

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан социологического факультета МГУ
_____/Н.Г. Осипова/
« ____ » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Социальные технологии»

«Social technologies»

Уровень высшего образования:
Бакалавриат

Направление подготовки:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль:

Маркетинг

Форма обучения:

очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

На заседании Учёного Совета факультета

(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с ФГОС для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности 38.03.02 «Менеджмент» (программы бакалавриат) в редакции приказа Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016 г. N 7 с изменениями и дополнениями от: 20 апреля 2016 г., 13 июля 2017 г.

Годы приёма на обучение: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части, 5 семестр.
2. Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия: освоение дисциплин: «Социология», «Основы менеджмента», «Управление человеческими ресурсами».
3. Результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников.

| Компетенции выпускников (коды) | Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с компетенциями |
|---|--|
| ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений | ЗНАТЬ: ключевые инструменты и факторы внедрения технологических и продуктовых инноваций Код 32 (ПК-6) УМЕТЬ: реализовывать проект (отдельные этапы) по внедрению технологических и продуктовых инноваций Код У1 (ПК-6) |
| ПК-8: владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений | УМЕТЬ: применять методы прогнозирования (сценарное планирование, форсайт, креативная сессия) для оценки востребованности технологических, продуктовых инноваций Код У1 (ПК-8) УМЕТЬ: разрабатывать дорожную карту при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений Код У 2 (ПК-8) |
| СПК 2: способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения в области маркетинга с учётом их социальной значимости | Уметь: разрабатывать тактические и стратегические маркетинговые решения с опорой на социально-гуманитарное и социально-экономическое знание Код У1 (СПК-2) Уметь: оценивать последствия принимаемых управленческих решения в сфере маркетинга Код У1 (СПК-2) |

4. Формат обучения: очная.

5. Объём дисциплины составляет 3 з.е., в том числе 54 академических часа, отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем, 54 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:

| Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины, Форма промежуточной аттестации по дисциплине | Всего (часы) | В том числе | | | |
|---|--------------|---|---------------------------|----------|---|
| | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы |
| | | Занятия лекционного типа | Занятия семинарского типа | Всего | |
| <u>Раздел 1. Теоретико-методологические основы социальных технологий</u> | 12 | 1 | 3 | 4 | 8 |
| Тема 1. Понятие и содержание социальных технологий | | | | | |
| Тема 2. Социальные технологии и глобализация | 12 | 1 | 3 | 4 | 8 |
| <u>Раздел 2. Социальные технологии управления политическими, экономическими и социальными процессами</u> | 14 | 2 | 4 | 6 | 8 |
| Тема 3. «Цветные», «бархатные» революции как социальные технологии смены политических режимов | | | | | |
| Тема 4. Социальные технологии в экономической сфере | | | | | |
| Тема 5. Проблемное поле социальных технологий и особенности современной социальной практики | 13 | 2 | 3 | 5 | 8 |

| | | | | | |
|---|------------|---|-----------|----------|-----------|
| <u>Раздел 3. Социальное прогнозирование и проектирование</u> | | | | | |
| Тема 6. Технологии социального прогнозирования. Форсайт | 15 | 2 | 4 | 6 | 9 |
| Тема 7. Технология социального проектирования и внедрения инноваций. Социальная экспертиза | 13 | 2 | 3 | 5 | 8 |
| <u>Раздел 4. Управленческие социальные технологии</u> | | | | | |
| Тема 8. Технологии в сфере бизнеса и управления. Технологии повышения эффективности организации | 14 | 2 | 4 | 6 | 8 |
| Тема 9. Социальные технологии управления поведением потребителя | 14 | 2 | 3 | 5 | 9 |
| Раздел 4. Социальные технологии в информационном обществе | 12 | 1 | 3 | 4 | 8 |
| Тема 10. Социальные медиа и цифровые платформы | | | | | |
| Тема 11. Технологическая революция 4.0: как будет меняться общество и человек? High-hume technologies | 12 | 1 | 3 | 4 | 8 |
| Промежуточная аттестация (зачёт) | | | | | |
| Итого | 108 | | 54 | | 54 |

Содержание учебной дисциплины:

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социальных технологий

Тема 1. Понятие и содержание социальных технологий

Понятие «социальная технология». Проблемы изучения социальных технологий: отсутствие единого толкования понятия социальной технологии, отрыв от широкого контекста социальной инженерии, низкий уровень институционализации социальных технологий.

Основные подходы к определению сущности и специфике социальных технологий: эпистемологический, деятельностный, инструментальный, утилитарный. Характеристики социальных технологий. Первый «технологический» признак – это разделение, разграничение деятельности на внутренние взаимосвязанные этапы, фазы и операции. Вторым признаком – поэтапность действий, направленных на достижение искомого результата. Третьим признаком – однозначность выполнения включенных в технологию процедур и операций.

Классификация социальных технологий. *По масштабам решаемых социальных проблем:* универсальные и частные технологии. *По степени новизны:* инновационные и традиционные (рутинные) технологии. *По сферам жизнедеятельности людей:* экономические, политические, духовно-культурные, технологии управления социальными процессами. *По уровню социальной деятельности (по масштабу объекта):* глобальные технологии, национальные, государственные, региональные, муниципальные. *По характеру воздействия на социальные процессы:* формирующие социальные технологии, стимулирующие, сдерживающие, разрушающие. *По времени действия:* краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные. *По характеру и содержанию используемых средств:* организационно-распорядительные и административные социальные технологии, медико-социальные, психологические, педагогические и т.д. *По изменениям в социальной системе:* прогрессивные и регрессивные. *По степени воздействия:* высокоэффективные, среднеэффективные, низкоэффективные.

