиональных («Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Социология массовых коммуникаций», «Методы социологических исследований»). Теоретические и практические знания, умения и владения, полученные в процессе изучения курса, помогут студентам при изучении следующих дисциплин: «Планирование бизнеса», «Выставочная работа», «Основы управления репутацией».

Таблица 1. Общая трудоемкость, виды занятий, форма аттестации

Семестр	Общая трудоемкость, часов (ЗЕТ)	Лекции часов	Практические занятия, часов	Лабораторные работы, часов	СРС, часов	КСР	Курсовой проект	Контрольная работа
Очная форма обучения								
Форма аттестации:зачет, (7 семестр)								
7	108(3)	18	36	-	54	-	-	-
Заочная форма обучения								
Форма аттестации:зачет (7 семестр)								
7	108(3)	8	8	-	92	-	-	-

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции:

ОК-1 - владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК-2 – умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;

ОК-3 – готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;

ОК-4 – способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;

ОК-8 - осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;

ОК-9 - обладание базовыми навыками общения, умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;

ПК-7 – обладает базовыми навыками бренд-менеджмента;

ПК-9 – обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;

ПК-22 – способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты образования.

В результате изучения дисциплины:

Бакалавр должен знать:

–классификацию методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);

– логические принципы и основные приемы аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);

– методы организации работы коллектива, теорию организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– основные положения и методы социально-экономических наук (ОК-9);

– специфику формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);

- теорию, принципы и методы построения деловых отношений, основы GR (ПК-9);
- основные элементы внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Бакалавр должен уметь:

- собирать, обобщать, обрабатывать и интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);
- аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);
- устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);
- мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Бакалавр должен владеть:

- методами сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);
- техниками и технологиями аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- навыками работы в коллективе, навыками принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- навыками оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);
- навыками общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- навыками построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

2. Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях

Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях представлен в табл. 2.

Таблица 2. Тематический план освоения дисциплины на практических занятиях студентов очного отделения

№ р-ла	Темы лекций	Код компетенции	Тема практических занятий	Трудоемкость (час.)
1	2	3	4	5
1	Тема 1.1 Тема 1.2 Тема 1.3	ОК-1,2,3,4,8,9, ПК-7,9,22	Генезис рекламы и связей с общественностью	12
2	Тема 2.1 Тема 2.2 Тема 2.3 Тема 2.4 Тема 2.5 Тема 2.6	ОК-1,2,3,4,8,9, ПК-7,9,22	Реклама и связи с общественностью как профессиональная сфера деятельности	24
Итого				36

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения индивидуальных и групповых заданий и промежуточный контроль в форме зачета, который принимает преподаватель, проводивший лекционные занятия с данными студентами.

3. Правила выполнения практических работ (заданий).

Студент должен:

- строго выполнять весь объем самостоятельной подготовки, представленный в методических указаниях по самостоятельной работе;
- выполнять на практическом занятии индивидуальные и групповые задания, предусмотренные данными методическими указаниями, по каждой теме;
- ответить на вопросы преподавателя – текущий контроль.

4. Задания и последовательность выполнения практических работ и самостоятельной работы студентов

Практическая работа № 1

Тема: Предметная область экономической социологии.

Цель: определить предметную область экономической социологии.

Задачи:

Сформировать знания:

- в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);
- в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);
- в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);
- специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);
- в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);

- в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

– собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);

– аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);

– устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);

– мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

– сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работы в коллективе, навыками принятия организационно- управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);

– общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Задание:

Вопросы для обсуждения:

1. По оглавлениям подборки журнала «Социологические исследования» (за последние два года) проанализируйте место и значение публикаций, посвященных изучению экономических проблем.

2. Как соотносятся друг с другом понятия «социология экономики» и «экономическая социология»?

3. Экономическая социология и социальная экономика: в чем различие?

4. Может ли метод экономической социологии применяться в сферах других наук: политологии, культурологии, истории?

5. Принцип методологического индивидуализма: чем отличается реализация этого принципа в экономике и социологии?

