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

УТВЕРЖДЕНО
(АКТУАЛИЗИРОВАНО)
Учёным советом социологического факультета
Протокол № 2 от 12.02.2026 г.

Декан социологического факультета
Н.Г. ОСИПОВА

«12» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Социология организаций»
«Sociology of organizations»

Уровень высшего образования:
Бакалавриат

Направление подготовки (специальность):

39.03.01 СОЦИОЛОГИЯ
Форма обучения:
Очная

Актуализированная рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании Учёного Совета факультета
(протокол № 2 от 12 февраля 2026 г.)

Москва 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата), утверждённым приказом МГУ от «30» августа 2019 года, № 1036 (в действующей редакции).

Годы приёма на обучение: 2023, 2024, 2025, 2026.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части, 3 семестр.
2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: нет.
3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников^

Компетенции выпускников (коды)	**Индикаторы (показатели) достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями**	**Виды оценочных средств**
Компетенция УК-5 **Способен осуществлять социальные и профессиональные взаимодействия, реализовывать свою роль в команде, организовывать работу в команде для решения профессиональных задач**	Индикатор УК-5.1 Осуществляет социальные и профессиональные взаимодействия, реализует свою роль в команде, организовывает работу в команде для решения профессиональных задач	**ЗНАТЬ:** принципы и приемы командообразования в организациях **УМЕТЬ:** - осуществлять социальные и профессиональные взаимодействия в организациях - выявлять источники конфликтов между работниками разных подразделений, предотвращать конфликтные ситуации на работе	Устный опрос, кейс-стади, групповые задания, деловые игры
ПК-3. Способен анализировать и объяснять социальные явления и процессы на основе научных теорий, концепций, методологических подходов; интерпретировать данные социологического исследования под руководством специалиста более высокой квалификации	ПК-3.2. Объясняет социальные явления и процессы на основе концепций и моделей социологии и данных социологических исследований с учетом социальной ответственности	**ЗНАТЬ** - актуальные социологические и другие научные теории, концепции, подходы - этические профессиональные нормы социолога **УМЕТЬ:** - критически применять к объяснению социальных явлений и процессов основные социологические и другие научные концепции - анализировать социальные процессы и явления, происходящие в организациях, с учетом научной	Групповые задания, кейс-стади, рефераты

		объективности и социальной ответственности социолога	
ПК-6. Способен реализовывать социологические проекты в области изучения социальных процессов, институтов, явлений, социальных общностей, общественного поведения и сознания под руководством специалистов более высокой квалификации	ПК-6.1. Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	**ЗНАТЬ:** - основы разработки и реализации проектов в области аналитической и организационно-управленческой деятельности - технологии сбора информации при разработке и реализации проектов в организациях **УМЕТЬ:** - применять технологии сбора информации и методы социологических исследований при разработке и реализации проектов в организациях	Рефераты, групповые задания, кейс-стади
	ПК-6.2. Готовит проектное предложение для проведения социологического исследования под руководством специалистов более высокой квалификации	**ЗНАТЬ:** - основы разработки и реализации проектов в области аналитической и организационно-управленческой деятельности - возможности и ограничения применения методов социологических исследований при реализации проектов **УМЕТЬ:** - описывать проблемные ситуации в организациях - обосновывать необходимость реализации проекта для решения поставленной проблемы - разрабатывать программу социологического исследования для решения проблем и поступательного	Устный опрос, Рефераты, групповые задания

		развития организации	
ПК-7. Способен организовывать и осуществлять коммуникации с научно-исследовательскими и /или образовательными, рекрутинговыми, информационно-аналитическими, консалтинговыми, маркетинговыми организациями под руководством специалистов более высокой квалификации	ПК-7.1 Решает организационные и методические вопросы, связанные с взаимодействием с научно-исследовательскими и /или образовательными, рекрутинговыми, информационно-аналитическими, консалтинговыми, маркетинговыми организациями	**ЗНАТЬ:** - особенности разработки и продвижения в области аналитической и организационно-управленческой деятельности, актуальные направления социальных проектов в организациях **УМЕТЬ:** - анализировать социальную информацию с точки зрения интересов заказчика	Устный опрос, Рефераты, групповые задания

4. Формат обучения: очная, очно-заочная.

5. Объём дисциплины (модуля) составляет 4 з.е., в том числе 54 академических часа отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем (18 ак.ч. – лекции, 36 ак.ч. – семинары), 90 академических часов на самостоятельную работу обучающихся, включая промежуточную аттестацию по данной дисциплине (экзамен).

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

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля), **Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**	**Всего (часы)**	В том числе				Форма текущего контроля успеваемости (опрос, тестирование, коллоквиум, контрольная работа, реферат и т.п.)
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			**Самостоятельная работа обучающегося, часы**	
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*	**Всего**		
Раздел 1. Научное знание об организациях						

Организация как социальный феномен	12	2	2	4	8	Устный опрос, тесты
Социология организаций как научная дисциплина	9	-	2	2	7	Устный опрос, тесты
Эволюция организационных систем	10	1	2	3	7	Устный опрос, тесты, групповые задания
Современные тенденции развития организаций	13	1	4	5	8	Устный опрос, тесты, групповые задания
Раздел 2. Внутренняя среда организации						
Структура организации	11	2	2	4	7	Устный опрос, тесты, кейс-стади
Организация как социотехническая система	11	2	2	4	7	Устный опрос, тесты, групповые задания
Организация как политическая система	13	2	4	6	7	Деловая игра
Организационная культура	14	2	4	6	8	Устный опрос, тесты, кейс-стади
Раздел 3. Организация и внешняя среда						
Влияние внешней среды на организацию	13	1	4	5	8	Устный опрос, тесты, кейс-стади
Влияние организации на внешнюю среду	13	1	4	5	8	Устный опрос, тесты, групповые задания
Организационные популяции и экосистемы	11	2	2	4	7	Устный опрос, тесты, кейс-стади
Взаимодействие организации с различными видами социального окружения	14	2	4	6	6	Устный опрос, тесты, групповые задания
Промежуточная аттестация (экзамен)					2	
	144	54			90	