Исторические предпосылки и социокультурные основы формирования и развития социальных технологий как механизма социального управления. Разработка принципов регулирования социальных отношений и процессов, конструирования социального порядка, осуществления общественных преобразований.

Концептуализация научных основ социальных технологий в рамках социологических и психологических теорий. Влияние идей классического позитивизма, структурного функционализма, системной теории, герменевтической социологии на обоснование принципов целенаправленного воздействия на социальные процессы и методов общественных преобразований.

Технологизация социальной практики в XX веке: основные факторы и тенденции. Тейлоризм и доктрина человеческих отношений. Социальная инженерия. Идеи К. Поппера.

Развитие теории и практики социальной инженерии в России. Работы Гастева А.К. Витке Н.А. Применение социоинженерных методов для проектирования организационных структур и преобразования институтов и систем. Социологическая диагностика и социальная инженерия. Основные положения теорий Батыгина Г.С., Пригожина А.И., Сазонова Б.З. Вклад в развитие социальной инженерии А.К. Зайцева, В.В. Щербины, А.И. Кравченко, В.С. Дудченко, Ж.Т. Тощенко и др.

Тема 2. Социальные технологии и глобализация

Основные тенденции социального развития современного общества. Глобализация и ее социальные последствия. Глобальные проблемы в системе «человек-природа» и «человек-общество». Проблемы исчерпания и распределения сырьевых и энергетических ресурсов, предотвращения экологической катастрофы, техногенных катастроф, мировых войн, ликвидации голода, преодоления отсталости стран «третьего мира», ликвидации опасных заболеваний, формирования эффективной демографической политики, освоения космического пространства и мирового океана и т.д.

Глобализация (вестернизация, американизация, «макдональдизация» (Дж. Ритцер)). Развитие сети коммуникаций (интернет), транспорта, связи. Развитие информационных технологий и их противоречивое влияние на характер социальных изменений. Усиление взаимозависимостей: экономических, технологических, политических, финансовых, культурных. Появление экономических, политических, экологических, культурных и др. организаций наднационального характера. Увеличение мобильности. Как следствие, единообразие, униформизация мира.

Деятельность Римского клуба. Доклады Римского клуба: «Пределы роста», «Мировая динамика», «За пределами роста» и др. Проблема исчерпания минеральных природных ресурсов, снижения промышленного производства, демографические последствия. Разрыв между «богатым Севером» и «бедным Югом».

Последствия глобализации. Увеличение разрыва между развитыми и развивающимися странами. Проблема безработицы в развитых странах. Глобальные корпорации как основной игрок на международном рынке. Сокращение издержек производства и сбыта как базовая причина переноса производства. «Теневая» сторона корпоративной социальной ответственности. Функционирование зон экспортного производства. Уход от налогов (оффшорная деятельность). «Грязный секрет капитализма» (И. Валлерстайн). Экологические последствия глобализации бизнеса. Изменение соотношения материальных и нематериальных активов организаций. Глобализация как фактор развития брендинга. Универсализация потребностей, единообразие потребительского поведения.

Раздел 2. Социальные технологии управления политическими, экономическими и социальными процессами

Тема 3. «Цветные», «бархатные» революции как социальные технологии смены политических режимов

«Цветные революции» как новый тип политических технологий по смене политической власти, как высокотехнологичный продукт эпохи глобализации, который стал возможен только по достижению обществом определенного уровня развития во всех сферах (науке, экономике, средствах связи и коммуникации). Цветные революции как «симулякр» революции – как комплекс процессов, имитирующих социально-политическую революцию. «Ненасильственный» перехват власти у правительства, которое не решается ею воспользоваться или останавливается перед употреблением легитимного насилия (разгон несанкционированных митингов, протестных шествий).

Технология цветной революции: формирование в стране организованного протестного движения; создание инцидента, вызывающего широкий резонанс (событие, шокирующее общество: фальсификация итогов выборов, акты самосожжения); выведение недовольных людей на улицы (использование информационных технологий); формирование политической толпы (большая площадь, где размещается массы народа); выдвижение ультимативных требований к власти.

Цвета и символы цветных революций. Схожесть сценария «цветных революций»: бульдозерная революция в Югославии, революция роз в Грузии, оранжевая революция в Украине, революция тюльпанов в Киргизии. Революция и новые информационные технологии. «Twitter» - революции как новый тип технологий смены политических режимов (Молдавия 2009, Иран 2009, Тунис 2010-2011, Египет 2011, Евромайдан 2013-2014).

Тема 4. Социальные технологии в экономической сфере

Форсайт. Форсайт как инструмент формирования приоритетов и мобилизации большого количества участников для достижения качественно новых результатов в сфере науки, технологий, экономики, общества. Будущее нельзя предвидеть, к будущему надо быть готовым. Форсайт – это система методов экспертной оценки стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития, выявления технологических прорывов, способных оказать воздействие на экономику и общество в средне- и долгосрочной перспективе. Отличие от прогнозирования: нацеленность на разработку практических мер по приближению выбранных стратегических ориентиров; участие экспертов из всех сфер деятельности, связанных с тематикой конкретного Форсайт-проекта (иногда с привлечением широких групп населения); комплексный прогноз и оценка перспектив инновационного развития (очерчивание технологических горизонтов и выявление вероятных эффектов для экономики и общества с увязкой по имеющимся ресурсам).