6. В чем различие содержательного и формального значения термина «экономический» согласно В.В. Радаеву?

7. Что значит рассматривать экономическое действие как форму социального и в чем различие между источниками экономической и хозяйственной мотивации?

8. На каких предпосылках строится модель экономического человека? Почему эгоизм оказывается методологически предпочтительнее альтруизма? Абстрактность моделей экономического и социального человека – преимущество или недостаток?

9. Может ли альтруистическое поведение быть рациональным?

10. Что такое рациональность и как она понимается в экономической теории и экономической социологии?

Самостоятельная работа к теме № 1 «Предметная область экономической социологии»

Темы докладов

1. Экономическая социология: основные этапы становления.
2. Междисциплинарные связи экономической социологии.
3. Предмет экономической социологии и его основная проблематика.
4. Методология экономической социологии.
5. Система категорий экономической социологии.
6. Методологические подходы к трактовке действия социальных механизмов в экономической социологии.
7. «Новая» и «старая» экономическая социология.
8. Эволюция социологических подходов к моделированию экономического действия.
9. Экономическая теория и экономическая социология: общее и отличия.
10. Методологические задачи экономической социологии.

Практическая работа № 2

Тема: Исторические этапы становления экономической социологии

Цель: рассмотреть основные исторические этапы становления экономической социологии.

Задачи:

Сформировать знания:

- в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);
- в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);
- в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);
- специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);
- в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);
- в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

- собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);
- аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

- определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);
- устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);
- мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

- сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);
- аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работы в коллективе, навыками принятия организационно- управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);
- общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Задание:

Контрольные вопросы и задания:

1. Кого считают классиками экономической социологии и почему?
2. Какие из идей М.Вебера мы можем отнести к экономико-социологическим?
3. За что Дюркгейм критиковал экономическую теорию? Какие альтернативы предложил?
4. Какой социальный механизм регулирования экономических отношений заложен в концепции К. Маркса?
5. В чем существо институционального подхода к анализу экономики («старый» институционализм, Т. Веблен, Дж. Р. Коммонс, У. Митчелл)?
6. Какие основные направления экономической социологии существуют сегодня?

Проблемные задания:

1. К. Маркс разработал социологическую концепцию общественно-исторической формации, согласно которой в основе развития исторического процесса лежит производство материальных благ. Как оценивается эта концепция современными учеными? Изложите Ваше отношение к основным идеям марксизма.
2. В научной литературе существует точка зрения, согласно которой построенный в СССР социализм не соответствовал его теоретической модели, составляющей сущность марксистского учения. Какова Ваша позиция по данному вопросу? Свой ответ аргументируйте.
3. Некоторые российские социологи считают, что марксизм – это верное учение, и открытые Марксом социально-экономические закономерности успешно воплощены в жизнь в некоторых странах Запада (например, в Швеции). Если Вы разделяете эту точку зрения, то попытайтесь обосновать ее.
4. М. Вебер, в отличие от К. Маркса, отводил решающую роль в развитии общества не способу производства материальных благ, а культуре. Сравните позиции ученых с

современными представлениями об обществе. В чем Вы видите основу общественного развития.

Самостоятельная работа к теме № 2 «Исторические этапы становления экономической социологии»

Темы докладов

1. Макс Вебер: социальные основы экономического действия.

Экономическое действие как форма социального действия. Понятие и формы рациональности. Хозяйственная организация и хозяйственный дух. Социальные и религиозные основы развития капиталистического хозяйства. Концепция средств обмена. Рациональный смысл регуляции рынка.

2. Толкотт Парсонс, Нил Смелсер: взаимосвязь хозяйства и общества.

Хозяйство как понятие функциональной подсистемы системы общества. Конкретные хозяйственные процессы, обусловленные неэкономическими факторами. Проблема институциональных изменений в хозяйстве. Структура хозяйственной мотивации. Принципы действия и стратегии действия.

3. Нил Смелсер, Ричард Сведберг: классическая традиция экономической социологии.

Определение экономической социологии как социологического взгляда на хозяйственные явления. Понятие экономического действия. Понятие экономической рациональности и смысл экономического действия. Ограничения хозяйственного действия. Контрасты экономической теории с экономической социологией.