№ п/п	Тема	Содержание
РАЗДЕЛ I. НАУЧНОЕ ЗНАНИЕ ОБ ОРГАНИЗАЦИЯХ		
1	**Тема 1. Организация как социальный феномен**	Многозначность термина «организация». Организация как свойство упорядоченности, как определенная социальная единица. Природа социальных организаций. Существенные признаки организаций. Организация как целевая, иерархически построенная, управляемая общность, социальный институт. Понятие организационного (синергического) эффекта. Возможность влияния на синергический эффект. Взаимоусиление и взаимоослабление людей в организациях. Сотрудничество как непременное условие взаимоусиления. Феномен синергии в совместном труде. Организации как средства решения различных общественных задач. Стремительное нарастание количества организаций в процессе общественного развития. Охват организациями прежде неорганизованных сфер социальной жизни. Превращение общества в единую и непрерывную организационную систему. Современное общество как мир организаций. Типы организационных образований в обществе. Организации, действующие в экономике. Основные признаки хозяйственной организации. Понятие организации. Традиционные определения организации. Организация как целевая группа. Организация как экосистема. Категория организации в институциональной экономической теории. Организация и рынок как формы экономической социальности. Характеристики рынка: равенство всех элементов, определяющая роль монетарных оценок, жесткое конкурентное начало. Характеристики организации: наличие иерархии, внемонетарные оценки поведения людей и результатов деятельности, принципиальный акцент на кооперацию. Отличия организационного поведения от поведения в рыночной среде.
2	**Тема 2. Социология организаций как научная дисциплина**	Социальные организации как объект научного анализа. Подходы к анализу феномена организации в различных областях знания. Теория организации как динамично развивающаяся в течение XX – начала XXI вв. область социальной науки. Причины бурного развития организационной теории. Значимость научного изучения организаций. Предметная область исследований в теории организации. Междисциплинарность организационной теории. Проблема концептуальной целостности теории. Влияние общенаучной методологии системного анализа. Переход от микро- к макроуровню анализа во второй половине XX в. Исследование взаимоотношений организации с внешней средой и их последствий для внутриорганизационных процессов. Изучение воздействия организаций на различные стороны жизни общества. Вектор современного развития теории организации. Основные этапы развития социологии организаций в России.

		Теория организации и социология организаций. Предмет социологии организаций. Социологические парадигмы и организационный анализ. Воплощение основных течений социологической теории в организационных моделях (структурный функционализм, неоинституционализм, организационная экология, политологический и культурологический подходы). Парадигмы, метафоры и связанные с ними школы организационного анализа: Г.Морган. Метафора в организационной теории. Гносеологические аспекты метафоры. Основные образы организации. Множественность теоретических моделей организации. Причины методологического плюрализма. Возможность практического использования разнообразных организационных моделей. Проблема интеграции знания и представления организации как целостности.
3	**Тема 3. Эволюция организационных систем**	Организации в доидустриальном обществе. Община как доминирующая форма организации. Традиции как нормообразующие принципы построения организаций. Армия и церковь как примеры крупных организационных систем доиндустриального общества. Специфика воздействия государства на процесс функционирования производственных организаций в рамках античного, феодального и азиатского строя. Изменения принципов построения организаций в эпоху первоначального накопления капитала и раннего капитализма. Значение разделения труда. Влияние протестантской этики на процессы создания и функционирования ранних рыночных организаций. Становление рыночного общества в VIII-XIX веках. Трансформация традиционных структур организации производства. Исторические формы организации производства: ремесленная мастерская, малое предприятие, крупная корпорация, глобальная корпорация. Рациональные основы построения организационных систем. Приоритетное развитие крупных компаний в конце XIX - начале XX веков. Организации классического индустриального типа. Принцип "экономии на масштабе" в рамках крупных организаций.
4	**Тема 4. Современные тенденции развития организаций**	Тенденция к минимизации количества работников предприятия или подразделения. Малое предприятие как идеал экономической организации. Причины угасания интереса к крупным корпорациям классического типа. Роль общинных связей в современном малом бизнесе. Изменения общественного мнения 80-х, 90-х годов по отношению к малым формам бизнеса. Зарождение и развитие тенденции к децентрализации производства. Тенденция к совладению предприятиями. Совладение как объективная основа сотрудничества менеджеров и работников. Новые организационные формы распределения акций среди работников компании (ESOP и др.). Принцип обязательного владения акциями: достоинства и недостатки. Становление гибких организационных структур. "Холмообразные" и сетевые структуры. Формализация неформальных связей в современных организациях. Проблема

		взаимозаменяемости работников и их приобщенности к целям организации. Возможные пути решения. Гибкое строение фирмы как ответ на постоянно изменяющееся внешнее окружение. Развитие информационных технологий и систем телекоммуникаций, их использование в организациях. Информация как экономическая основа современного общества. Телекоммуникации и новые возможности малых организаций. Экономические и технические причины разделения (географического и организационного) производства и генерации идей в современной экономике.
РАЗДЕЛ II. ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ		
5	**Тема 5. Структура организации**	Принцип доминирования функций над структурой организации как основа структурных преобразований. Задача определения функций организации. Применение структурно-функционального подхода к анализу деятельности организации. Виды организационных структур. Американская и российская типологии организационных структур. Преимущества и недостатки линейных, функциональных, линейно-функциональных, дивизиональных и матричных структур. Организационная структура и этап жизненного цикла организации. Количество структурных уровней, проблема его сокращения или увеличения. Применение принципа иерархии к построению и преобразованию организационной структуры. Понятие гибкой и жесткой структуры. Обеспечение четкого выполнения принятых решений и возможности решения нетрадиционных задач в рамках одной организационной структуры. Создание межфункциональных, межподразделенческих коллективов. Сочетание единоначалия и коллегиальности принятия решений. Значение комитетов в современных компаниях. Недостатки межфункциональных коллективов. Проблема продвижения кадров и построения карьеры в организации. Современные тенденции развития организаций. Причины угасания интереса к крупным корпорациям классического типа. Децентрализация управления современными организациями. Малое предприятие как идеал экономической организации. Роль общинных связей в современном малом бизнесе. Зарождение и развитие тенденции к децентрализации производства. Становление гибких организационных структур. Гибкое строение фирмы как ответ на постоянно изменяющееся внешнее окружение. «Холмообразные» и сетевые структуры. Формализация неформальных связей в современных организациях.
6	**Тема 6. Организация как социотехническая система**	Технология как структурообразующий фактор. Мелкосерийное, крупносерийное/массовое, непрерывное производство: шкала технической сложности производственного процесса Дж.Вудворд. Технологическая оснащенность производства и структурные характеристики организаций. Технологическая взаимозависимость подразделений. Типы взаимозависимости, влияющие на структуру организации, и управление: классификация Дж.Томпсона.

		Социотехнический подход к анализу организаций: Э.Трист. Понятие социотехнической системы. Технологические и гуманитарные императивы в процессе становления и развития организаций. Технология как основа построения организации. Зависимость пространственного построения организации от типа технологии. Операционная система организации. Проблемы определения эффективности операционной системы. Бухгалтерская и социально-экономическая интерпретации эффективности. Попытки учета будущих возможностей организации при определении эффективности. Социальные проблемы, связанные с функционированием технико-технологической подсистемы организации и развитием современных технологий. Адекватность технологии. Монотонность труда. Формирование категорий узких специалистов. Проблема соотношения основных и вспомогательных функций при осуществлении производственных процессов в современных организациях.
7	**Тема 7. Организация как политическая система**	Организации как системы правления. Модели политического правления в организациях: автократия, бюрократия, технократия, демократия. Власть в организациях. Отношения власти. Источники власти в организации. Конфликт в организациях. Управление конфликтом. Организационные отношения: унитарная, плюралистическая и радикальная системы. Управление плюралистическими организациями. Организации как коалиции. Власть и принятие решений в корпорации. Развитие властных взаимоотношений. Мотивы (интересы) различных групп, причастных к корпорации. Руководитель как политик. Построение сетей и создание коалиций. Организации как арены внутренней политики. Механизмы реализации власти. Принуждение. Положительные стороны метода принуждения: конкретность, быстрота исполнения заданий, отсутствие дополнительных затрат. Невозможность управления сложными процессами и видами деятельности с помощью принуждения. Метод переговоров. Власть и прагматическое, утилитарное отношение к людям. Умение заручаться поддержкой и приуменьшать сложность задания. Метод убеждения. Необходимость выработки и отстаивания аргументов в процессе убеждения подчиненных. Приобщение работников к глобальным целям организации посредством метода убеждения.
8	**Тема 8. Организационная культура**	Организация как культура. Понятие организационной культуры. Антропологический и атрибутивный подходы к определению организационной культуры. Уровни организационной культуры: видимые регуляторы, измеряемые ценности, базовые предположения. Нормы и ценности организационной культуры. Историческая обусловленность организационной культуры. Специфические черты организационной культуры современного российского бизнеса. Организационная культура и макрокультурная среда, влияние национальных и региональных факторов. Специфика процесса социализации как приобщения к