«Новая индустриализация» как стратегия развития России. Промышленные революции. Третья промышленная революция. Дж. Рифкин: слияние интернет-технологий и возобновляемых источников энергии как основа для создания новых рабочих мест и новых типов организации. Специфика промышленно-технологической революции 4.0. - всё большая роботизация производства и, как следствие, радикальное изменение специфики производственных организаций. Появление «безлюдных» фабрик, управляемых несколькими операторами. Автоматизация производственных процессов и сокращение миллионов рабочих мест. Децентрализация, появление самоуправляемых организационных структур (переход от классической пирамиды к гибким, холмообразным структурам). Конвергенция промышленности и IT, появление 3D принтеров, позволяющих производить товары мелкими сериями (для себя), что приводит к удешевлению производства (и радикальному преобразованию самого производственного процесса). Перенос акцентов с производства на проектирование, где производится добавленная стоимость как характерная черта современной экономики. Цифровая экономика.

Тема 5. Проблемное поле социальных технологий и особенности современной социальной практики

Ограниченность технологизации социального мира. Ограничения рационализации как технологически организованного проекта (ограничения информации, отказ от работы с альтернативными стратегиями, дефицит времени и т.д.). Не принятое во внимание локальных социальных условий реализации проекта. Множество побочных эффектов технологизации. Своеобразие социокультурной среды реализации проекта (ценности, нормы, верования, отношение к природе, к работе, отношение ко времени и т.д.).

Социальная защита, социальная безопасность и стабильность как нормативные идеалы современного общества и как стратегические цели социального управления. Социальная политика. Субъекты социальной политики: государство, бизнес и организации третьего сектора.

Государство как субъект социальной политики. Модели социальной политики: скандинавская, континентальная, либеральная. Социальная ситуация в современной России и выбор модели социальной политики. Социальные индикаторы эффективности реализации социальной политики. Социальные реформы в России: проблемы реализации. Приоритетные направления развития России. Национальные проекты и специфика их осуществления. Реформы ЖКХ, сельского хозяйства и агропромышленного комплекса, реформы здравоохранения и образования. Эффективность реформ и противоречия практики государственного социального управления.

Коммерческие и некоммерческие организации как субъекты управления социальной сферой. Социальная ответственность бизнеса. Социальная ответственность организации включает в себя обязательства перед потребителями, перед персоналом, обязательства восполнения вреда, нанесенного экологии местности вследствие функционирования организации, обязательства развития инфраструктуры местности. Основные подходы к социальной ответственности, уровни социальной ответственности бизнеса. Внутренняя социальная ответственность: создание привлекательных рабочих мест, стабильная выплата достойной заработной платы, охрана и безопасность труда, дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников, обучение персонала, оказание помощи сотрудникам в кризисной ситуации, эффективное ведение бизнеса для роста добавленной экономической стоимости и благосостояния своих акционеров. Внешняя социальная ответственность: соблюдение законодательства, спонсорство и корпоративная благотворительность, взаимодействие с местным сообществом и местной властью, содействие охране окружающей среды, выпуск качественной продукции и услуг. Мотивы социальной ответственности. Инструменты реализации социальной ответственности. «Теневая» сторона социальной ответственности.

Организации третьего сектора как субъекты реализации социальной практики. Признаки НКО, требования к созданию. Формы создания НКО. Поддержка НКО органами власти. Основные направления деятельности НКО в социальной сфере. 1. Оказание «неотложной социальной помощи»: оказание помощи социально слабо защищенным группам населения (инвалидам, детям-сиротам, пожилым), развитие сети различных видов организаций социального обслуживания населения, поддержка вынужденных переселенцев. 2. Социальная реабилитация: социальная реабилитация инвалидов, лиц, пострадавших от насилия, развитие новых социальных технологий поддержки семьи, помощь членам семей погибших военнослужащих и др. 3. Профилактика социальных проблем: программы расширения занятости (для молодежи, женщин, имеющих малолетних детей, инвалидов), решение проблем детской безнадзорности, «социального сиротства», программы поддержки новых форм семейного воспитания сирот (патронат), профилактика социального неблагополучия в целом.

Раздел 3. Социальное прогнозирование и проектирование

Тема 6. Технологии социального прогнозирования. Форсайт

Аналитические социальные технологии и их особенности. Технологии социального прогнозирования и социального проектирования как ключевые аналитические технологии. Прогнозирование как формирование научно обоснованного предположения о

возможных состояниях рассматриваемого объекта в будущем и сроках их достижения. Прогноз и виды прогнозов. Поисковые и нормативные прогнозы. Социальное прогнозирование как определение вариантов развития и выбор наиболее приемлемого, оптимального, исходя из ресурсов, времени и социальных сил, способных обеспечить их реализацию. Основные методы социального прогнозирования: экстраполяция, моделирование, метод экспертных оценок. Специфика прогнозирования социальных процессов. Концепция «технологического прогнозирования» и ее сущность.

История социального прогнозирования. Развитие жанра «научной фантастики». Прогностическая деятельность советских экономистов в 20-е – 30-е годы 20 века в СССР (работа группы Базарова В.) . Зарождение современного социального прогнозирования в 40-е годы 20 века. Н. Винер и выявление социальных последствий НТР. «Бум прогнозов» в 60-70 годы 20 века. «Футурошок» Э. Тоффлера. Глобальное прогнозирование, деятельность Римского клуба. Доклады Дж. Форрестера, Д. Медоуза – «Пределы роста» как научный бестселлер. Роль Римского клуба в исследовании проблематики будущего. Концепция социального прогнозирования И.В. Бестужев-Лада.