Практическая работа № 3

Тема: Социально-экономические законы и их интерпретация

Цель: проанализировать основные социально-экономические законы.

Задачи:

Сформировать знания:

– в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);

– в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);

– в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);

– специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);

– в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);

– в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

– собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);

– аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);

– устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);

– мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

– сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работы в коллективе, навыками принятия организационно- управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);

– общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Задание:

Контрольные вопросы и задания:

1. Потребительские предпочтения и предельная полезность в условиях общества ускоренного потребления.

2. Как реализуется закон возрастания потребностей?

3. Закон убывающей предельной производительности и эффект масштаба производства – аксиома?

4. Как реализуется закон разделения труда?

5. Как реализуется закон ускорения истории?

6. Приведите аргументы «за» и «против» нижеприведенным высказываниям: Государство – расточительный паразит, оно по природе своей склонно извлекать из общества больше ресурсов, чем может произвести, причем использует эти ресурсы неэффективно. Государственные чиновники намного менее производительны, чем частные предприниматели, приоритеты государства искажаются под давлением политических интересов (Адам Смит, Мизес, Хайек). Маркс: Рынок – по своей природе порождает неравенство и отчуждение. Государство – инструмент господствующего класса, с помощью идеологии навязывающий обществу представление о том, что существующие хозяйственные механизмы являются естественными и неизбежными.

Самостоятельная работа к теме № 3 «Социально-экономические законы и их интерпретация»

Темы докладов

1. Особенности основных общесоциологических и конкретных экономических законов, определяющих социальную сущность экономических процессов в жизни общества.

2. Сущность социальных отношений в экономической сфере жизнедеятельности. Экономическое поведение, его виды и особенности формирования в различных социально-экономических условиях.

3. Связь экономического поведения и экономического сознания. Факторы формирования экономического сознания.

4. Виды групп. Классификация социальных групп и социальных общностей. Социальные институты и их виды в сфере экономики и финансов.

Практическая работа № 4

Тема: Экономическое поведение: сущность, социальные основы, формы проявления.

Цель: проанализировать особенности экономического поведения.

Задачи:

Сформировать знания:

– в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);

– в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);

– в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);

– специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);

– в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);

– в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

– собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);

– аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);

– устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);

– мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

– сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работы в коллективе, навыками принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);

– общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Задание:

Контрольные вопросы и задания:

1. Как соотносятся экономическое и социальное действия?
2. Что означает структурная укорененность («встроенность») экономического действия?
3. Каковы принципы построения модели экономико-социологического человека?
4. Какое действие следует считать рациональным?
5. Что означает понятие множественной рациональности?
6. Какие элементы определяют стратегию действия?
7. Каковы основные принципы социологического анализа модели «homo economicus»?
8. «Социология рационального выбора» Дж. Коулмена.

Проблемные задания:

1. Известно, что в любой социальной организации на основе ее формальной структуры возникает и функционирует система неформальных связей и отношений. Существует несколько точек зрения на место и роль неформальной структуры в социальной организации, в том числе: 1) неформальная структура затрудняет деятельность формальной группы; 2) неформальная структура повышает эффективность социальной организации, компенсируя недостатки формальной структуры; 3) неформальная структура не оказывает никакого воздействия на формальную структуру организации. Какую из приведенных выше позиций Вы разделяете? Если Ваше мнение не совпадает ни с одной из них, изложите его.

2. Интегральной характеристикой эффективности управления организации является ее управляемость. Объясните, что понимается в социологии под «управляемостью организации». От каких факторов зависит управляемость организации? Какие меры Вы могли бы предложить для повышения управляемости организации, в которой Вы работаете?

3. В социологии бюрократия нередко оценивается как элемент высшего типа рациональной организации. В то же время в обыденной жизни термин «бюрократ» приобрел негативный оттенок. Чем объяснить это противоречие? Какие сильные и слабые стороны бюрократии как управленческой организации Вам известны? Чем отличается бюрократия как идеальный тип управления на современном этапе развития общества от традиционного и харизматического?