		организационной культуре. Типологии организационной культуры. Типологии организационных культур в контексте сопоставления национальных бизнес-культур: У.Оучи, Г.Хофштеде, Ф.Тромпенаарса и Ч.Хемпден-Тернера, Р. Льюиса, Э.Холла. Управленческая классификация организационных культур С.Хэнди. Проблема управленческих оснований для классификации организационных культур. Развитие организационной культуры. Роль основателя организации в процессе становления ее культуры. Этапы развития организации и изменения в организационной культуре. Организационное развитие как целенаправленный процесс изменения норм и ценностей компании. Управление организационной культурой, ее различными уровнями. Возможность управления культурой. Культурообразующий контекст латентных функций управленческих решений. Необходимость диагностики организационной культуры. Информирование, воспитание, радикальное реформирование как методы изменения культуры компании. Этические составляющие организационной культуры. Организационная культура малого и среднего бизнеса. Общинность как черта организационной культуры. Быстрые реакции на изменение окружения. Проблемы самостоятельности и риска. Отражение феномена рыночного риска в организационных культурах. Организационная культура крупных корпораций. Необходимая формализация межличностных отношений. Внешние атрибуты организационной культуры: гимн, лозунги, форма, стандарты общения.
РАЗДЕЛ III. ОРГАНИЗАЦИЯ И ВНЕШНЯЯ СРЕДА		
9	**Тема 9. Влияние внешней среды на организацию**	Внешняя среда организации. Концепции внешней среды. Внешняя среда как совокупность других организаций, с которыми ей приходится сотрудничать или конкурировать. Понятие целевого окружения организации. Внешняя среда как культурное и юридическое окружение. Внешняя среда как доступные ресурсы (ресурсные ниши). Внешняя среда как сфера сбыта продукта (продуктовые рынки). Внешняя среда как поток информации, воспринимаемой членами организации, находящимися на ее границах. Факторы влияния окружающей среды. Ситуационные характеристики и ограничения внешней среды. Зависимость внутриорганизационных процессов от состояния внешней среды. Процесс адаптации к внешнему окружению. Влияние внешней среды на организационную структуру. Адаптация к неопределенности окружающей среды. Ситуационные теории организационной структуры. Определение двух типов организационных структур с точки зрения соответствия различным внешним условиям: Т.Бёрнс и Дж.М.Столкер. Необходимость открытых и гибких стилей организации и управления при непрерывных изменениях среды. Различия между

		механистической и органической организацией. Необходимость адекватного дифференцирования и соответствующей интеграции для эффективного взаимодействия с внешней средой: П.Лоуренс и Дж.Лорш. Понятие гетерогенности внешней среды. Регулирование взаимоотношений со структурами во внешней среде. Техническое ядро и буферные подразделения организации: Дж.Томпсон. Перемещение границ организации. Внешняя среда и внутриорганизационная власть. Пассивные и активные реакции организации на требования внешней среды. Ситуационная матрица формирования стратегии Дж.Томпсона
10	**Тема 10. Влияние организации на внешнюю среду**	Стратегическая адаптация к внешней среде. Теория стратегического выбора. Активная роль организации в выборе структуры. Влияния, оказываемые стратегическим агентом, на деятельность бизнес-предприятия: А.Чандлер. Понятие стратегии. Модификация организационных целей как основной источник организационных изменений. Осуществление выбора доминирующей коалицией. Процесс формулирования стратегии как согласование деловой и политической систем внутри организации. Значимость внутренних факторов для успеха в конкурентной борьбе. Подверженность организационных элементов стратегическому выбору, осуществляемому руководителями корпораций. Модель стратегического выбора: Дж.Чайлд. Стратегический выбор как источник организационного многообразия. Организационная стратегия и организационная структура. Возможность существования множества структур, жизнеспособных в данной внешней среде. Возможность выбора типа внешней среды лицами, принимающими решения в организации. Способность организации изменять внешнюю среду. Восприятие и оценка характеристик внешней среды членами организации. Основные силы и факторы влияния, воздействующие на стратегический выбор и стратегическое поведение: И.Ансофф. Проблема управления внешней средой. Теория ресурсной зависимости. Зависимость от ресурсов и контроль ресурсов окружающей среды: Дж.Пфеффер, Дж.Саланчик. Задача обеспечения менеджментом непрерывного притока ресурсов и определенных результатов деятельности. Значимость процессов принятия внутриорганизационных политических решений. Возможность существования множества внутренних структур и действий, отвечающих целям выживания организации. Проблема удовлетворенности влиятельных групп, находящихся во внешней среде организации. Активное воздействие организации на внешнюю среду. Воздействие организаций друг на друга.
11	**Тема 11. Организационные популяции и экосистемы**	Межорганизационные взаимосвязи. Эволюция организаций и превращение их в бизнес-экосистемы. Понятие «организационная экосистема». Отношения взаимозависимости, сотрудничества и конкуренции организаций. Вариативность структуры и поведения организаций. Объяснение разнообразия типов организаций в социологической теории.

		Популяционная экология организаций: М.Ханнан и Дж.Фриман. Организационная популяция как единица анализа. Внешняя среда как система занятие экологических ниш и как социокультурное окружение. Естественный отбор как механизм организационных изменений и адаптации. Направление развития - достижение лучшего соответствия организационных характеристик внешней среде. Модель естественного отбора. Селекция социокультурных образцов на уровне популяции. Отбор средой наиболее подходящих структур, видов деятельности и форм поведения. Адаптация как результат предшествующего развития организации. Трехступенчатая модель эволюционного процесса. Плотность и динамика организационных популяций. Возникновение и исчезновение организаций. Уровень рождаемости и смертности в организационных популяциях. Выживание целого вида организаций. Объяснение повышения и понижения значимости разных видов. Появление или исчезновение целых отраслей или видов организаций при столкновении с новыми видами конкуренции и обстоятельствами внешней среды. Организационная (структурная) инертность. Наличие инерционного пресса, мешающего организациям меняться в ответ на изменения среды. Важность ограничения ресурсов для роста, развития и упадка организаций. Роль успешных инноваций в формировании новых видов организаций. Фактор ширины ниши. Стратегии, основанные на показателях ширины ниш. Широкая и узкая стратегии выживания организации: исследование Г.Кэрролла.
12	**Тема 12. Взаимодействие организации с различными видами социального окружения**	Макросоциальная среда и организация: социальный, экономический, экологический, нравственный аспекты взаимодействия. Части внешнего социального окружения организации. Клиентская среда организации. Особенности рыночного поведения потребителя. Понятие клиента. Маркетинговая стратификация общества. Учет специфики клиентской среды при разработке стратегии компании. Средства воздействия организации на своих потенциальных клиентов. Стратегии, направленные на снижение зависимости от внешней среды: расширение клиентуры; навязывание клиенту своих правил. Конкурентная среда организации. Множественность интерпретаций понятия «конкурент». Проблема определения конкурентов для организации. Конкурентные стратегии развития организаций: М.Портер. Методы и принципы исследования конкурентов. Анализ стратегии своих конкурентов. Учет политики конкурентов в процессе стратегического планирования. Социальное значение конкуренции в современном обществе. Функционирование организации на международном рынке. Понятие международного бизнеса. Причины выхода компаний на зарубежные рынки. Организационные формы выхода на внешние рынки. Понятие многонациональной, транснациональной, глобальной компании.

