

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

УТВЕРЖДАЮ

(декан)

_____/Н.Г. Осипова/

« ____ » _____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
"СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ"

"SOCIAL MANAGEMENT IN THE INFORMATION SOCIETY"

Уровень высшего образования:

Магистратура

Направление подготовки (специальность):

39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ

Направленность (профиль) ОПОП:

«Системная аналитика и социоинженерная деятельность»

Форма обучения:

Очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

на заседании Ученого Совета факультета

(протокол №__ от _____ 2021 г.)

Москва 2021

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 39.04.01 Социология (уровень магистратуры) в редакции приказа МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109.

Год (годы) приема на обучение: 2021.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному циклу вариативной части, обязательная дисциплина направленности, 2 семестр.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть): нет

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ПК-3 Способен интерпретировать социальную, экономическую, демографическую и другую релевантную информацию, а также результаты, полученные в ходе собственного социологического исследования в соответствии с выбранным концептуальным подходом.	ПК-3.2.Применение результатов анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования предложений и рекомендаций	УМЕТЬ: разрабатывать предложения и рекомендации для совершенствования механизмов социального управления в информационном обществе
ПК-7 Способен осуществлять консалтинг и экспертизу социальных составляющих проектов и программ.	ПК- 7.2. Формирование предложений и рекомендаций по разработке и внедрению социальных составляющих проектов и программ	ЗНАТЬ: структурные направления социальной политики на государственном уровне ЗНАТЬ: элементы социальной подсистемы современной организации УМЕТЬ: осуществлять консалтинг и экспертизу управленческих решений по реализации социальных программ и проектов в информационном обществе
ПК- 10 Способен использовать и оптимизировать существующие методы разработки и принятия организационно-управленческих решений для реализации социологического проекта.	Индикатор ПК- 10.1. Обоснованно отбирает и использует методы разработки и принятия организационно-управленческих решений	ЗНАТЬ: теории принятия решений УМЕТЬ: отбирать наиболее эффективные методы и принятия организационно-управленческих решений

		УМЕТЬ: разрабатывать алгоритмы принятия решений в информационном обществе
ПК-12 Способен осуществлять оперативное управление структурным (социологическим, информационно-аналитическим, HR, консалтинговым, маркетинговым, PR и пр.) подразделением организации в соответствии с ее стратегией и оценивать последствия управленческого воздействия.	Индикатор ПК 12.1 Отбирает и реализует функциональные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии	ЗНАТЬ: виды организационных стратегий в информационном обществе УМЕТЬ: реализовывать отдельные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии
	Индикатор ПК 12.2 Оценивает последствия реализации тактических и стратегических управленческих решений для внутренней и внешней среды организации	УМЕТЬ: оценивать последствия и риски принимаемых тактических и стратегических управленческих решений для подразделения и/или организации в целом
МСПК-2. Уметь прогнозировать развитие социальных систем, на основе интегрированных данных, полученных в результате применения математического моделирования, социологических и экспертных методов	Индикатор МСПК-2.1. Прогнозирует развитие социальных систем, на основе интегрированных данных, полученных в результате применения математического моделирования, социологических и экспертных методов	УМЕТЬ: прогнозировать развитие социальных систем на государственном и корпоративном уровнях в условиях информационного общества ВЛАДЕТЬ: навыками экспертного опроса для прогнозирования развития социальных систем
МСПК-3. Уметь диагностировать проблемы и ограничения при внедрении технических и управленческих инноваций и управлять сложными социальными и социотехническими системами, обеспечивая реализацию императива социальной ответственности	МСПК-3. Выявляет проблемы и ограничения при внедрении технических и управленческих инноваций и управляет сложными социальными и социотехническими системами, обеспечивая реализацию императива социальной	ЗНАТЬ: императивы и принципы социальной ответственности в информационном обществе УМЕТЬ: оценивать возможности и ограничения внедрения управленческих инноваций в деятельность государственных структур и отдельных организаций

	ОТВЕТСТВЕННОСТИ	
--	-----------------	--

4. Форма обучения: очная.

5. Объем дисциплины (модуля) составляет 5 з.е., в том числе 48 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 132 академических часа на самостоятельную работу обучающихся.

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				Самостоятельная работа обучающегося, часы	Формы текущего контроля
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			Всего		
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*				
Раздел 1. Эволюция социального управления							
Тема 1. Три концепции эпохи модерна в управлении на государственном уровне	17	1	2	3	14	Устный опрос, доклады, решение кейсов.	
Тема 2. Три концепции эпохи модерна в управлении на корпоративном уровне	17	1	2	3	14	Устный опрос, доклады, групповое задание.	

Тема 3. Современный рынок управленческих идей	20	2	4	6	14	Доклады. Рефераты, дискуссия.
Тема 4. Тенденции развития менеджмента в информационном обществе	20	2	4	6	14	Устный опрос, решение кейсов, индивидуальные задания.
Раздел 2. Организационный уровень социального управления						
Тема 5. Управление интеграционными процессами в компании	21	2	4	6	15	Устный опрос, доклады, групповые задания.
Тема 6 Управление организационной культурой	21	2	4	6	15	Устный опрос, подготовка рефератов.
Раздел 3. Управленческие аспекты развития информационного общества						
Тема 7. Проблема принципала-агента в информационном обществе	20	2	4	6	14	Устный опрос, доклады, дискуссия
Тема 8. Пределы управляемости в информационном обществе	22	2	4	6	16	Групповые задания, дискуссия.
Тема 9. Глобализация и социальное управление	22	2	4	6	16	Устный опрос, доклады, решение кейсов.
Промежуточная аттестация (экзамен)						
Итого	180		48		132	

РАЗДЕЛ 1. ЭВОЛЮЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Тема 1. Три концепции эпохи модерна в управлении на государственном уровне

Исторические попытки построения теории управления по канонам классической науки. Варианты апробирования теории. Экономическая теория и теория управления: взаимодополнение и противоречия. Прагматические аспекты теории управления и ее формально-логическая методология.