Форсайты как технологии «предсказания» будущего. Понятие «Дорожная карта». Третья (четвертая) промышленно-технологическая революция. Автоматизация, роботизация, стремительное развитие информационных и телекоммуникационных технологий. Трансформация сферы занятости, рынков труда и потребительских рынков. Изменение требований к профессиональным навыкам и компетенциям. «Отмирание» старых профессий и возникновение новых. Новые вызовы для системы образования. Форсайт «Атлас будущих профессий», Форсайт «Образование 2030», Доклад «Будущее образования: глобальная повестка».

Методология технологического прогнозирования. Типология прогнозов. Общая последовательность операций разработки прогноза: составление программы исследования, построение базовой модели прогнозируемого объекта, сбор данных, построение рядов показателей, построение серии поисковых моделей, построение серии нормативных моделей объекта, оценка достоверности прогноза, выработка рекомендаций, экспертиза прогноза, корректировка.

Тема 7. Технология социального проектирования и внедрения инноваций. Социальная экспертиза

Инновации, сущность и классификация инноваций. Жизненный цикл инноваций и его особенности. Методы и технологии инновационной деятельности. Сложности внедрения инноваций. Сопротивление изменениям и способы борьбы с сопротивлением инновациям. Роль социальных инноваций в современной практике социального управления.

Социальное планирование и его влияние на динамику развития общественных процессов. Специфика социального планирования. Сущность социального проектирования. Понятие социального проекта. Процесс социального проектирования: формирование социального заказа на проект, анализ ситуации, предварительная разработка социального проекта, подробная разработка проекта, завершение проекта и его оценка. Типология социальных проектов. Разработка проекта, методы коллективной работы над проектом. Мозговая атака. Метод Дельфи. Деловые и инновационные игры.

Реализация социального проекта. Защита проекта. Контроль за реализацией проекта. Повышение готовности персонала к реализации проекта. Моральные вопросы реализации проектов.

Разработка бизнес-проектов. Особенности бизнес-планирования. Структура и назначение бизнес-плана. Первый раздел бизнес-плана («Предприятие»): описание предприятия, местоположение, товары и услуги, маркетинговый план, анализ конкурентов, требования к персоналу, организационная структура, потребность в основных средствах. Второй раздел бизнес-плана («Финансовое планирование»): источники и назначение финансирования, прогноз объемов реализации, бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении наличности, анализ процесса выхода на безубыточность, финансовые показатели.

Социальная экспертиза и ее основные функции. Модели социальной экспертизы. «Рецензия», «Мониторинг», «Проект». Методы работы с экспертами.

Раздел 4. Управленческие социальные технологии

Тема 8. Технологии в сфере бизнеса и управления. Технологии повышения эффективности организации

Сущность управления организацией, тенденции его развития. Понятие «менеджмент» и его содержание. Основные функции управления: планирование, организация, координация и контроль. Специфика управления организацией в доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную эпоху. Основные теории управления. Организация как социотехническая система. Технология как структурообразующий фактор организации. Теория Дж. Вудворд. Адекватность технологии. Социальные проблемы, связанные с развитием современных технологий. Социальные последствия научно-технического развития.

Диагностика организации. Средства социологической диагностики в системе управления. Управленческое консультирование. Предметно-ориентированное и проблемно-ориентированное управленческое консультирование. Инструменты социальной диагностики. Игровые средства диагностики.

Управление человеческими ресурсами. Технологии работы с персоналом современной организации. Технологии подбора, адаптации и мотивации персонала современной организации. Технологии командообразования. Технологии формирования корпоративного духа. Управление корпоративной культурой. Геймификация. Вовлеченность. Корпоративный патриотизм.

Технологии управления организациями в разных странах. Влияние национальной культуры на модель управления, организационную культуру, на особенности ведения бизнеса. «Западная» и «восточная» модели управления. Специфика технологий управления американскими, российскими, европейскими, азиатскими организациями.

Тема 9. Социальные технологии управления поведением потребителя

Исторические истоки консьюмеризма: от форм привилегированного потребления к потреблению массовому. Потребление и рождение массового производства. Веблен о демонстративном потреблении. Рынки роскоши и массовые рынки. Консьюмеризм как стиль

мышления, ментальность и идеология. Консьюмеризм и производство *желания* постоянного потребления. Желание и потребность – проблема различия. Консьюмеризм и символическое измерение потребления. Консьюмеризм и способы производства индивидуальности. Консьюмеризм как идеология «потребительской свободы». Консьюмеризм и социальные формы организации времени.

Воздействие на сознание современного потребителя. Исследовательские и манипулятивные социальные технологии в сфере бизнеса. Исследовательские технологии - изучение особенностей персонала, внутренней и внешней среды организации, потребителей и конкурентов компании, формирование прогнозов развития рынков. Быстрое развитие новых информационных технологий (облачных сервисов; алгоритмов анализа Big data; систем, построенных на методе машинного обучения), новые перспективы получения репрезентативных данных о поведении людей без использования опросных методов; новые возможности слушать людей через анализ общения пользователей в социальных медиа. Манипулятивные технологии как технологии, нацеленные на изменение поведения людей (часто скрытые для субъекта воздействия и работающие на уровне подсознания). Маркетинговые манипулятивные социальные технологии как формирующие потребность в товаре (чаще всего ненужном потребителю) или неосознанную приверженность бренду, заставляющую покупать большее количество товаров производителя и уничтожающую желание к рациональному сравнению его продукции с продукцией конкурентов.