		Организационные структуры многонациональных компаний. Развитие гибких и этархических структур. Процессы взаимодействия бизнес-культур. Социальная ответственность организации в современном обществе. Морально-ценностные аспекты экономического поведения организаций и бизнес-культуры. Принцип «pacta sunt servanda». Понятие социально-ответственного бизнеса. Корпоративная этика. Нахождение баланса эгоистических интересов бизнеса и интересов общества как целого. Социологическая интерпретация миссии фирмы. Социально ответственный и экологический менеджмент. Корпоративная стратегия социально-этического маркетинга. Организация и связи с общественностью. Аспекты создания положительного имиджа организации. Влияние этических компонентов макрокультурной среды на развитие организаци

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)
7.1. Оценочные средства для текущего контроля и самостоятельной работы
7.1.1. Текущий контроль

Контрольные вопросы:

- Общественное развитие и эволюция организационных форм.
- Типы социальных организаций.
- Исследование социальных организаций в различных научных дисциплинах.
- Парадигмы и школы организационного анализа.
- Основные этапы развития социологии организаций в России.
- Проблемы организация труда и производства на основе «научного менеджмента».
- Модель бюрократической организации.
- Организация как социальная система. Организационные подсистемы.
- Взаимодействие формальной и неформальной организации.
- Связь и связующие процессы в организационных системах.
- Организационная структура: механизмы координации. Вертикальная и горизонтальная координация.
- Технологии и структурные характеристики организаций.
- Системы организации труда.
- Организация групп и команд.
- Модели политического правления в организациях: автократия, бюрократия, технократия, демократия.
- Источники власти в организации.
- Конфликт в организациях. Управление конфликтом.

- Организационные отношения: унитарная, плюралистическая и радикальная системы.
- Контрактная природа крупной корпорации.
- Формы организации бизнеса.
- Принятие решений в организации.
- Построение самообучающейся организации.
- Системное описание организационной культуры.
- Роль лидерства в построении, внедрении и развитии культуры. Механизмы изменения культуры.
- Национально-культурные аспекты функционирования организаций.
- Организации как открытые системы.
- Жизненные циклы организаций.
- Организационная адаптация к окружающей среде:
- Стратегии конструирования организации с учетом внешней среды.
- Формирование организационных полей.
- Институциональное сходство организаций. Механизмы институциональных изоморфических изменений.
- Поведение потребителей и организационная деятельность.
- Конкурентная стратегия организации: потенциально успешные базовые стратегические подходы.
- Модель этичной организации.

Деловая игра

Деловая игра «Недостаток организационной власти».

Студентам требуется дать совет людям, которые ощущают отсутствие собственной власти. Для каждой из ситуаций ниже, сформируйте группы, чтобы раскрыть возможности усиления личной и позиционной власти каждого из этих трех человек.

А) Мастер в цеху

Светлана была мастером в швейном цеху (менеджером первого уровня) на протяжении шести месяцев. Она гордилась своим повышением, но была удивлена открыть для себя то, что начала ощущать постоянно нарастающий недостаток власти. Вместо того, чтобы являться ступенькой в карьерной лестнице, эта должность все более начинала казаться тупиком. Вышестоящие менеджеры были в том же возрасте, что и она, а расширения компании, с которым были связаны её надежды, так и не произошло. Она не была связана с центрами принятия решений и ощущала себя так, будто никто никогда и не замечал ее, если только она не совершит ошибку.

Она должна была оказывать помощь своим подчиненным, но они, в свою очередь, никогда не помогали ей в ответ. Она должна была справляться с их проблемами без какой-либо помощи сверху. В общем, она ощущала себя так, будто она «получает по полной со всех сторон». Ее работа была чрезвычайно жестко регулирована правилами, поэтому у неё практически не было выбора в том, чем заниматься, и каким образом лучше организовывать работу. У неё нет прямой возможности воздействовать на вознаграждение

подчиненных, она может лишь ходатайствовать наверх о премиях. Из-за этого обстоятельства она была лишена власти, используя которую она могла бы вознаградить, или, напротив, наказать подчиненных в случаях, когда это было действительно необходимо.

В результате, она начала понимать, что стала все более и более склонной к тому, чтобы использовать правила для того, чтобы требовать от подчиненных того, что ей было нужно. Она также стала сильнее завидовать любому успеху или признанию своих подчиненных, и по этой причине начала стремиться изолировать их от вышестоящих руководителей организации. Она потеряла всякую склонность к неформальным отношениям и стала придирчива к следованию стандартам и операционным процедурам. Понятно, что из-за этого, её подчиненные все более недовольны ей, что сказывается на продуктивности.

Б) HR-менеджер

Василий пришел в организацию год назад на должность HR-менеджера (руководителя кадрового подразделения – отдела управления человеческими ресурсами). Он хотел достичь принадлежности верхушке организации, но вместо этого он чувствовал себя изолированным и забытым. Как у руководителя отдела кадров у него не было практически никаких полномочий для принятия решений, за исключением его узкой сферы деятельности. Большая часть того, что происходило в организации, случалось без какого-либо его вмешательства. Инновационная и предпринимательская деятельность совершенно не касались той работы, которой он занимался. В то время как многие из оперативных сотрудников получали возможности для профессионального развития, казалось, что никто не был озабочен тем, чтобы Василий стал более опытным и способным сотрудником. Начальство и коллеги видели его только в роли специалиста. У него практически не было возможностей к установлению отношений, которые могли бы дать ему контакты с кем-то наверху.

Его также расстраивало то, что компания несколько раз нанимала консультанта для работы над проектами, которые входили в область его полномочий. Консультантов приглашали для того, чтобы делать наиболее интересную, нестандартную часть его работы. Он думал, что никто не верит в его компетентность.

Он стал ощущать боязнь за то, что кто-то сможет вторгнуться даже в ту маленькую сферу деятельности, которой он занимался. Он пытался показать свою компетентность другим, но чем больше он делал это, тем сильнее его отождествляли со специалистом, находящимся вдали от основных событий в организации. В целом, он чувствовал, что теряет всякую почву для своей карьеры.