А.Смит и управление в эпоху свободного рынка. Допущения экономической классики и проблемы социального управления. Рынок как неуничтожимый механизм. Распределение ресурсов согласно компетентности игроков и их способности конкурировать на рынке. Проблемы свободного рынка: экономические кризисы, монополизация, социальная напряженность, политическая неустойчивость.

Дж.М.Кейнс и государственное регулирование. Отрицание аксиом А.Смита. «Видимая» и «невидимая» руки рынка. Кейнсеанский консенсус и образование «золотого миллиарда». Проблемы государственного регулирования: инфляция, рост налогов, бюрократизация общественной жизни, поддержка неэффективных предприятий, отсутствие стимулов к производительному труду.

Неолиберализм как идеология социального управления. Универсальность аксиом неолиберализма. Неолиберальный консенсус в мире в 1980-90-е годы. Творческое возрождение классических идей Ф.Хайеком и М.Фридманом. Проблемы неолиберализма: рост неравенства доходов (внутри стран и между странами), коррупция и воровство в процессе приватизации, потеря конкурентоспособности национальными экономиками развивающихся стран, политическая зависимость от Запада.

Кризис 2008 года и формирование рынка макроэкономических идей. Отсутствие претензий на формирование универсальной теории, работающей о всех странах. Конец «догоняющего» развития. Национальные культуры и модели экономики.

Тема 2. Три концепции эпохи модерна в управлении на корпоративном уровне

Классическая теория организации и управления. Принципы научного менеджмента Ф.Тейлора. Научный и традиционный менеджмент. Концентрация "мыслительного" компонента деятельности у администрации предприятия. Стандартизация и централизация как основа эффективного управления. Технические и организационные нововведения, использованные Тейлором для повышения производительности труда. Марксистская интерпретация тейлоризма (Г.Браверман). Деградация труда и контроль над массами как приоритеты «научного менеджмента».

Доктрина «человеческих отношений». Значение Хоторнских экспериментов для развития теории менеджмента. Соотношение рационалистического и гуманистического подходов к управлению людьми. Необходимость исследования неформальных структур организации для успешного достижения ее целей. Критика жесткой иерархии и формализации производственных процессов. Доктрина «человеческих отношений» и японский менеджмент.

Системный, структурный и ситуационный подходы к социальному управлению на микроуровне. Применение структурного функционализма к исследованию менеджмента. Социотехническая модель организации (Тавистокский институт). Проблема соответствия технологии, структуры и межличностных взаимодействий в организационном подразделении. Ситуационные теории менеджмента. Определение факторов составляющих управленческую ситуацию. Ситуационное понимание функций управления и связующих процессов в организации.

Тема 3. Современный рынок управленческих идей

Современный рынок теории менеджмента. Отказ о построения теории управления по образцу естественнонаучных концепций. Современная теория управления и постмодернизм. Причины разнообразия подходов к управлению в постиндустриальной экономике. Феномен «коллективной рациональности». Культурное разнообразие в современном менеджменте. Рынок консультантов и рынок «гуру менеджмента». Маркетинговые аспекты продвижения управленческих идей.

Всеобщий менеджмент качества. Истоки формирования менеджмента качества в 1980-х годах. Активизация творческой деятельности подчиненных. Многообразие определений качества. Эволюция подходов от качества продукции к качеству менеджмента. Международные стандарты качества. Процесс стандартизации систем управления в современных условиях.

Реинжиниринг бизнес-процессов. Процессный подход к менеджменту. Реинжиниринг и оптимизация. Выявление лидеров бизнес-процессов. Элитарные основы практики реинжиниринга. Этапы реинжиниринга. Реинжиниринг и трансформация структур управления. Использование информационных технологий в реинжиниринге компании. Результаты реинжиниринга.

«Самообучающаяся организация». Феномен организационного знания. Процесс устаревания знаний. Управление знаниями и креативностью. Административные и идеологические аспекты реализации концепции «самообучающейся организации». Организация непрерывного обучения работников компаний. Менеджер как тренер. Обучение как решение организационных проблем.

Тема 4. Тенденции развития менеджмента в информационном обществе

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 годов по отношению к малым формам бизнеса. Зарождение и развитие тенденции к децентрализации производства. Кризис вертикальной интеграции. Прозрачность границ организаций для внешних рынков.

Тенденция к участию в прибылях всего персонала фирмы. Участие в прибылях как гибридная организационно-рыночная форма мотивации. Значение кампаний по приватизации начала 1980-х годов в Великобритании и других европейских странах. Организационные формы распределения акций среди работников компании (ESOP и др.). Принцип обязательного владения акциями: достоинства и недостатки. «Профит-шеринг» и традиционная премиальная система. Бонусы от прибыли фирмы как средство приобщения работников к глобальным организационным целям.

Производственная демократия. Повышение роли самоуправляемых групп и команд в организации. Корпоративное управление и внедрение рыночных начал в структуру принятия стратегических решений.

Становление гибких организационных структур. «Холмообразные» и проектные структуры. Формализация неформальных связей и развитие организационных сетей. Постиндустриальные преобразования организационных структур. Сокращение уровней управления. Гибкое строение фирмы как ответ на постоянно изменяющееся внешнее окружение.