Манипулирование сознанием потребителя, основные техники и приемы. Технологии удержания потребителя в местах продаж, технологии сенсорного маркетинга (воздействия на слух, обоняние, тактильные ощущения потребителя), технологии брендинга, нейромаркетинговые технологии. Управление продажами. Технологии мерчандайзинга. Правила построения торгового пространства. «Брендинг» как базовый инструмент формирования потребностей. Технологии брендинга. Технологии воздействия рекламы на потребителя. Сенсорный маркетинг. Аромаркетинг. Становление «нейроэкономики и нейромаркетинга» (Линдстром, Канеман). Иррациональное принятие решений. Нейромаркетинговые технологии: возможности, ограничения, направления использования.

Сущность социального маркетинга. Технология социального маркетинга, ее особенности. Социальная реклама как инструмент социального маркетинга. Цели и функции социальной рекламы. Типы социальной рекламы и ее влияние на формирование и развитие общественно значимых установок, ценностных ориентаций и социально-поведенческих стереотипов. Значение социальной рекламы в реализации стратегических целей социального управления.

Раздел 4. Социальные технологии в информационном обществе

Тема 10. Социальные медиа и цифровые платформы

Информационное общество. Информация как ресурс. Понятие «медиа». Медиа и коммуникации. Феномен «Большого брата».

Социальные медиа. История развития социальных медиа. Виды социальных медиа. Тенденции развития социальных медиа и SMM. Большие данные (Big Data).

Цифровая трансформация. Цифровая платформа как новый экономический актор и инстанция социального контроля. Виды платформ. *Операционные платформы*: Uber, Gett, Yandex. *Интегрированные платформы* - Apple: App Store, iCloud. *Инновационные платформы*: Android, IOS, Microsoft Windows. *Агрегированные платформы*: Alibaba. *Социальные платформы*: Facebook, Instagram. *Обучающие платформы*: YouTube, Coursera.

Социальный контроль в цифровом обществе. Построение «цифровой диктатуры». Проекты «рейтингования» граждан. Опыт Китая.

Тема 11. Технологическая революция 4.0: как будет меняться общество и человек? High-hume technologies

Четвертая промышленно-технологическая революция и ее тренды. Возникновение новых отрасли экономики, отмирание и модернизация старых отраслей, в том числе за счет основных направлений технологизации: «цифровизации», появления новых материалов (например, в ходе NBIC – конвергенции: нано-, био-, информационных и когнитивных технологий), развития умных систем управления («умные дома», камеры наблюдения, компьютеризированные системы управления дорожным движением и др.). Радикальные технологические трансформации (интернет вещей, Big Data, виртуальная и дополненная реальность, технологии блокчейна, роботизация, искусственный интеллект, машинное обучение, развитие экспертных систем, переход к разделяемой («шеринговой») экономике и др.).

Технологии управляемой эволюции – технологии манипулирования сознанием (изменения социокультурного кода) и технологии изменения генетического кода. Трансгуманизм. Нейронет и связанные с ним индустрии. Hi-hume (Hi-Hume, High-Hume и др.). (высокие социальные) технологии: понятие, функции. Появление Hi-hume технологий как результат нарастающего процесса технологизации социальной жизни; развития NBIC-конвергенции и междисциплинарного подхода социогуманитарных, естественнонаучных и технических наук. Особенности высоких социальных технологий. Социальные и экономические последствия применения Hi-hume технологий.

Биология и социогуманитарные дисциплины. Биовласть. Биополитика. Биоэтика. Биоэтические дилеммы.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине.

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

7.1.1. Контрольные вопросы:

1. Основные подходы к определению понятия «социальные технологии».
2. Социальные технологии: возможности и ограничения.
3. Классификация социальных технологий.
4. Теоретико-методологические основы технологизации социальной практики.
5. Глобализация и ее социальные последствия.
6. Ограниченность технологизации социального мира.

7. «Цветные» революции и их специфика.
8. Цифровая экономика.
9. Четвертая промышленно-технологическая революция и ее тренды.
10. Социальная политика и социальная защита.
11. Специфика социальной ситуации в современной России.
12. Практика государственного управления: формирование технологий управления обществом.
13. Модели социальной политики.
14. Социальные реформы в России.
15. Особенности реализации приоритетных национальных проектов.
16. Социальная ответственность бизнеса.
17. Направления реализации корпоративной социальной ответственности.
18. Корпоративная благотворительность. «Теневая» сторона социальной ответственности бизнеса.
19. НКО в России и за рубежом. Основные направления деятельности организаций третьего сектора.
20. Сущность социального прогнозирования.
21. Виды прогнозов. Форсайт.
22. Технология социального прогнозирования.
23. Понятие «Дорожная карта».
24. Социальная экспертиза.
25. Сущность социальных инноваций и классификация инноваций.
26. Социальные проекты и их виды.
27. Реализация социальных проектов.
28. Разработка бизнес-планов.
29. Технология как основа построения организации.
30. Социологическая диагностика и управленческое консультирование.
31. Социальные технологии в управлении персоналом.
32. Технологии управления организациями в разных странах. Социокультурная среда организации и ее влияние на практики управления.
33. Технологии манипулирования сознанием потребителя.
34. Современные средства воздействия на потребителя: сенсорный маркетинг.
35. Нейромаркетинговые технологии.
36. Технологии управления продажами. Мерчандайзинг.
37. Социальный маркетинг и социальная реклама.
38. Социальные медиа и их виды.
39. Цифровые платформы и их классификация.