В) Заместитель директора

Валерия является высшим должностным лицом уже на протяжении трех лет. Когда она получила эту позицию, ей казалось, будто бы главная цель ее карьеры достигнута. Теперь же она не так уверена. К собственному удивлению, она открыла для себя множество ограничений, которые сковывали ее свободу действий и инициативу. К примеру, с ее работой было связано настолько много постоянных запросов, встреч, заседаний, а также мелочей, связанных с текущей работой, что у нее никогда не было времени для какого-либо долгосрочного планирования. Казалось, будто бы всегда возникала какая-то непредвиденная ситуация, которая требовала бы ее внимания. К сожалению, большинство этих ограничивающих факторов не были ей подконтрольны, например: государственное регулирование; требования о большей отчетности со стороны совета директоров и акционеров; отношения с профсоюзами; претензии местных властей и др. Она создала себе репутацию успешного менеджера, будучи предприимчивой, креативной и мыслящей инновационно, но ничего из этого не требовалось для ее текущей работы.

Некоторые аспекты ее работы были конфиденциальными, и она не могла ни с кем ими поделиться, однако эта секретность делала других более замкнутыми при общении с ней. У неё были помощники, которые должны были осуществлять мониторинг работы организации и обеспечивать ее информацией, но часто казалось, будто они говорят ей только то, что она хочет услышать.

До Светланы начали доходить слухи о том, что некоторые группы влияния добиваются ее отставки. Она ответила на это тем, что стала более авторитарной и закрытой, в результате чего вся организация стала превращаться в некую консервативную структуру. Она чувствовала, будто спускается вниз по спирали, но не могла найти способ повернуть это вспять.На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ статьи Т. Левитта «Угрозы социальной ответственности», книги М.Фридмана «Капитализм и свобода»; мнений российских и зарубежных социологов, управленцев студенту необходимо сформулировать и аргументировать свою точку зрения на следующие вопросы: что такое социальная ответственность бизнеса; в чем она должна проявляться?

Концепция дискуссии: студенты делятся на 2 части: одна половина презентует аргументы «за» позицию М.Фридмана, другая – «против». Следующим этапом вырабатывается коллективная позиция по поставленным вопросам.

Кейс-стади

Кейс: «Гуанси в Китае и на Тайване»

Отличительными чертами предпринимательской деятельности в Китае всегда были: независимость от государства, опора на неформальные связи, секретность. В эпоху династии Цин (1644-1911 гг.) противоречия между государством и предпринимательским слоем на юго-востоке империи были усилены политической борьбой между сторонниками предыдущей династии Мин (1368-1644 гг.) и новой властью. Государственные посты занимали маньчжуры, завоевавшие Китай в 15 веке и основавшие династию Цин. В то же время большая часть юго-восточного населения Китая составляли народности Хан, к которым относились и потомки свергнутой династии Мин. Для борьбы с центральной властью в Юго-восточном Китае были организованы тайные общества, впоследствии преобразовавшиеся в «гуанси» После свержения династии Цин в 1911 г. тайные общества, добившись своих политических целей, перешли в экономическую область. Их традиции и опыт стали одним из факторов успеха китайских предпринимателей в странах Азиатско-Тихоокеанского региона во время хаотичных десятилетий первой половины 20 века.

Дословно «гуанси» переводится как «связи». В центре этого феномена стоит конфуцианская концепция важности семьи, которая среди прочего акцентирует большое внимание на верности своей группе и чувстве долга и ответственности перед другими членами. Проявление этого феномена в реальной жизни лучше всего описывает история о том, как две китайские компании начинают работу по миллионной сделке по устной телефонной договоренности, не оформленной никакими письменными документами. Для западного предпринимателя это кажется непостижимым.

Параллельно с феноменом «гуанси» идет термин «ганьцин», который означает «чувства». Среди людей, объединенных гуанси, должны присутствовать положительные чувства «ганьцин» друг к другу. Для предпринимателя с Тайваня крайне важно, прежде чем начать какую-либо сделку со своим партнером, вначале установить с ним межличностную связь «гуанси» и положительные чувства «ганьцин». Это может выражаться в такой непривычной для российского предпринимателя форме, как подарки в виде предметов одежды при первой встрече или вопросов о личной жизни собеседника.

Вплоть до 1920-х гг. китайское правительство предоставляло только слабую и непостоянную институциональную и легальную поддержку коммерческим сделкам и частной собственности. В этих условиях западная система оформления сделок письменными договорами не могла работать, но система, основанная на связях и межличностных отношениях, могла. Контракт, не подкрепленный поддержкой государственной судебной системы, не мог заставить нечестного предпринимателя выполнить свои обязательства, однако потеря имени и репутации в предпринимательском сообществе было достаточно мощным стимулом для того, чтобы данное обещание было исполнено в срок.

Феномен «гуанси» наиболее отчетливо можно наблюдать среди малых и средних предприятий Тайваня. Несмотря на то, что в новой истории Тайваня правительство достаточно эффективно защищало права частной собственности, и на острове существовали развитые финансовые институты, малый бизнес вплоть до середины 1980-х гг. не рассматривался банками как объект даже для возможного кредитования. Компании, которые соответствовали требованиям банков к заемщикам, не нуждались в этих кредитах. Малый и средний бизнес в торговле и производстве, основанный в 1950-70-х гг., часто не был зарегистрирован, не имел лицензий, и часто вел коммерческую деятельность на неформальной основе, основываясь на традиционном способе ведения бизнеса «гуанси». Доверие, которое было связующим звеном всей этой системы, строилось из набора таких качеств предпринимателя как репутация, личные отношения и общие корни (родственные связи, место рождения, учебное заведение). Кандидат, достойный доверия, как правило, получал кредит в форме чека с задержкой платежа. Для малого предпринимательства существовал еще один источник кредитования – кредитные ассоциации. Денежный фонд формировался из взносов участников, который затем мог использоваться участниками по очереди по фиксированной ставке. В основе этой системы кредитования также стояли «гуанси».

Кроме формирования системы кредитования малого бизнеса «гуанси» эффективно работают как связующее звено среди производителей одинаковых товаров, так называемых предприятий «тунхань». Несмотря на то, что они являются конкурентами друг другу, связи могут быть ценным источником для хороших советов и помощи. Среди производителей товаров с невысокой себестоимостью можно часто встретить истории о том, как руководство фирм, казалось бы, конкурентов, давало полную и точную информацию об особенностях перемещения производства на материковый Китай. Предприятия «туньхан» также помогают друг другу выполнять крупные заказы. Например, руководитель завода может взять заказ больше его производственных возможностей, и тогда он передает часть заказа фирме «туньхан». Субподрядчик получает небольшую комиссию, а товар отгружает от завода, принявшего заказ. Другой формой кооперации является помощь при нехватке сырья или комплектующих изделий. Объединенные через «гуанси» владельцы этих небольших фирм видят друг в друге больше друзей, нежели конкурентов. Часто общаясь между собой, они не дают друг другу резко снижать цены, их покупатели также связаны с ними через систему «гуанси», поэтому цены не могут и резко повышаться.