Развитие систем телекоммуникаций и их использование в бизнесе. Сокращение транзакционных издержек и повышение доступности рынка как социально-экономического института. Телекоммуникации и новые возможности малых организаций. Экономические и технические причины разделения (географического и организационного) производства и генерации идей в современной экономике. Глобализация бизнеса и различные подходы к решению проблем географической и культурной диверсификации.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Тема 5. Управление интеграционными процессами в компании

Организация как совокупность механизмов координации экономической деятельности. Базовые механизмы координации.

Непосредственное руководство, приказы начальства. Предпринимательские фирмы (небольшие организации в динамичном окружении). Власть руководителя. Легальные основания для власти. Субординация и подчинение в крупных иерархических структурах. Защищенность подчиненных как плата за данный тип координации.

Стандартизация работ. Массовое производство как механизм индустриальной координации (конвейер, фаст-фуд, стандартное строительство, стандартная одежда). Отличие индустриальной стандартизации от стандартизации в традиционном обществе (дома, одежда, пища). Стандартизация работ и деградация труда. Знания как источник сопротивления руководству. Бюрократизация как возможность дополнительной эксплуатации. Формы контроля и сопротивления им.

Контроль результатов деятельности. Высокая стоимость стандартизации работ и постоянного контроля. Результаты и мотивация. Вопрос доверия к подчиненному. Контроль за подразделениями. Управление по результатам.

Соотнесение знаний и умений – контроль посредством квалификации. Обучающие программы как механизм координации. Возможные противоречия со стандартизацией работ. Новое качество труда и рабочей силы. Самокоординация работников на основе общих целей, знаний и языка. Проблема данного типа координации внутри подразделений.

Координация посредством норм, ценностей и общей культуры. Высшая форма синергетического эффекта. Приверженность организации и «промывание мозгов». Стандартизация работ и развитие организационной культуры – противоречие или взаимодополнение.

Групповая координация. Группа равных как экономический и управленческий феномен. Групповая деятельность и проблема «безбилетника». Групповое давление и групповая мотивация. Свободный обмен информацией в группе как основа выработки инновационных решений. Техники групповой работы. Проблематичность групповой координации как основы развития организации.

Типы организаций на основе превалирования механизмов координации. Предпринимательская, централизованная организация. Машинная, бюрократическая организация. Профессиональная организация. Диверсифицированная, децентрализованная организация. Инновационная организация. Миссионерская организация.

Тип организации и фаза ее жизненного цикла. Проблемы перехода от одного типа организации к другому. Противоборство и взаимодополнение различных механизмов координации в рамках организаций разных типов. Внешняя среда как фактор выбора типа организации.

Тема 6. Управление организационной культурой

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 3. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Тема 7. Проблема принципала-агента в информационном обществе

Представление о фирме как о едином целом. Цель фирмы – максимизация прибыли или стоимости для владельцев. Поиск равновесия (оптимума) Парето как задача менеджера, стимулируемого совершенным рынком.

Поведенческая теория фирмы. Фирма как коалиция участников. Оправдание ожиданий участников – основа существования фирмы. Взносы участников и их компенсации. Материальные и нематериальные компенсации. Зависимость ожиданий от современного размера компенсаций и компенсаций, выплачиваемых в других организациях. Риск смены фирмы и неполнота информации. Отсутствие единой цели у организации.

Стейкхолдерская модель организации. Различия между стейкхолдерами. Менеджмент как особая категория участников организации. Принятие решений как «выторговывание» вариантов. Переговорная сила. Организационный «люфт» (slack). Ограничения на переговорах.

Проблема принципала-агента. Различные трактовки проблемы. Политические особенности функционирования открытых акционерных обществ как самой крупной формы организации бизнеса. Собрание акционеров, совет директоров, менеджмент, исполнительный директор как органы управления. Причины усиления внимания к проблемам корпоративного управления в XXI веке. Корпоративные скандалы: их причины и последствия. Легальные и нелегальные доходы топ-менеджмента. Пути решения проблемы принципала-агента: повышение зарплаты топ-менеджеров, усиление контроля и др.

Тема 8. Пределы управляемости в информационном обществе

Теоретические подходы к организационной эволюции – креационизм (классическая экономическая теория), популяционная экономика, эволюционный институционализм.

Замена адаптации селекцией в популяционной экологии. Структурная инерция организации. Причины инерции – надежность, подотчетность, воспроизводимость. Развитие популяции организаций в терминах популяционной экологии. Ниша. Плотность ниши. Уровень смертности организаций. Виды организаций. Первооткрыватели и последователи. Специалисты и дженералисты.

Эволюционное изменение организаций в теории Р.Р.Нельсона и С.Дж.Уинтера. Понятие рутины. Иерархия рутин. Рутин, навыки, тайное знание. Изменения рутин. Распространение рутин в отрасли. Рутинизация изобретений как задача управления. Роль крупных и малых организаций в эволюционном процессе.

Управление и «зависимость от пройденного пути». QWERTY-эффекты. Управление как разрушение традиций и следование им. Невозможность нахождения оптимального пути развития объекта управления в реальной экономике.

Тема 9. Глобализация и социальное управление

Глобализация как экономическое, социальное и культурное явление. Количественные и качественные изменения управленческой деятельности в эпоху глобализации. Роль управленческих элит в процессе глобализации.

Глобализация и государственная власть. Идея всемирного государства. Причины отказа от идеи всемирного государства и директивных методов управления на глобальном уровне. Формирование глобального рынка. Сетевые структуры как субъекты глобального управления. ООН. Большая «восьмерка» и «Большая «двадцатка». Экономические форумы.