40. Hi-hume технологии.

7.1.2 Задания для практических занятий:

1. Работа с текстом – М. Фуко «Рождение социальной медицины».
2. Этические аспекты социальных технологий (медико-социальных). Анализ текста статьи о рождении в семье больных детей.
3. Написание письменной работы на тему: «Социальные технологии: возможности и ограничения» на примере конкретной социальной технологии.
4. Работа с текстом Дж. Скотта «Благими намерениями государства».
5. Обсуждение проблемы социальных последствий глобализации.
6. Работа с текстом Кляйн Н. «NO LOGO. Люди против брендов».
7. Анализ проведения отраслевых социальных реформ в России.
8. Анализ конкретной социальной проблемы (по выбору студента) по схеме: причины возникновения проблемы, общее состояние проблемы, ответственность власти и общества за наличие проблемы, реакция власти и общества на проблему, негативные последствия развития проблемы, опыт решения проблемы, технологии решения проблемы. Подготовка презентации.
9. Анализ практики социальной ответственности современных российских и зарубежных компаний. «Теневая сторона» корпоративной социальной ответственности.
10. Групповое задание. Разработка программы создания некоммерческой общественной организации, целью которой является решение конкретной социальной проблемы. Определение задач организации, структуры, стратегии привлечения финансирования, основных технологий и направлений деятельности. Разработка социальной рекламы.
11. Проведение социальной экспертизы работы федеральных, региональных и местных властей в период аномальной жары и лесных пожаров 2010 года.
12. Разработка проекта по решению социальной проблемы с обоснованием выбранных технологий.
13. Групповое задание. Проведение социологической диагностики конкретной организации. Разработка социальных технологий по повышению эффективности деятельности.
14. Работа с текстом Ритцера Дж. «Макдональдизация общества 5».
15. Письменная работа. Проведение сравнительного анализа технологий управления в разных странах.
16. Технологии увеличения продаж. Анализ конкретного магазина с точки зрения принципов мерчендайзинга.
17. Написание письменной работы на тему: «Манипулирование сознанием и поведением потребителей с помощью инструментов брендинга».
18. Анализ социальной рекламы на российских каналах радио, телевидения, в Интернете. Проведение сравнительного анализа социальной рекламы в России и за рубежом.
19. Написание письменной работы на тему: Возможен ли перенос технологии «цветных революций» на решение других, неполитических задач?

20. Написание письменной работы на тему: Джокеры – новый инструмент социального прогнозирования или консалтинговый миф?

7.1.3. Задания для командной работы:

1) Использование онлайн игр в социальной рекламе.

Задание: ознакомьтесь с уже реализованными проектами. Подумайте, по какой актуальной для России социальной проблеме коммерческая компания в рамках CRM (cause related marketing) может разработать онлайн игру, на какую аудиторию этот проект может быть направлен, с помощью каких инструментов можно популяризировать, продвигать данный проект.

2) Потребительская социализация.

Задание: Проанализируйте программу ООН по сексуальному воспитанию детей и подростков (высылаю описание). Аргументируйте Вашу точку зрения по следующим вопросам: кому выгодна реализация данной программы; необходимо ли ее внедрять в российской системе образования.

3) Разработайте сценарий игры/акции под социальную проблему, решаемую НКО.

Задание: Известно, что периодически проводятся различные акции, направленные на привлечение внимания общественности к проблемам социально уязвимых категорий населения. Так, летом 2010г. несколько известных журналистов, спортсменов, общественных деятелей сели в инвалидные коляски и предприняли попытку попасть в них в ряд общественных заведений (Российскую Государственную Библиотеку, ГМИИ им. А.С.Пушкина и др.). Их попытки не увенчались успехом, но сама акция имела общественный резонанс. Разработайте сценарий игры/акции «Походи в чужих ботинках», целью которой будет развитие способности к эмпатии (сопереживанию) и преодоление равнодушия и безучастности общества к проблемам социально уязвимых категорий населения

4) Основные характеристики и этапы краудсорсингового проекта.

Задание: посмотрите уже реализованные проекты (ссылки в литературе), определите последовательность этапов реализации краудсорсинговых проектов. Выявите факторы, влияющие на эффективность реализации краудсорсинга.

5) Разработка «Дорожной карты».

Задание: выбрать проект в сфере образования, здравоохранения и др., с горизонтом планирования – 15 лет. Разработать мероприятия в рамках «Дорожной карты» по реализации проекта с привязкой к срокам и ресурсам.

7.1.4. Задания для самостоятельной работы студентов:

1. Социальные технологии регионального развития

-анализ эффективности существующей программы регионального развития; предложения по ее корректировке;
-на основе анализа зарубежного опыта разработка концепции региональной программы (например, оттока населения с Дальнего Востока; проблем депрессивных регионов и т.д.).

2. **Анализ открытых образовательных ресурсов** (edX, Coursera, OpenCourseWare и др.), возможности их использования в современном российском социологическом/гуманитарном образовании.

3. **Экспертиза нового закона о меценатстве.** (Необходимо провести анализ схожих законов в других странах, перспектив применения).

4. **Анализ зарубежной научной периодической литературы по теме** (подразумевает подбор, анализ научной периодической литературы по крупнейшим агрегаторам научной литературы (Ebsco, Jstor и т.д.) за 2016-2011 г.г. и подготовку аналитической справки).

5. **Анализ одной из актуальных социальных проблем** (беспризорность, социальное сиротство, наркомания, интернет-зависимость, алкоголизм и т.д.) в соответствии со следующей схемой:

- причины возникновения проблемы;
- общее состояние проблемы;
- степень ответственности общества и государства за наличие проблемы;
- основные негативные последствия;
- реакция власти и общественности на проблему;
- опыт решения проблемы (в России и за рубежом);
- предложения по совершенствованию практики решения проблемы.