4. Деятельность по управлению включает в себя не только вертикальные отношения руководства – подчинения. Организации присуще и самоуправление, которое выступает в форме коллективного управления или участия рядовых членов организации в выработке управленческих решений. Как Вы оцениваете роль самоуправления в организации? Не ведет ли оно к снижению уровня профессионализма в управлении? Свой ответ аргументируйте.

Ситуационная задача 1

Задание: на конкретном примере составить схему экономического поведения – определить цели субъекта, используемые экономические ресурсы, степень рациональности, лимиты рационального выбора, риски.

Ситуационная задача 2

Задание: дать сравнительную характеристику социально-экономических условий и моделей экономического поведения в поздний советский период, в 1990-е и 2000-е гг. в России.

Самостоятельная работа к теме № 4 «Экономическое поведение: сущность, социальные основы, формы проявления»

Темы докладов:

1. Сущность и структура экономического поведения.
2. Принцип рациональности экономического поведения.
3. Человеческий капитал. Социальный капитал. Символический капитал.

Политический капитал.

4. Конвертация капиталов: механизмы и динамика.
5. Особенности экономического поведения.
6. Виды экономических рисков и их последствия.
7. Основные поведенческие стратегии субъектов экономического риска.
8. Национальные особенности экономического поведения.

Практическая работа № 5

Тема: Экономическая культура как регулятор экономического поведения.

Цель: рассмотреть экономическую культуру как регулятор экономического поведения.

Задачи:

Сформировать знания:

– в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);

– в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);

– в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);

– специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);

– в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);

– в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

– собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);

– аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);

– устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);

– мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

– сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работы в коллективе, навыками принятия организационно- управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);

– общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Задание:

Контрольные вопросы и задания:

1. Что принято понимать под экономической культурой?
2. Перечислите составляющие экономической культуры?
3. Перечислите и покажите, как проявляют себя основные функции экономической культуры?
4. Какие основные черты отличают хозяйственную идеологию?
5. Назовите три уровня воспроизводства хозяйственной идеологии?
6. Перечислите и охарактеризуйте основные типы хозяйственной идеологии, найдите сходства и различия.
7. Типология потребительского поведения. Факторы, влияющие на потребительское поведение.

Групповое задание:

Составьте программу и инструментарий социологического исследования, предметом которого является потребительское поведение.

Самостоятельная работа к теме № 5 «Экономическая культура как регулятор экономического поведения»

Темы докладов:

1. Соотношение экономической культуры и экономического поведения.
2. Особенности экономической культуры как механизма, регулирующего экономическое поведение.
3. Социальные последствия рыночных преобразований.
4. Особенности российской экономической культуры и ее взаимосвязь с экономическими преобразованиями.
5. Экономическое поведение разных социальных групп в переходном российском обществе.

6. Отношение к деньгам и финансовое поведение различных социальных групп

Практическая работа № 6

Тема: Социальная стратификация.

Цель: получение студентами интегративного знания относительно социальной стратификации.

Задачи:

Сформировать знания:

– в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);

– в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);

– в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);

– специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);

– в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);

– в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

– собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);

– аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);

– устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);

– мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

– сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работы в коллективе, навыками принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);

– общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных

структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Задание:

Контрольные вопросы и задания:

1. Как, пользуясь четырьмя критериями неравенства, построить стратификационную модель общества?
2. Что представляет собой социально-экономическая стратификация?
3. Проанализируйте действие объективных и субъективных оснований социально-экономической стратификации?
4. Почему как объективные, так и субъективные основания социально-экономической стратификации проявляются как различия относительные?
5. Перечислите и проанализируйте общие типы социально-экономических групп.
6. Охарактеризуйте по предложенным признакам конкретные социально-экономические группы.
7. Сравните пирамидальный и ромбический типы социально-экономической структуры общества, перечислите их основные различия.
8. Почему бедность и богатство социально относительны?
9. В каких категориях общественного мнения можно описать субъективные характеристики социально-экономических групп?
10. Попробуйте охарактеризовать конкретные социально-экономические группы, используя предложенные категории общественного мнения.
11. В чем вы видите ограниченность классических теорий для анализа социальной структуры современного российского общества?
12. Дайте общую характеристику профиля социальной стратификации современного общества? В чем его отличие, по вашему мнению, от профиля социальной стратификации советского общества?
13. Приведите примеры использования различных подходов к анализу стратификационной системы российского общества.
14. Что такое ресурсный подход? Кто из отечественных социологов его разрабатывает? Какие результаты он дает для более реалистичного представления социальной стратификации российского общества?