Конкуренция национальных государств на глобальном рынке. Имидж страны и ее «конкурентная позиция». Ограничения идеи конкуренции в мировом масштабе и идеи догоняющего развития. Современный мир как выставка культур и экономик.

Формы международного бизнеса. Мотивы создания международных стратегических альянсов. Международные альянсы и глобальная конкуренция.

Контрактные формы международного бизнеса. Лицензирование. Франчайзинг. Контракты на управление. Контракты «под ключ». Соглашения о разделе продукции. Подряд и субподряд. Другие формы коллективных контрактов. Специфика управления в контрактном бизнесе.

Долевое и 100%-ное владение в международном бизнесе. Причины привлечения партнеров. Задействование ресурсов — материальных и нематериальных. Создание «местного» лица фирмы. Слияния и поглощения на глобальном рынке. Государственные ограничения иностранного присутствия в стране. Централизация и децентрализация в МНК.

Стратегические альянсы и государство. Государство как участник и спонсор стратегических альянсов.

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

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

7.1.1. Темы рефератов:

- «Невидимая рука рынка» и социальное управление.
- Марксизм как методология социального управления.
- Типы экономических систем. Подвиды смешанной экономики.
- Социально-экономические проблемы государственного регулирования.
- Неолиберализм как социально-управленческая стратегия.
- Базовые проблемы неолиберализма.
- Социальное управление в период экономического кризиса.
- Организационные причины экономического кризиса.
- Институционализм и социальное управление. Эффект Веблена.
- Социально-управленческие идеи Э.де Сото.
- Организация и рынок в различных сферах общественной жизни.
- Стейкхолдерская модель организации. Взаимодействие участника с организацией.
- Максимизация и сатисфакция как цели существования фирмы. Агентская теория фирмы.

7.1.2. Темы докладов:

- Информация в управлении социально-экономическими процессами. Неопределенная, скрытая, сложная информация.
- Эффект «предвзятого выбора» (adverse selection) в социальном управлении.
- Моральная опасность (moral hazard) и проблемы социального страхования.
- Особенности координации деятельности внутри организации.
- Вертикаль власти как механизм координации. Предпринимательские фирмы.
- Стандартизация (унификация) заданий как механизм координации. Машинная бюрократия.
- Стандартизация операций и деградация труда (Браверманн и теория трудового процесса).
- Бюрократия как социально-управленческий феномен (М.Вебер и Астонские исследования).
- Координация результатов деятельности как механизм координации. Диверсифицированные, дивизиональные организации.
- Стандартизация знаний и умений как механизм координации.
- Стандартизация норм и ценностей как механизм координации.
- Социальное управление и трансакционные издержки. Виды издержек.
- Феномен оппортунизма в социальном управлении.
- Ограниченная рациональность и управление. Социальные ограничения рациональности.
- Теория игр в социальном управлении и политике.
- Экономическая интерпретация аукциона как инструмента социального управления. Виды аукционов.

7.1.3. Примерные задания для практических занятий:

1. Развернутая беседа «Фордизм: прошлое в настоящем и будущем».

План беседы:

1. Американские истоки фордизма
2. Интернационализация фордизма
3. Фордизм в СССР
4. Фордизм в постиндустриальном обществе (Китай, Индия, Бангладеш и др.).
5. Возможна ли «новая индустриализация» без фордизма?

На основе самостоятельной работы, предполагающей анализ рекомендованных преподавателем российских и зарубежных публикаций по проблемам актуальности фордистских подходов к организации и управлению, магистрант формирует свою точку зрения относительно актуальности данной парадигмы в социальном управлении. Затем в ходе обсуждения на семинаре магистранты выводят общее представление о наиболее вероятном будущем фордизма в современном мире.

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех магистрантов по выдвинутой проблеме с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления магистрантов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

2. Кейс. «Рынок управленческого консалтинга в информационном обществе».

Истинной цифры никто не знает, но по экспертным оценкам емкость глобального рынка управленческого консалтинга составляет многие десятки миллиардов долларов. Консультанты слетаются на деньги, как пчелы на мед. Крупные компании любой отрасли окружены всевозможными консалтинговыми фирмами, которые пытаются «прокормить» своих исключительно дорогостоящих сотрудников. (К примеру, работа команды консультантов компании *McKimsey* на предприятии-заказчике обходится клиенту не мене, чем в \$250 000 в месяц.)

Многие терпящие бедствие торговые марки пытались воспользоваться помощью консультантов. Они отдали им свои деньги, но реальной помощи по выходу из кризисной ситуации не получили. То, как консультанты проявили себя в работе с большими брендами, позволяет без преувеличения назвать их современными «Робин Гудами», которые грабят богатых, но не отдают деньги бедным, а оставляют награбленное себе.

Компания *Levi's* потратила \$850 млн. на услуги *Anderson Consulting*, которая была призвана провести реинжиниринг и добиться повышения уровня обслуживания покупателей. Единственным результатом деятельности «опытных профессионалов» стало усиление неразберихи. Наводить же порядок пришлось совету директоров.

Компания *AT&T* израсходовала в свое время на оплату консультационных услуг той же компании более \$87 млн. Сотни компаний помельче заработали миллионы и миллионы долларов на метаниях *AT&T* из стороны в сторону между концепциями типа «трансформация бизнеса», «управление изменениями» и «реинжиниринг бизнес-процессов».

Крупные консалтинговые компании создают внутри и вокруг себя такую культуру, которая свойственна скорее юридическим фирмам. В них доминируют такие темы, как секретность и «привилегии клиента» (обязанность фирмы не распространять конфиденциальную

информацию). Неудивительно, что клиенты не желают, чтобы их секреты обсуждались кем-либо, кроме сотрудников консалтинговой компании. Но одновременно это еще и идеальный повод не говорить с клиентом ни о чем, что может вызвать дискомфорт.