6. **Корпоративная социальная ответственность.** На основе данных социальной отчетности 10 крупнейших компаний российских компаний, проанализируйте структуру их социальных расходов, выявите их динамику, определите приоритетные направления социально ответственной деятельности. Проведение сравнительного анализа практики корпоративной социальной ответственности российских компаний.

7. **Оценка эффективности социальной рекламы** (отбор методики/ подбор социальной рекламы по отобранной социальной проблеме (эмоциональной, с использованием референтного лица, фактологической и т.д.).) Тестирование на целевой аудитории эффективности различных типов, составление рекомендаций.

8. **Анализ использования онлайн игр в социальной рекламе** (необходимо проанализировать тематику, целевую аудиторию, способы продвижения, количество участников, психологические приемы воздействия).

9. **Социальные инновации** (проведение контент-анализа периодической литературы/ анализ сайтов/ сетевых сообществ (нетнографическое исследование), определение готовности/неготовности населения (группы населения) к конкретной социальной инновации (изучение общественного мнения, выявление стереотипов, выработка рекомендаций по преодолению).

10. **Анализ российских сайтов/ сообществ по борьбе с социальными проблемами** (экология, коррупция, поиск пропавших людей и т.д.) (сбор информации, систематизация, типы, как работают, насколько эффективны, кто целевая аудитория).

11. **Социальные технологии управления персоналом**

По согласованию с преподавателем отбирается методика (анализа вовлеченности персонала/ организационной культуры/ трудовой адаптации и т.д.; проводится анализ коллектива (группы), разрабатываются рекомендации по совершенствованию/ применению новых технологий).

12. Применение геймификации в продвижении здорового образа жизни (анализ геймификационных проектов, реализуемых коммерческими компаниями, НКО, государствами; анализируется формат используемых проектов, целевая аудитория, делается вывод об эффективности применения).

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Теория социального управления.
2. Понятие «социальной технологии». Подходы к определению понятия.
3. Особенности и характеристики социальных технологий.
4. Социальные технологии в управлении общественными процессами.
5. Классификация социальных технологий.
6. Социальные и гуманитарные технологии: общее и особенное.
7. Социальные технологии: возможности и ограничения. Этические аспекты социальных технологий.
8. Теоретико-методологические основы технологизации социальной практики.
9. Развитие теории и практики социальной инженерии в России и в мире.
10. Глобализация и ее социальные последствия.
11. «Цветные» революции как социальная технология смены политических режимов: предпосылки, этапы, методы.
12. Деятельность Римского клуба. Глобальное прогнозирование.
13. Социальная защита и социальная безопасность как цели социального управления.
14. Социальная политика. Модели социальной политики.
15. Субъекты реализации социальной политики.
16. Приоритетные национальные проекты РФ.
17. Социальная ответственность бизнеса. «Теневая» сторона корпоративной социальной ответственности.
18. Организации третьего сектора. Волонтерские движения.
19. Специфика развития третьего сектора в России: проблемы и перспективы
20. Сущность социального прогнозирования. Форсайт.
21. Сущность и принципы разработки «Дорожной карты».
22. Методы социального прогнозирования.
23. Прогноз. Виды прогнозов. Технология социального прогнозирования.
24. Социальная экспертиза.
25. Социальное проектирование и моделирование.

26. Социальные проекты и их виды.
27. Методы коллективной работы над проектом.
28. Бизнес-планирование: этапы.
29. Технология как основа построения организации.
30. Социальные технологии в управлении персоналом.
31. Технологии повышения эффективности организации.
32. Технологии манипулирования сознанием и поведением потребителя.
33. Технологии управления продажами. Мерчандайзинг.
34. Сенсорный маркетинг и нейромаркетинговые технологии.
35. Сущность и проблемы социального маркетинга.
36. Этические ограничения и самоограничения в применении Cause Related Marketing.
37. Социальная реклама: понятие, принципы, задачи и функции.
38. Развитие социальной и общественной рекламы в России и за рубежом.
39. Психологические методы воздействия на целевую аудиторию в социальной рекламе.
40. Краудсорсинг как социальная технология: понятие, виды.
41. Основные характеристики и этапы краудсорсингового проекта.
42. Методы управления краудсорсинговым сообществом. Факторы, влияющие на эффективность реализации краудсорсинга.
43. Возможности и ограничения краудсорсинга в решении социальных проблем.
44. Социальные технологии в информационном обществе. Социальные медиа.

Критерии оценки ответов на зачете:

| | |
|------------|--|
| Зачтено | Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, даёт хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы. |
| Не зачтено | В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы. |

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине.

| ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине | | | | | Виды оценочных средств |
|--|---|---|---|---|-------------------------------|
| Оценка | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| / | | | | | |

| Результаты обучения | | | | | |
|---|-------------------|--|---|---------------------------------------|---|
| Знания ключевые инструменты и факторы внедрения технологических и продуктовых инноваций Код 32 (ПК-6) | Отсутствие знаний | Фрагментарные знания | Общие, но не структурированные знания | Сформированные систематические знания | Опрос по лекционному материалу. Контрольные вопросы. Задания для практической работы |
| Умения реализовывать проект (отдельные этапы) по внедрению технологических и продуктовых инноваций Код У1 (ПК-6) | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое умение | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) | Успешное и систематическое умение | Задания для командной работы. Защита групповых и индивидуальных проектов. Задания для самостоятельной работы. Задания для практической работы (8, 10, 12, 13) |
| Умения применять методы прогнозирования (сценарное планирование, форсайт, креативная сессия) для оценки востребованности технологических, продуктовых инноваций Код У1 (ПК-8) | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое умение | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) | Успешное и систематическое умение | Задания для самостоятельной работы. Задания для командной работы (задание 5). Задание 20 для практической работы. |
| Умения разрабатывать дорожную карту при внедрении | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает | Успешное и систематическое умение | Задания для самостоятельной работы. Задания для командной работы |