Неформальные связи «гуанси» лежат и в основе особой системы субподряда, которая стала одним из конкурентных преимуществ экспортного сектора Тайваня. Производственных процесс разбивается на множество узкоспециализированных этапов, которые отдаются мелким фирмам. Например, изготовление готовой одежды разделялось на этапы: дизайн, раскройка, сшивание, проделывание дырок для пуговиц, пришивание пуговиц, обрезка ниток, глажение. Каждый этап выполняется отдельной фирмой сателлитом «вэйсинь гунчан», которая может состоять и из одного человека, работающего на дому. Готовый товар отправляется поставщику для контроля качества и упаковки. Эта форма производства отличается низкой себестоимостью и высокой мобильностью и гибкостью к рыночным изменениям, однако невозможна без системного доверия к субподрядчикам, которое обеспечивают «гуанси».

Если «гуанси» пронизывает всю организационную структуру китайского бизнеса, то другое важное понятие, пронизывающее культуру поведения - это «мяньцзы» или «лицо». В обществе, где репутация играет большую роль, сохранить лицо в любой ситуации – это фундаментальная концепция, лежащая в основе доверия «синьюн», которое открывает вход во многие двери. И наоборот, нет события страшнее, чем потерять лицо. Часто находясь в одном ресторане с бизнесменами из Тайваня, часто можно заметить, какая ожесточенная начинается схватка между взрослыми людьми, когда официант приносит счет. Оплатить счет за совместный деловой обед – это один из способов повысить свое «мяньцзы», дать заплатить другому, как и оплатить только свой счет – это верный способ потерять лицо. «Мяньцзы» в китайской культуре стоит в одном ряду с такими понятиями, как деньги и власть.

Кроме понятий сохранить и потерять лицо, смысл которых аналогичен их русским фразеологизмам, в китайской традиции существует еще и понятие «дать лицо другому» (гэй мяньцзы), т.е. сохранить или повысить репутацию другого человека, выказать ему уважение. Дать другому человеку сохранить свое лицо в плохой ситуации настолько же важно, как и сохранить свое. В основе этого лежат такие конфуцианские ценности, как стремление сохранить гармонию в обществе, уйти от конфликта. Например, при увольнении непрофессионального сотрудника настоящая причина, как правило, официально не произносится. Работнику дается возможность написать самому заявление об увольнении. Также и недовольство действиями начальства никогда не будет официальной причиной увольнения сотрудника, уходящего в другую компанию. Помочь человеку сохранить лицо означает, и дать возможность остаться внутри сети, объединенной «гуанси». Новость о факте, подрывающем доверие членов группы, быстро распространяется, и человек оказывается отрезанным от всей сети сразу.

Феномен «мяньцзы» присутствует не только на межличностном уровне, но и на уровне организаций. Хранить лицо своей компании является одним из миссий для ее сотрудников. Эта игра в «мяньцзы» хорошо прослеживается на примере того, как тайваньские компании относятся к переговорам по ценам. Как правило, первоначальная цена товара значительно завышается, для того чтобы в последующем дать скидку покупателю, который потребует «дать ему и его компании лицо», чтобы выглядеть умелым переговорщиком, представляющим динамичную компанию, в глазах окружающих.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие элементы организации и рынка как экономических институтов присутствуют в «гуанси»?
2. Почему выгодно соединять конкуренцию и кооперацию? Не деформируется ли при этом природа и позитивная сила рынка?
3. На каких социальных основаниях базируются формы социально-экономических взаимодействий, подобные «гуанси»? Какие этические проблемы возникают в такого рода структурах?
4. Какие структуры на Западе и в России выполняют экономические функции и проекты, реализуемые в Китае сетями малых предприятий – «гуанси»? Существуют ли или существовали в прошлом сходные с «гуанси» образования в России? Если «да» - приведите примеры.

Групповое задание

Групповое задание «Системный анализ организации»

Выбрать конкретную организацию (компанию) для прикладного анализа. Подготовить краткую историческую справку о компании, выбранной для прикладного анализа. Охарактеризовать систему организации труда и управления в выбранной компании. Выделить

основные организационные подсистемы в выбранной компании. Выписать организационные цели. Охарактеризовать основные межорганизационные связи и отношения анализируемой компании.

В изучаемой компании определить основные элементы организационной структуры и связи между ними. Нарисовать схему. Определить вид организационной структуры. Выявить исторические особенности формирования данной структуры.

Кратко охарактеризовать операционную деятельность компании и основную организационную технологию. Нарисовать схему технологического процесса. Выделить основные группы персонала в изучаемой компании. Охарактеризовать их цели и интересы. Проанализировать проблемы трудовых отношений.

Выписать основные производственные и экономические показатели деятельности выбранной компании. Определить общие черты экономического положения компании. Сделать попытку ее дальнейшего развития.

Определить форму организации бизнеса. Обосновать выбор данной формы, сделать предположения о возможности избрания другой формы бизнеса.

Охарактеризовать основные элементы организационной культуры выбранной компании. Опередить тип организационной культуры по различным классификациям. Выявить наиболее яркие артефакты организационной культуры.

Охарактеризовать этап жизненного цикла выбранной компании. Определить направления дальнейшего развития и необходимые организационные изменения.

Тест

1. Какие правила поведения не характерны для института организации:
   a. неравенство элементов, составляющих социальную систему;
   b. обязательное наличие неформальных отношений;
   c. свобода и конкуренция;
   d. приоритет внемонетарных оценок над монетарными;
   e. несовпадение формального и неформального лидерства;

2. Что лежит в основе взаимодействия людей в организации:
   a. контракты
   b. приказы
   c. неформальные отношения
   d. приверженность всех людей единой цели.

3. Какой вопрос поставил Р.Коуз в своей статье «Природа фирмы»:
   a. Почему организации развиваются?
   b. Почему организации похожи друг на друга?
   c. Почему организации существуют, если рынок является идеальным механизмом распределения ресурсов?

d. Почем организации, даже самые крупные, могут исчезать?

4. Трансакционные издержки:
   a. осложняют использование института рынка;
   b. облегчают использование института рынка;
   c. осложняют использование института организации;
   d. облегчают использование института организации, если географическое расстояние между субъектами взаимодействия достаточно велико.

5. С развитием информационных технологий трансакционные издержки:
   a. возрастают;
   b. снижаются;
   c. остаются неизменными;
   d. колеблются в своем объеме.

6. Главным позитивным свойством рынка является:
   a. тенденция к снижению издержек и цен;
   b. инновационность;
   c. удовлетворение максимального количества потребностей людей;
   d. тенденция к саморазвитию.

7. Какие сферы и тенденции общественной жизни строятся в соответствии с правилами института организации:
искусство;
   a. естественные языки;
   b. искусственные языки;
   c. спорт;
   d. рынки;
   e. наука;
   f. демократические политические режимы;
   g. тоталитарные политические режимы.

8. Могут ли существовать страны-организации:
   a. могут только в утопических романах;
   b. могут, и они существовали на земле;

c. не могут;
d. ранее не существовали, но будут существовать в постиндустриальном обществе.