Сотрудники компании *Monitor* открыто признают, что большинство контрактов с консультантами оказываются напрасной тратой денег из-за завышенных обещаний. Здесь вступает в силу закон откровенности: «Признайте негатив, и клиент предоставит вам позитив». Позитив в данном случае — готовность клиента «развить бурную деятельность» и установить долгосрочные отношения. (Перевозу: поймать его на крючок.)

Чтобы заработать большие деньги, консультант должен иметь идею и уметь продать ее.

Рецепт успеха в консалтинговом бизнесе включает в себя четыре ингредиента.

1. Напечатать статью в «*Harvard Business Review*».
2. Затем «раздуть» ее до размеров книги.
3. Молиться, чтобы книга стала бестселлером.
4. Сбыть идею за как можно большую сумму.

Компании масштаба *McKinsey* стараются не связывать свою деятельность с конкретными тенденциями в консалтинге, однако фирмам поменьше без уникальной концепции не обойтись. Причем это необязательно должна быть идея — сойдет и так называемый «инструмент менеджмента» - различные матрицы, методы продвижения, методы оценки информации и т.п.

Компания *Bain & Co.* из своего роскошного офиса на бостонской Копли-плаз ведет наблюдение за 1300 консалтинговыми фирмами всего мира. Она настолько закрыта, что ее сотрудники не имеют права даже на визитные карточки. Говорят, что во время переговоров с клиентами в самолетах вместо реальных имен и названий они используют специальный код.

В последнее время *Bain & Co.* изучала действенность многих «инструментов менеджмента». В газете «*Wall Street Journal*» была опубликована статья, в которой она советует руководителям компаний «не подставляться под удары увлечений из категории средств менеджмента». Вероятнее всего, имелась в виду необходимость отделять «зерна» (услуги самой *Bain*) от «плевел» (остальных консультантов). *Bain* понимает, что объективных данных о пользе или вреде активного использования инструментов менеджмента не существует, равно как не существует данных о полезности конкретных средств. Поэтому она утверждает, что в отсутствие информации необоснованная реклама «превращает выбор инструмента в опасную рулетку».

Учитывая, что очень немногие признаются в напрасной трате сотен тысяч долларов на подобные проекты, в высшей степени наглядной выглядит следующая статистика: 81% из 5600 опрошенных руководителей согласились, что им было обещано больше, чем они получили. (Менее «политкорректное» заявление — «Мы выкинули на ветер кучу денег».)

Одна из проблем предлагаемых инструментов менеджмента состоит в том, что они ориентированы на процессы. Используя аналогию с автомашиной, они способствуют ровной работе корпоративного «двигателя», но ничего не говорят о том, как разрабатывать или продвигать «автомобиль», от чего в конечном итоге и зависит успех. Другая проблема состоит в том, что конкуренты компании могут использовать аналогичные инструменты.

Когда *AT&T* лишилась монополии на стационарную телефонную связь, ее руководство решило попробовать силы в других отраслях. Самая неудачная попытка была предпринята на рынке компьютеров, где бывшая монополия попробовала «догнать и перегнать» *IBM*. В то время *AT&T* активно сотрудничала с консалтинговой организацией всемирно известного специалиста по конкуренции М. Портера. Эта консалтинговая структура высасывала миллионы долларов из *AT&T* как раз за разработку различных инструментов менеджмента. Где же

были Портер «со товарищи», когда их подопечным требовалась срочная помощь? Им следовало бы находиться в офисе у главы *AT&T* и с пеной у рта доказывать ошибочность стратегии клиента. Но этого не произошло.

Хороший консультант должен искать правильный выход из ситуации с учетом возможностей компании, а не выдумывать новые названия и причудливые процедуры.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем состоят главные причины привлечения консультантов в компанию? Выделите те из них, которые Вы считаете рациональными.
2. Почему множественные неудачи консалтинговых фирм не сказываются на поступательной динамике рынка консалтинга?
3. Существуют ли, на Ваш взгляд, существенные отличия ситуации с консультантами в России и западных странах?
4. Каким образом следует выбирать консалтинговую фирму? Определите базовые критерии выбора консультантов.

3. Групповое задание «Разработка сценария корпоративного праздника».

На основе прочитанного кейса – «Компания BASK – производитель специальной одежды для экстрима» – группы студентов выявляют базовые ценности компании и разрабатывают сценарии корпоративного праздника, мероприятия которого должны пропагандировать и укрепить данные ценности.

Компания BASK – производитель специальной одежды для экстрима

Компания BASK производит альпинистские куртки, костюмы для зимней рыбалки, комбинезоны для полетов на парапланах и дельтапланах, толстую куртку для катания на сноубиле, укороченную пуховку для горных лыж, альпинистские гамаши и т.д. Кроме того, в ассортименте фирмы - палатки для экстремальных условий, экспедиционные рюкзаки и спальники

Все это добро производится на двух фабриках российской компании BASK, расположенных в Рязани и Королеве, а продается в сорока городах России, в Великобритании, Западной и Восточной Европе, Скандинавии, Канаде.

А истоки компании – в обычном студенческом общежитии начала 1990-х годов. Шить куртки основатели компании BASK братья Владимир и Сергей Богдановы научились в Московском физико-техническом институте. Студенты физтеха в советское время были большими любителями экстремальных видов спорта. Одежду и снаряжение для такого времяпрепровождения — от курток и рюкзаков до байдарок — в пору тотального дефицита приходилось мастерить самим. Более опытные передавали молодежи секреты «высоких» технологий, в частности пошива альпинистской пуховой куртки — очень прочной, легкой и, главное, теплой.