Самостоятельная работа к теме № 6 «Социальная стратификация»

Темы докладов:

1. Власть как фактор социального неравенства: теоретический и практический аспекты.
2. Типы стратификации в истории человечества.
3. Правящая элита: понятие и интерпретация в различных теориях.
4. Бедность и богатство как объект изучения в теориях социального неравенства.
5. Социальное неравенство в постиндустриальном обществе.
6. Глобальные проблемы социального неравенства как предмет дискуссий современной социологии.

Практическая работа № 7

Тема: Социология предпринимательства.

Цель: рассмотреть предпринимательство как социальный институт.

Задачи:

Сформировать знания:

- в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);
- в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);
- в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);
- специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);
- в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);
- в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

- собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);
- аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);
- устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);
- мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

- сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);
- аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работы в коллективе, навыками принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);
- общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Контрольные вопросы и задания:

1. Подходы к определению предпринимательского поведения и предпринимательской функции.
2. Факторы предпринимательского дохода.

3. Неопределенность как ключевое условие предпринимательской деятельности.
4. Содержательная интерпретация «фактора успеха».
5. Наиболее типичные профили и соответствующие им модели предпринимательского поведения.
6. Модели предпринимательского поведения в зависимости от ценностей и приоритетов, составляющих его основу.
7. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России.

Самостоятельная работа к теме № 7 «Социология предпринимательства»

Темы докладов:

1. Исторические и социальные корни предпринимательского духа (М. Вебер, В. Зомбарт).
2. Социально-психологический портрет предпринимателя (И. Шумпетер).
3. Концепция предпринимательства Ф. Найта.
4. Мотивация предпринимательской деятельности.
5. Социальный портрет современного предпринимателя.
6. Этническое предпринимательство.
7. Определение социального портрета современного российского предпринимателя на основе вторичного анализа эмпирических данных.

Практическая работа № 8

Тема: Рынок труда и регулирование занятости населения.

Цель: рассмотреть закономерности функционирования рынка труда.

Задачи:

Сформировать знания:

- в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);
- в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);
- в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);
- специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);
- в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);
- в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

- собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);
- аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);

– устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);

– мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

– сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);

– работы в коллективе, навыками принятия организационно- управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);

– оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);

– общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Контрольные вопросы и задания:

1. Перечислите основные элементы социальных отношений в сфере занятости.
2. Назовите и охарактеризуйте основные виды занятости.
3. Опишите особенности занятости в современном российском обществе.
4. Какие социально-демографические группы испытывают трудности в сфере занятости?
5. Каковы признаки профессии как социального явления?
6. Охарактеризуйте главные направления профессиональной ориентации.
7. Что собой представляет безработица и каких видов она бывает?
8. Какие социальные особенности безработицы изучает экономическая социология?
9. Дайте определение социально-трудовой мобильности и назовите ее типы.
10. Какие функции в обществе выполняет социально-трудовая занятость?

Групповое задание

Составьте программу социологического исследования по изучению проблем занятости в регионе.

Самостоятельная работа к теме № 8 «Рынок труда и регулирование занятости населения»

Темы докладов:

1. Социальные механизмы заполнения рабочих мест.
2. Роль социальных связей и культуры труда (М. Грановеттер и др.).
3. Поведение безработных на рынке труда.
4. Регулирование рынка труда и политика занятости.

Практическая работа № 9

Тема: Социальное партнерство и трудовые конфликты в системе трудовых отношений.

Цель: рассмотреть социальное партнерство и трудовые конфликты в системе трудовых отношений.