9. Главным постулатом обыденного организационного сознания является:
a. весь мир – это большая организация;
b. чем дольше работаешь в организации, тем больше получаешь;
c. карьера – это главное в жизни человека;
d. доход человека определяется его статусом.

10. Гибридные организационно-рыночные формы взаимодействия людей в экономике создаются:
a. для того, чтобы снизить издержки;
b. потому что люди действуют в условиях разных национальных бизнес-культур;
c. для того, чтобы совместить конкуренцию и кооперацию;
d. по политическим соображениям.

11. На основе вхождения правил института организации в структуру рыночных отношений образуются:
a. холдинги
b. кейрецу;
c. олигополистические рынки;
d. организационные сети;
e. рынки, регулируемые государством
f. франчайзинговые сети
g. рынки, регулируемые организованной преступностью.

12. Для механических организационных структур характерно:
a. четкое следование правилам и инструкциям;
b. трудоустройство близких родственников;
c. стандартизированные и устойчивые задачи;
d. ориентация на материальное вознаграждение;
e. иерархическая система контроля;
f. большой размер организации.

13. Что происходит с разделением труда среди управленцев с ростом бизнеса?
a. оно увеличивается;

b. оно остается неизменным;
c. оно растет до определенного предела, а потом начинает сокращаться;
d. оно падает.

14. Что служит базовым свойством матричной организационной структуры?
a. использование современных технологий;
b. двойное подчинение;
c. выделение территориальных подразделений;
d. гибкость.

15. Что такое уровень в организационной иерархии?
a. совокупность людей, получающих одинаковую заработную плату;
b. группа работников, в раках которой преобладают горизонтальные связи;
c. совокупность людей, имеющих однопорядковые управленческие полномочия и обязанности;
d. подчиненные одного руководителя.

16. Из нижеперечисленных отметьте проблемы, в наибольшей степени характерные для линейно-функциональной структуры:
a. большое количество уровней управления;
b. территориальная разобщенность подразделений;
c. сверхспециализация, приводящая к возникновению коммуникационных барьеров между отделами;
d. отсутствие единоначалия;
e. перегрузка высшего руководства из-за приоритета вертикальных связей;
f. постоянно возникающие межличностные конфликты между работниками отделов.

17. В каком окружении эффективен механический тип организации?
a. в быстро меняющемся;
b. в циклически развивающемся;
c. в стабильном;
d. в кризисном.

18. Какие из перечисленных ниже характеристик относятся к органическому типу управления компаниями?
мало правил и процедур;
a. субъективная система вознаграждения;
b. узкая специализация работников;

c. высокая свобода действий;
d. четкие критерии отбора кадров;
e. ясность в уровнях иерархии.

19. Каково базовое преимущество дивизиональных организаций?
a. разделение полномочий между стратегическим и тактическим уровнями управления
b. быстрая реакция на изменения окружения
c. унифицированность управленческих процедур
d. минимальные затраты на управление

20. Для какого типа организации характерно образование временных целевых групп?
a. для традиционной
b. для корпоративной
c. для матричной
d. для дивизиональной

7.1.2 Самостоятельная работа

Домашние задания

1. Самостоятельно найти, выписать и сравнить 3-4 определения понятия «организация». Можно использовать учебную и научную литературу по социологии, психологии, экономике, управлению, праву, философии.

3. Составить концептуальную таблицу «Основные образы организации и их характеристика».

3. Сделать конспект: Морган Г. Парадигмы, метафоры и решение задач в теории организации//Теория организации: Хрестоматия. 2-е изд./Пер. с англ. под ред. Т.Н.Клеминой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. С. 2-22.

4. Сделать конспект: Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. С. 323-337. (VIII. Бюрократическая структура и личность)

5. Сделать конспект: Минцберг Г. Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру/Пер. с англ. О.И.Медведь. М.: Эксмо, 2009. С. 113-135. (Гл. 6. Происхождение конфигураций. Объединение базовых характеристик организаций)

6. Выписать определения понятий «власть», «партнерство», «конфликт».

7. Сделать конспект: Коуз Р.Г. Природа фирмы//Природа фирмы: Пер. с англ. М.: Дело, 2001. С. 33-52.

8. Сделать конспект: Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация/Науч. ред. и вступ. статья В.С.Катькало. Пер. с англ. СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996. С. 48-151. (Гл. 1. Экономическая теория трансакционных издержек. Гл. 2. Контрактный человек. Гл. 3. Управление контрактными отношениями)

9. Сделать конспект: Саймон Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления//THESIS, 1993, вып. 3. С. 16-38.

10. Сделать конспект: Шейн Э. Организационная культура и лидерство. 3-е изд./Пер. с англ. под ред. Т.Ю.Ковалевой. СПб.: Питер, 2007. С. 230-249. (Гл.15. Что должен знать лидер об изменении культуры)

11. Составить концептуальную таблицу «Подходы к анализу организации как социального феномена».

12. Сделать конспект: Адизес И. Организационные метаморфозы – диагностика и лечение проблем жизненного цикла//Управление изменениями: Хрестоматия. 2-е изд./Пер. с англ. под ред. Г.В.Широковой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. С. 210-238.

13. Составить концептуальную таблицу «Подходы к определению понятия “внешняя среда” организации».

14. Сделать конспект: Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание/Пер. с англ. под ред. А.Н.Петрова. СПб.: Питер, 2009. С. 180-241. (8. Стремление и культура. 9. Стратегическое лидерство)

15. Выписать определение понятия «экосистема». Привести примеры экосистем.

16. Сделать конспект: Ханнан М.Т., Фриман Дж. Экология организационных популяций//Теория организации: Хрестоматия. 2-е изд./Пер. с англ. под ред. Т.Н.Клеминой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. С. 416-456.

17. Сделать конспект: Димаджио П.Дж., Пауэлл У.У. Еще раз о «железной клетке»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях//Теория организации: Хрестоматия. 2-е изд./Пер. с англ. под ред. Т.Н.Клеминой; Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. С. 335-362.

18. Систематизировать направления корпоративной социальной ответственности. Сделать соответствующую таблицу с примерами.

19. Сделать конспект: Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/Майкл Портер; Пер. с англ. 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. С. 72-116. (Гл. 2. Базовые варианты конкурентной стратегии. Гл. 3. Методика анализа конкурента).

20. Провести сравнительный анализ классических индустриальных организаций и постиндустриальных организаций. Сделать соответствующую таблицу с обозначением различий и при мерами.

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

Вопросы к экзамену:

1. Организации как специфические социальные образования. Природа социальных организаций.
2. Социология организаций как научная дисциплина.
3. Основные теоретические подходы к изучению организаций.
4. Основные этапы развития социологии организаций в России.
5. Особенности развития организаций в доиндустриальную и индустриальную эпохи.
6. Современные тенденции развития организаций.
7. Механистический взгляд на организацию: классическая теория организации и управления.
8. Организация трудового процесса. Подход к построению организации и управлению Ф.Тейлора.
9. Концепция администрирования А.Файоля.