«В обычной пуховке все швы сквозные, а значит, холодные, — рассказывает Владимир Богданов, ныне генеральный директор BASK. — Альпинистские пуховки мы изготавливали совсем по-другому. Внешнюю и внутреннюю ткань мы не сшивали вместе, а соединяли специальной промежуточной лентой таким образом, чтобы в куртке образовалось около пятидесяти отсеков, каждый из которых нужно было набить пухом и зашить. Получается максимально теплая куртка при минимальном весе».

По утверждению Владимира, таких технологий не было даже за границей — швы там тоже утепляли, но по-другому. Именно эта, «русская народная пуховка», как когда-то в шутку называли ее физтеховцы, более десяти лет спустя, пройдя двенадцать модификаций,

стала бестселлером компании BASK — моделью Khan-Tengri — и побывала на всех восьмидесяти тысяч планет. По этой же технологии выпускается целая серия пуховых изделий, наиболее конкурентоспособных сейчас на зарубежных рынках.

До того как заняться бизнесом, Владимир Богданов работал в НПО «Энергия» — ориентировал в пространстве станцию «Мир». А Сергей Богданов занимался тогда лазерной техникой, защитил кандидатскую диссертацию.

Пытаясь решить квартирный вопрос, братья, как обычно сообщая, заняли денег у знакомых и родственников, нашли «нужного человека», но их, что называется, кинули. Чтобы расплатиться по долгам, Владимир и его жена Ольга сшили пуховку и продали ее знакомому альпинисту за 230 рублей. Вторая такая же улетела за 300. Следующие — по 600—700. В то время оклад инженера был 150 рублей в месяц. Когда все альпинисты в пределах досягаемости были обшиты, рентабельность их бизнеса составляла 400%. Поэтому братья стали наращивать «мощности»: наняли швею, затем вторую, а сами продолжали заниматься физикой.

«Бывшие однокурсники смотрели на нас, как на идиотов, — признаются Богдановы. — Они-то на все сто пользовались фантастическими возможностями девяностых: покупали, продавали и здорово на этом зарабатывали. А производить было немодно и, казалось, неперспективно. Но мы продолжали этим заниматься, так как у нас появилась долгосрочная цель — мы решили встать в один ряд с ведущими мировыми компаниями outdoor».

Богдановым пришлось по душе идея стать компанией, продукцию которой с гордостью носили бы россияне. Тогда они сформулировали для себя долгосрочную стратегию развития их бизнеса — стать маркой номер один в России.

В принципе все последовавшие успехи вновь созданной компании основаны на трех простых вещах, которые Богдановы поняли в самом начале своей предпринимательской карьеры. Во-первых, они решили сделать ставку на очень высокое качество продукции, пусть и в ущерб низким ценам. Во-вторых, они решили развивать свою марку, имя. А в-третьих, они смогли предугадать, что в России станет популярным активный отдых. Правда, с последним они чуть-чуть просчитались.

Богдановы решили, что вскоре культура активного отдыха придет и в Россию — года через два-три, не больше. К тому моменту, думали братья, у них уже будет широкая линейка высококлассных продуктов, которая станет ответом на появившийся спрос, они сразу разбогатеют, отдадут долги и продолжат заниматься любимой физикой.

Реальность скорректировала планы предпринимателей. В начале 1990-х рынок быстро наполнился китайскими пуховыми куртками и пальто по \$10—20. Конкурировать с ними по цене пуховки, произведенные BASK, не могли. Дальше — хуже. Через год пух в китайских куртках вылезал наружу и стал проваливаться вниз, а в некоторых даже гнил. Возник «китайский синдром» — изделия из пуха покупать вообще перестали. Для компании настали трудные времена, так как ее одежду не покупали простые горожане. Осталась самая преданная часть клиентов — альпинисты и путешественники. Впрочем, этот неприятный опыт еще больше убедил Богдановых в том, что ставку надо делать на качество. Тогда же стало ясно: в России не производятся качественные материалы.

Настоящий прорыв в качестве компания совершила тогда, когда научилась делать хороший пух. Российский пух, пожалуй, лучший в мире. Он высоко ценится зарубежными производителями, которые обычно называют его «сибирским». Но в России не умели его обрабатывать. Компания BASK завезла английские моющие средства и экспериментировала над качеством вместе с такими же энтузиастами, работавшими на каширской фабрике «Каригуз». Много пуха испортили, но результатов добились. Три года назад пух, произведенной компанией BASK, вышел на мировой уровень качества. Теперь его с удовольствием покупают многие известные иностранные компании, производящие свою продукцию на нашем рынке.

В свое время самая серьезная претензия к продукции BASK заключалась в том, что она, хотя и была качественной, в чем-то оставалась кустарной. «Например, мы не могли сделать два абсолютно одинаковых экземпляра одной и той же модели... Нормальная марка позволить себе такого, естественно, не может», — поясняет Владимир.

Для выхода на мировой уровень качества BASK нужны были западные технологии и культура производства продукции outdoor, которой никогда не было в России. Немного приблизиться к цели помог случай. Знакомая девушка уехала в США и устроилась работать швеей в известную outdoor-компанию. За несколько месяцев работы она досконально изучила «изнанку» американских изделий и, приехав в Россию погостить, рассказала о требованиях, оборудовании, сильных и слабых сторонах американцев.