Задачи:

Сформировать знания:

- в области классификации методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия социально-экономической информации (ОК-1);
- в области логических принципов и основных приемов аргументации в анализе социально-экономических процессов, осознавать социальную ценность будущей профессии (ОК-2,8);
- в области методов организации работы коллектива, теории организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- в области основных положений и методов социально-экономических наук (ОК-9);
- специфики формирования и развития бренда в различных социально-экономических областях (ПК-7);
- в области теории, принципов и методов построения деловых отношений, основ GR (ПК-9);
- в области основных элементов внутренних коммуникаций, методики создания благоприятного психологического климата в коллективе, приемы мотивации (ПК-22).

Сформировать умения:

- собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);
- аргументированно и логично анализировать социально-экономические процессы, мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работать и избегать конфликтных ситуаций в коллективе, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- определять основные элементы бренд-коммуникационной стратегии (ПК-7);
- устанавливать и поддерживать деловые и межличностные отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур (ПК-9);
- мотивировать сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Сформировать навыки:

- сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);
- аргументированного и логичного анализа социально-экономические процессы, приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности (ОК-2,8);
- работы в коллективе, навыками принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-3,4);
- оценки влияния бренд-коммуникаций на общественное мнение (ПК-7);
- общения, установки, поддержки и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– построения внутренних коммуникаций, приемами мотивирования сотрудников на активную деятельность и повышение квалификации (ПК-22).

Контрольные вопросы и задания:

1. Какое поведение следует считать трудовым конфликтом?
2. Проанализируйте основные группы причин трудовых конфликтов.
3. Кто выступает субъектами трудового конфликта? Как они себя ведут?
4. Перечислите и охарактеризуйте основные типы трудовых конфликтов.
5. Каких правил должны стараться придерживаться конфликтующие стороны?
6. Перечислите возможные варианты поведения сторон в конфликте.

Перечислите их достоинства и недостатки.

7. Какие формы разрешения трудового конфликта используются на практике?
8. Почему переговоры считаются наиболее конструктивным способом преодоления конфликта?

Тестовые задания:

Блок А Контрольные вопросы единичного выбора ответов

- 1 Кто выступает главными партнерами социального сотрудничества:
 - а) предприниматели, профсоюзы, государство;
 - б) граждане, партии, государство;
 - в) экономически активное население и экономически неактивное население;
 - г) все ответы правильные.
- 2 На каком уровне разрабатываются генеральные соглашения:
 - а) региональном;
 - б) отраслевом;
 - в) государственному;
 - г) уровне предприятия.
- 3 На каких предприятиях происходит заключение коллективного договора как правового акта:
 - а) государственных;
 - б) частных;
 - в) на всех предприятиях независимо от формы собственности и хозяйствования;
 - г) предприятиях смешанной формы собственности.
- 4 Какие из следующих категорий характеризуют содержание Генерального соглашения:
 - а) минимальные социальные гарантии оплаты труда;
 - б) достижение всеобщего и прочного мира на основе социальной справедливости;
 - в) ответственность сторон и их представителей за невыполнение коллективных договоров и соглашений;
 - г) заинтересованность сторон в участии в договорных отношениях.
- 5 Положительное решение трудового конфликта включает:
 - а) субъективные характеристики сторон конфликта;
 - б) объективные и субъективные причины конфликта;
 - в) масштабы конфликта и его продолжительность;
 - г) все ответы правильные.
- 6 Какая из приведенных характеристик может быть причиной сотрудничества профсоюзов между собой:
 - а) помощь при решении трудового конфликта;
 - б) оговорки возникновения конфликта;
 - в) материальные выгоды;
 - г) моральное удовлетворение.

7 В какого типа противоречий относятся конфликты, возникающие при повышении заработной платы без достаточных на то оснований:

- а) несовместимость;
- б) деловые разногласия;
- в) ролевые противоречия;
- г) проблемы распределительных отношений.

8 предметом трудового договора на предприятии не может быть:

- а) жилищно-бытовое, культурное обслуживание работников;
- б) медицинское обслуживание и оплата труда;
- в) организация оздоровления и отдыха работников;
- г) материальная помощь.