10. Концепция бюрократической организации М.Вебера.
11. Организация как экосистема. Базовые элементы внутренней среды организации. Организационные подсистемы.
12. Организационная структура. Виды организационных структур.
13. Процесс интеграции и дифференциации в организационном пространстве.
14. Модель организации как социальной системы Ч.Барнарда.
15. Соотношение формальной и неформальной организации.
16. Персонал организации. Рационалистический и гуманистический подходы к управлению человеческими ресурсами.
17. Функции управления человеческими ресурсами современной компании.
18. Технология как основа построения организаций. Виды технологий.
19. Взаимосвязи между технологией и организацией. Исследования Дж.Вудворд.
20. Организация как социотехническая система занятие.
21. Взгляд на организацию как на политическую систему.
22. Организации и рынки. Социологическая интерпретация трансакционных издержек.
23. Взгляд на организацию как на интеллектуальную систему.
24. Организационная культура: характеристики, элементы, уровни.
25. Принципы и методы управления организационной культурой.
26. Управленческая типология организационных культур С.Хэнди.
27. Характеристики национальных бизнес-культур в модели Г.Хофштеде.
28. Процесс управления организационной культурой.
29. Взгляд на организацию как на организм.
30. Жизненные циклы организаций.
31. Организация и внешнее окружение: важнейшие подходы к анализу.
32. Организационная адаптация. Механистическая и органическая модели организации.
33. Модель стратегического выбора. Определяющие факторы стратегического выбора.
34. Модель ресурсной зависимости. Способы контроля ресурсов окружающей среды.
35. Неопределенность внешней среды. Ситуационная матрица формирования стратегии Дж.Томпсона.
36. Отношения между организациями и внешней средой: популяционная экология организаций. Модель естественного отбора.
37. Гомогенность организационных форм и практик. Механизмы институциональных изоморфических изменений.
38. Взаимодействие организации с макросоциальной средой.
39. Клиентская среда организации. Воздействие организаций на потребительское поведение.
40. Организации в современной конкурентной среде. Современные интерпретации понятия конкурента. Процесс исследования конкурентов организации.
41. Базовые стратегии компании в конкурентной борьбе.
42. Этические аспекты организационного поведения. Корпоративная социальная ответственность.

Критерии оценки ответов на экзамене:

Оценка	Описание критериев оценки
отлично	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым дает исчерпывающие ответы на все вопросы.
хорошо	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе специализированную группу понятий, дает удовлетворительные ответы на вопросы.
удовлетворительно	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует при ответе специализированную группу понятий, дает удовлетворительные ответы.
неудовлетворительно	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную понятий, дает неудовлетворительные ответы на вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)				
Оценка / Результаты обучения	2	3	4	5
ЗНАТЬ:	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания

УМЕТЬ:	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
ВЛАДЕТЬ:	Отсутствие владения	В целом успешное, но не систематическое владение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое владение

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Барков С. А., Зубков В.И. Социология организаций. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮРАЙТ, 2026.
2. Барков С.А. Организация и рынок: противоборство или согласие? М.: Изд-во Московского университета, 2008.
3. Виханский О.С., Наумов А. И. Менеджмент. М.: Магистр, Инфра-М, 2014, 2024.
4. Мескон М. Х., Альберт М. Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Диалектика, 2020.
5. Организационное поведение / Под ред. С.А. Баркова. М.: ЮРАЙТ, 2026.
6. Пригожин А.И. Социология организаций. – М.: ЛЕНАНД, 2022.

б) дополнительная литература:

1. Адизес И. Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей. Ицхак Калдерон Адизес; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012-2015.
2. Адизес И. Управление жизненным циклом корпораций М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012-2018.
3. Артефакты организационной культуры / Под ред. С.А. Баркова, В.И. Зубкова. – М.: Изд-во «У Никитских ворот», 2020.
4. Аршанская (Шешукова) О.В. Психологические условия становления социального интеллекта. Тамбов: Консалтинговая компания Юком, 2018.
5. Бланшар К. Лидерство: к вершинам успеха. СПб: Питер, 2008, 2011.
6. Богданов А.А. Тектология: Всеобщая организационная наука. М.: Финансы, 2003.

7. Виртуальные русские и их экономические реалии/ Под ред С.А.Баркова, В.И.Зубкова, А.В.Маркеевой. – М.: Изд-во «У Никитских ворот», 2019.
8. Гоулман Д. Социальный интеллект. Новая наука о человеческих отношениях. М.: Corpus, 2021.
9. Грошев И.В. Организационная культура. – М.: ЮНИТИ, 2004, 2013.
10. Дафт Р.Л. Менеджемнт. – СПб.: Питер, 2017.
11. Дафт Р.Л. Теория организации. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2022.
12. Деминг Э. Выход из кризиса. Иная парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер, 2011, 2014.
13. Жданов В.Ю. Теория и практика управления экономической устойчивостью организации. – М.: Проспект, 2025.
14. Каменева Т.Н, Шихгафизов П.Ш, Разов П.В. Организация социологических исследований систем управления. – М: НИЦ ИНФРА-М,2025.
15. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Теория организации. – М.: Юрайт. 2024.
16. Минцберг Г. Менеджмент. Природа и структура организаций. – М.: Эксмо, 2018.
17. Пинк, Д. Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки. – М.: Изд. дом "Секрет фирмы", 2005.
18. Социальное управление: современные тренды и технологии / Под научн. ред. Л.А. Василенко. – М.: Проспект, 2023.
19. Социология маркетинга/ Под ред С.А.Баркова, В.И.Зубкова, А.В.Маркеевой. – М.: Изд-во «У Никитских ворот», 2020.
20. Тебекин А.В., Касаев Б.С. Менеджмент организации. М.: КНОРУС, 2014.
21. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. – М.: ЮРАЙТ, 2015.
22. правление знаниями в организации / под ред. А. И. Уринцова. – М.: Юрайт. 2023.
23. Управление проектами и бизнес-процессами организации: практикум. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2023.
24. Управление человеческими ресурсами /Под ред. С.А.Баркова, В.И.Зубкова (в 2-х частях). – М.: ЮРАЙТ, 2026.
25. Хэнди Ч. Слон и блоха: Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
26. Цифровое предприятие: производственный и операционный менеджмент / Под ред. Я. П. Силина. – Екатеринбург: ТРИКС, 2021.
27. Шаш Н.Н. Управление интеллектуальным капиталом развивающейся компании: учеб. пособие. М.: Магистр, ИНФРА-М, 2014.
28. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2011.
29. Шепилов С.В. Развитие социального менеджмента организации. – Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2023.
30. Шуклина М. А. Менеджмент организации. – М.: Издательский дом Университета «Синергия». 2019.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

№	Название	Web-адрес
1	Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
2	Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
3	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru

4	Электронная гуманитарная библиотека	http://www.gumfak.ru/
5	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru/
6	Научная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/
7	Электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
8	Корпоративный менеджмент	https://www.cfin.ru/
9	Портал «Социология, экономика, менеджмент»	www.ecsocman.edu.ru
10	Журнал «Эксперт»	www.expert.ru

8.2. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватели:

- Барков С.А., профессор
- Ксенофонтова Е.Г., доцент
- Колодезникова И.В., доцент
- Свердликова Е.А., доцент
- Юрасова М.В., доцент

11. Разработчик программы.

Барков Сергей Александрович, д.с.н., профессор