Чтобы стать полноценной маркой, нужен был широкий ассортимент изделий. И Богдановы начали шить куртки с синтетическими утеплителями, штормовую одежду, термобелье, шапки, носки, гамашы, рюкзаки, спальники, палатки. Они поставили перед собой такую задачу: BASK должен научиться снаряжать любую обратившуюся к ним экспедицию с ног до головы. Поэтому, уже позже, они стали представлять в России и некоторые зарубежные марки — это касалось снаряжения, которое не производится в России, но необходимо в путешествиях.

Следующим шагом Богдановых стал собственный магазин, который они назвали «Активный отдых». Затем BASK открыл собственное турагентство, которое организует экстремальные путешествия по России и странам СНГ. Наконец, наблюдая за своими западными конкурентами, Богдановы заметили еще одно направление работы над брэндом. Они увидели, что компании — лидеры outdoor спонсируют самые «крутые» национальные экспедиции и таким образом доказывают свою состоятельность, делают марку более известной в своей стране.

Сейчас, применяя наработки для экстрима, компания развивает новое направление — массовую одежду. Для этого Богдановы запустили младший брэнд — BASK City, под которым будут выпускать одежду для городских условий. Скажем, утеплители в такой одежде рассчитаны не на полярные, а на обычные холода, а ткани — на трение не о скалы, а, возможно, о стену вагона метро. При этом модели BASK City будут дешевле, чем аналогичные предложения зарубежных компаний.

4. Дискуссия на тему: «Классовый подход к теориям социального управления: инновационное содержание и методологические ограничения»

План дискуссии:

1. Классическая марксистская формулировка классового подхода
2. Применение классового подхода к событиям XX века.
3. Расширенная трактовка классового подхода – феминизм, постмодернизм и др.
4. Конспирологическая интерпретация классового подхода
5. Возможность и необходимость использования классового подхода в современном социальном управлении.
6. Классовый и кумулятивный подход в трактовке социального управления в постиндустриальном обществе

На основе самостоятельной работы, предполагающей сбор и анализ исторических монографий, общественно-политической публицистики, материалов прессы и Интернета магистранту необходимо продемонстрировать использование широкой и узкой трактовки классового подхода к управленческим решениям на государственном и корпоративном уровнях. Важно показать владение методологией

классового подхода вне зависимости от субъективного отношения к ней и четко определить принципы данной методологии. Материал должен показать, почему сегодня на Западе классовый подход активно используют историки, но не политологи и социологи. Магистрант должен сформулировать и аргументировать свою точку зрения на использование классового подхода как к интерпретации экономических и политических событий, так и к принятию управленческих решений.

Концепция дискуссии: сначала каждый участник дискуссии кратко презентует найденные им тексты; дает им развернутую характеристику; аргументирует свою позицию по поставленным вопросам, затем в ходе общего обсуждения, магистранты отстаивают свои позиции в отношении классовой методологии и исследования социального управления.

7.1.4. Примерные задания для самостоятельной работы:

Индивидуальное задание «Примеры альтернативных решений социальных проблем».

На основе анализа деятельности российских и зарубежных органов власти, а также коммерческих и некоммерческих организаций магистрантам необходимо подобрать примеры успешных и неуспешных решений одной и той же социальной проблемы. Проблема может затрагивать страну, регион, общность или организацию. Важно показать различные методологии решения проблем и результаты их использования.

Примерный перечень проблем (конкретная исследовательская проблема согласуется с преподавателем):

Макроуровень:

- Миграция
- Молодежная преступность
- Наркомания
- Забота о старших поколениях
- Общественный транспорт
- Размер пенсий
- Депрессивные территории

Микроуровень:

- Внедрение инноваций
- Ксенофобия в организации и в районе
- Участие в управлении
- Медленная карьера
- Стресс
- Увольнения
- «Стеклянный потолок» для женщин и др. категорий работников

Важно, чтобы проект представлял различные точки зрения на поставленные проблемы и давал представление о многообразии ситуаций социального управления в государствах и организациях. Наиболее удачными индивидуальными заданиями признаются те, в которых автор сумел сформулировать факторы успешности определенного рода управленческих решений, зависимость эффективности решений от институционального контекста.

Результат оформляется в виде мультимедийной презентации.

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

Примерный список вопросов для промежуточной аттестации (экзамен):

1. Управление рыночными организациями в теории "научного менеджмента" Ф.У.Тейлора.
2. Русские последователи Ф.Тейлора.
3. Тейлор и деградация труда (теория Г.Бравермана).
4. Технологические, экономические и социальные инновации Г.Форда.
5. Стандартизация, унификация и социальное управление в середине XX века.
6. Основные принципы школы «человеческих отношений» в теории менеджмента.
7. Методологические основания системного подхода в теории менеджмента.
8. Институциональные факторы восприятия и реализации теорий менеджмента в различных странах.
9. Современное состояние теоретического осмысления управленческих проблем. Формирование рынка идей.
10. Особенности рынка консультантов по управлению.
11. Особенности рынка и основные идеи гуру менеджмента.
12. Всеобщий менеджмент качества.
13. Реинжиниринг бизнес-процессов.
14. Концепция самообучающейся организации и специфика ее применения на практике.
15. Модели корпоративного управления.
16. Роль советов директоров в управлении современной корпорацией.
17. Особенности социального управления на макроуровне (государство – национальный рынок)
18. Социально-управленческая интерпретация классической экономической теории.
19. Социально-экономические последствия эпохи свободного рынка.
20. «Невидимая рука рынка» и социальное управление.
21. Марксизм как альтернатива классической экономической теории.
22. Марксизм и социальное управление, основанное на жестком государственном регулировании. Социально-управленческие проблемы плановой экономики.
23. Кейнсианство и социальное управление.