10 Какая из позитивных функций конфликта стимулирует внедрение изменений на предприятии:

- а) информационная;
- б) социализации;
- в) инновационная;
- г) психологическая.

Блок Б Контрольные вопросы множественного выбора ответов

1 Название главные предпосылки развития социального партнерства:

- а) формирование трудового законодательства и институтов гражданского общества;
- б) участие наемных работников в управлении предприятием, проведения коллективных переговоров;
- в) обеспечение реализации социально ориентированной экономической политики;
- г) создание организаций, представляющих интересы наемных работников - профессиональных союзов

2 Социально партнерство - это совместная деятельность правительства, предпринимателей и профсоюзов, направленная на согласования интересов и решения проблем в:

- а) социальной деятельности;
- б) экономической деятельности;
- в) производственной деятельности;
- г) юридической деятельности.

3 Средства разрешения конфликтов в рамках социального партнерства:

- а) ликвидация частной собственности на средства производства;
- б) компромисс;
- в) согласование интересов работодателей и наемных работников;
- г) согласование интересов профессиональных союзов и работодателей.

4 Какие проблемы могут быть предметом соглашений на национальном уровне:

- а) максимальная продолжительность рабочей недели;
- б) требования к организации и нормирования труда;
- в) охрана труда и окружающей среды;
- г) удовлетворение духовных потребностей населения.

5 Какие из приведенных характеристик наиболее полно отражают предмет отраслевой и региональной сделки:

- а) взаимные обязательства сторон по выполнению соглашений;
- б) формы и системы оплаты труда;
- в) требование к организации и нормирования труда;
- г) система контроля за выполнением соглашений

6 Реорганизация как форма решения трудового конфликта - это:

- а) решение в пользу большинства, удовлетворение интересов сильной в социальном отношении стороны;

- б) изменение организационно-трудового порядка, вызвавшего конфликт;
- в) переход от состояния бесполезной вражды в состояние переговоров;
- г) борьба за договоренности конфликтующих сторон

7 Сотрудничество социальных партнеров осуществляется в форме:

- а) консультаций;
- б) конференций и симпозиумов;
- в) лекций и практикумов;
- г) переговоров.

8 В основу трудового конфликта заложены следующие типы противоречий:

- а) сложность функционального взаимодействия;
- б) несовместимость;
- в) фактические потери времени;
- г) проблемы распределительных отношений.

Самостоятельная работа к теме № 9 «Социальное партнерство и трудовые конфликты в системе трудовых отношений»

Темы докладов:

1. Рестрикционизм и оппортунизм в структуре трудового поведения.
2. Система отношений работник-работодатель в структуре производственного поведения.
3. Инновационное трудовое поведение.
4. Взаимоотношения «работодатель-работник» в рамках транзакционного анализа.
5. Контрактно-интерактивная природа экономических действий.

7. Требования и процедура выставления окончательной оценки студенту по работе и порядок выполнения пропущенных работ по уважительным и неуважительным причинам

Текущий контроль знаний проводится с помощью сдачи контрольных работ, эссе, выполнения индивидуальных и групповых заданий на занятии.

Для подготовки к промежуточной аттестации (зачет) студентам необходимо выполнить все контрольные работы, выполнять индивидуальные и групповые задания и регулярно посещать практические занятия. Промежуточная аттестация (зачет) проводится по вопросам.

Вопросы к зачету

1. Экономическая и социальная сферы общества: сущность и взаимосвязь. Развитие экономики как социальный процесс.
2. Предметная область экономической социологии.
3. Система категорий экономической социологии.
4. Сущность классовой теории К. Маркса.
5. Вклад М. Вебера в становление экономической социологии.
6. Социология Г. Веблена.
7. Теория экономического равновесия В. Парето.
8. Понятие социального пространства у П. Сорокина.
9. Этапы становления экономической социологии в России.
10. Социально-экономические законы и их реализация.
11. Социологический анализ основных характеристик экономического поведения.
12. Экономическое действие как разновидность социального действия.
13. Типы и виды экономического поведения.
14. Мотивационная структура и регуляторы экономического поведения в моделях «экономического и «социологического» человека.