| | | | | | |
|--|-------------------|--|---|-----------------------------------|--|
| технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений Код У 2 (ПК-8) | | умение | неточности непринципиального характера) | | (задание 5). |
| Умения разрабатывать тактические и стратегические маркетинговые решения с опорой на социально-гуманитарное и социально-экономическое знание Код У1 (СПК-2) | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое умение | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) | Успешное и систематическое умение | Задания для самостоятельной работы (7, 12). Задания для практической работы (6, 14, 16, 17, 18) |
| Умения оценивать последствия принимаемых управленческих решения в сфере маркетинга Код У1 (СПК-2) | Отсутствие умений | В целом успешное, но не систематическое умение | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера) | Успешное и систематическое умение | Задания для командной работы (1, 2). Задания для практической работы (6, 14, 16, 17, 18) |

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Маркеева А.В., Гавриленко О.В. Цифровая платформа как новый экономический актор и новая инстанция социального контроля // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 2019. № 5. Режим доступа: <https://philos.msu.ru/science/vestnik/content/2019/5>.
2. Современная социология: ключевые направления и векторы развития / под общ. ред. Н.Г. Осиповой. - М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2018. – 400 с.
3. Щербина В.В. Социальные технологии: история появления термина, трансформация содержания, современное состояние // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 113-124. Режим доступа: <http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis>.
4. Mirko Tobias Schäfer, Karin van Es. The Datafied Society: Studying Culture through Data. Published by: Amsterdam University Press, 2017. Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1v2xsqn>.
5. Miller D., Costa E., Haynes N., McDonald, Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S., Xinyuan Wang How the world changes social media. UCL Press, University College London. 2016. DOI: 10.14324/111.9781910634493.
6. N.S. Siddharthan, K. Narayanan Technology: Corporate and Social Dimensions. Springer Science+Business Media Singapore 2016. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-1684-4>. Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-981-10-1684-4>.

б) дополнительная литература:

1. Бестужев-Лада И.В., Наместникова Г.А. Социальное прогнозирование: курс лекций. М., 2001.
2. Гавриленко О.В. Россия между западом и востоком: организация, культура, практики управления и отношения неравенства // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. № 3. 2014. Режим доступа: <http://www.vestnik.socio.msu.ru/>.
3. Гринфилд А. Радикальные технологии: устройство повседневной жизни. М., 2018.
4. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. — 464 с. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2012/02/24/1266136909/inglehart_welzel.pdf.
5. Луков В.А. Социальная экспертиза. М, 1996.
6. Луков В.А. Социальное проектирование. Учеб. пособие. М., 2007.
7. Оганян, К. М. Социальные технологии: учебник и практикум для академического бакалавриата / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017.
8. Осипова Н.Г. Неравенство в эпоху глобализации: сущность, институты, региональная специфика и динамика // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. — 2014. № 2. Режим доступа: https://vestnik.socio.msu.ru/jour/article/view/29?locale=ru_RU.
9. Полякова Н. Л., Кимелев Ю. А. Модерн и процесс индивидуализации: исторические судьбы индивида модерна. М.: ИИЦ «Праксис», 2017. Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_38573664_65140054.pdf.
10. Райнерт Э. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными / Пер. с англ. Н. Автономовой, под науч. ред. В. Автономова. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015.

11. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002. Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/01001837491>.
12. Скотт Д. Благими намерениями государства. М., 2010. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/3120113/36991e>.
13. Emma Domínguez-Rué, Linda Nierling Ageing and Technology: Perspectives from the Social Sciences. Series: Science Studies. Published by: Transcript Verlag, 2016. Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1xxrwd>.
14. Matteo Cernison Social Media Activism: Water as a Common Good Series: Protest and Social Movements. Published by: Amsterdam University Press, 2019. DOI: 10.2307/j.ctvc77nv5. Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/j.ctvc77nv5>.
15. Tessaleno Devezas, João Leitão, Askar Sarygulov. Industry 4.0 Entrepreneurship and Structural Change in the New Digital Landscape. Springer International Publishing AG 2017. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-49604-7>. Режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-49604-7>.

Перечень информационных технологий

Интернет-ресурсы:

№

1. Журнал «Социс. Социологические исследования»
2. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»
3. Российская государственная библиотека
4. Научная электронная библиотека
5. Национальная электронная библиотека
6. Федеральная служба государственной статистики РФ
7. Статистическая служба Европейского союза
8. Демографический электронный журнал «Демоскоп Weekly»
9. Всемирная организация здравоохранения
10. Электронная библиотека МГУ имени М.В.Ломоносова

Web-адрес

- <http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm> -
- <http://www.vestnik.socio.msu.ru/>
- <http://www.rsl.ru/>
- <http://www.elibrary.ru>
- <http://www.nel.nns.ru/>
- <http://www.gks.ru>
- <http://ec.europa.eu>
- <http://demoscope.ru>
- <http://who.org>
- <http://www.nbmgu.ru/publicdb/>

8.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватели:

Гавриленко О.В., доцент
Маркеева А.В., доцент

11. Авторы программы:

Гавриленко О.В., доцент
Маркеева А.В., доцент