15. Сущность и особенности экономической культуры общества, ее структурные элементы.
16. Функции экономической культуры общества.
17. Особенности экономической культуры стран с развитой экономикой.
18. Проблемы становления рыночной экономической культуры в России.
19. Проблемы формирования среднего класса в России.
20. Новые тенденции социальной и экономической мобильности.
21. Развитие представлений о предпринимательстве.
22. Социальный портрет современного российского предпринимателя. Капиталистический хозяйственный дух.
23. Понятие рынка труда. Особенности формирования и функционирования рынка труда в России.
24. Сущность безработицы, ее типы и виды. Социально-экономические последствия безработицы.
25. Понятие занятости. Типы занятости.
26. Понятие «социальное партнерство» в трудовой сфере.
27. Система и стороны социального партнерства.
28. Объективные предпосылки возникновения социального партнерства в России.
29. Сдерживающие обстоятельства развития социального партнерства в России, нормативно-правовая база социального партнерства в России.
30. Профсоюзы как субъект социального партнерства.
31. Работодатели как субъекты социального партнерства.
32. Коллективные переговоры и коллективный договор.

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающегося содержится в УМКД № ___ по дисциплине «Основы социального проектирования» утвержденного «_» ___2015

Список литературы

№	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляро в библиотеке
1 Основная литература		
1	Осипова Е. А., Орлова И. В., Соколова И. В. Социология массовых коммуникаций: Учебник. - М. : Академия, 2014. - 400 с.	5
2	Алексеев С.В. Конфликтология :Учеб.пособие для бакалавров. - М. : Проспект, 2013. - 171	9
3	Белова О.Н. Социология: учебное пособие. – Н.Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2012. – 132 с.	Эл.рес урс
4	Карпова Н. В., Схиртладзе А. Г., Борискин В. П. Экономика и социология труда: теория и практика :Учеб.пособие. - Старый Оскол : ТНТ, 2014. - 144 с.	5
5	Одегов Ю. Г., Лабаджян М. Г.Кадровая политика и кадровое планирование : Учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2014. - 445 с.	5
2 Дополнительная литература		
2.1 Учебные и научные издания		
1	Лукиянчук И. Н., Ульяновская О. А. Человек и его потребности. Сервисология: Учебник. - М.: Академия, 2012. - 270 с.	2
2	Казаков, М.А. Региональные элиты и национальные интересы современной России. Н.Новгород , 2012. - 146 с.	1

3	Епархина О.В. Социология общественного мнения : Учебник. - М. : Академия, 2013. - 240 с	2
4	Зарецкий А. Д, Иванова Т. Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика : Учеб. пособие. - Краснодар : [Б.и.], 2013. - 280 с.	20
5	Лебедко М. П., Ширяева Т. Ю., Васильева Т. О. Менеджмент в некоммерческих организациях : Курс лекций. - СибУПК. - Новосибирск : [Б.и.], 2014. - 131 с.	1

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,
необходимых для освоения дисциплины**

Ресурсы системы федеральных образовательных порталов:

1. Федеральный портал. Российское образование. <http://www.edu.ru/>
2. Российский образовательный портал. <http://www.school.edu.ru/default.asp>
3. Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент.

<http://ecsocman.hse.ru/>

Научно-техническая

библиотека

НГТУ

<http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl.html>

Электронные библиотечные системы

Электронный каталог книг <http://library.nntu.nnov.ru/>

Электронный каталог периодических изданий <http://library.nntu.nnov.ru/>

Госты Нормы, правила, стандарты и законодательство России

<http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/resyrs/norma.htm>

Персональные библиографические указатели ученых НГТУ

http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl_ych.html

Доступ онлайн

Электронная

библиотека

eLIBRARY.RU

<http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/news.html>

Центр дистанционных образовательных технологий НГТУ

Электронная библиотека:

<http://do.gendocs.ru/docs/index-240368.html>

<http://www.intuit.ru/studies/courses/12247/1179/lecture/19715?page=2>