24. Социально-экономические проблемы государственного регулирования.
25. Кривая Филипса и социальное управление.
26. Кривая Лаффера и социальное управление.
27. Неoliberalизм как социально-экономическая стратегия.
28. Базовые проблемы neoliberalизма.
29. Социальное управление в период экономического кризиса.
30. Организационные причины экономического кризиса.

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 группу понятий, дает неудовлетворительные ответы на вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

Индикатор	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					Виды оценочных средств
	Оценка	2	3	4	5	

	Результаты обучения					
ПК-3.2.Применение результатов анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования предложений и рекомендаций	УМЕТЬ: разрабатывать предложения и рекомендации для совершенствования механизмов социального управления в информационном обществе	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	Индивидуальные задания, решение кейсов, групповые задания.
ПК- 7.2. Формирование предложений и рекомендаций по разработке и внедрению социальных составляющих проектов и программ	ЗНАТЬ: структурные направления социальной политики на государственном уровне	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Опрос, индивидуальные задания, дискуссия
	ЗНАТЬ: элементы социальной подсистемы современной организации	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Опрос, групповые задания, подготовка докладов.

	УМЕТЬ: анализировать проблемные ситуации и разрабатывать стратегию решения социально-значимых проблем посредством применения конкретных социальных технологий	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	Решение кейсов, развернутая беседа
ПК- 10.1. Обоснованно отбирает и использует методы разработки и принятия организационно-управленческих решений	ЗНАТЬ: теории принятия решений	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Опрос, подготовка рефератов
	УМЕТЬ: отбирать наиболее эффективные методы и принятия организационно-управленческих решений	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	Решение кейсов, групповые задания.
	УМЕТЬ: разрабатывать алгоритмы принятия решений в информационном обществе	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	Индивидуальные задания, дискуссия.
ПК 12.1.	ЗНАТЬ:	Отсутствие	Фрагментарные	Общие, но не	Сформированные	Опрос, подготовка

Отбирает и реализует функциональные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии	виды организационных стратегий в информационном обществе	знаний	знания	структурированные знания	систематические знания	докладов, индивидуальные задания.
	УМЕТЬ: реализовывать отдельные управленческие задачи с учетом особенностей организационной стратегии	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	Решения кейсов, развернутая беседа.
ПК 12.2. Оценивает последствия реализации тактических и стратегических управленческих решений для внутренней и внешней среды организации	УМЕТЬ: оценивать последствия и риски принимаемых тактических и стратегических управленческих решений для подразделения и/или организации в целом	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	Решение кейсов, групповые задания, дискуссия.

МСПК-2.1. Прогнозирует развитие социальных систем, на основе интегрированных данных, полученных в результате применения математического моделирования, социологических и экспертных методов	УМЕТЬ: прогнозировать развитие социальных систем на государственном и корпоративном уровнях в условиях информационного общества	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	Групповые занятия, подготовка докладов, дискуссия.
	ВЛАДЕТЬ: навыками экспертного опроса для прогнозирования развития социальных систем	Отсутствие владения	В целом успешное, но не систематическое владение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое владений	Решение кейсов, индивидуальные задания
МСПК-3. Выявляет проблемы и ограничения при внедрении технических и управленческих инноваций и управляет сложными социальными и социотехническими системами, обеспечивая реализацию императива социальной	ЗНАТЬ: императивы и принципы социальной ответственности в информационном обществе	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Опрос, подготовка рефератов, индивидуальные задания.
	УМЕТЬ: оценивать возможности и ограничения внедрения управленческих инноваций в	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	Решение кейсов, групповые задания, дискуссия

ответственности	деятельность государственных структур и отдельных организаций					
-----------------	---	--	--	--	--	--

8. Ресурсное обеспечение:

Перечень основной и дополнительной учебной литературы

а) основная литература:

1. Барков С. А., Зубков В.И. Социология организаций. М.: ЮРАЙТ, 2018.
2. Барков С.А. Организация и рынок: противоборство или согласие? М.: Изд-во Московского университета, 2008.
3. Городнова А.А. Развитие информационного общества. М.: ЮРАЙТ, 2017. URL.: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/208245012>
4. Организационное поведение/ Под ред. С.А. Баркова. – М.: ЮРАЙТ, 2015.
5. Политика и управление в социальной сфере/ Под ред. Н.С.Григорьевой, Н.С. Соловьева. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2018

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. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2012, 2009, 2004.
4. Болмэн Ли Дж., ДилТ.Е. Рефрейминг организаций: Компания как фабрика, семья, джунгли и храм. М., Альпина Паблишер, 2017.
5. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами: теория и практика. – М.: Проспект, 2015. Деминг Э. Выход из кризиса. Иная парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер, 2011, 2014.
6. Гершун А., Горский М. Технологии сбалансированного управления. URL.: http://www.al24.ru/pdf_kniga_8411.html
7. Григорьев Л.Ю., Каменская М.В. Персонал – уникальный ресурс и источник успеха современной компании// Методы менеджмента

- качества, 2010, №2. URL: http://bigc.ru/publications/bigspb/qm/stq_2_10/pic/stq_2_10.pdf
8. Громова Л.А. Этика управления. URL.: http://www.al24.ru/pdf_kniga_7831.html
 9. Деминг Э. Выход из кризиса. Иная парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер, 2011, 2014.
 10. Льюис Р. Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей \ пер. с англ. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
 11. Мерманн Э. Мотивация персонала. URL.: http://www.al24.ru/pdf_kniga_14928.html
 12. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура/Роберт Мертон. - М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006.
 13. Минцберг Г. Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру. М.: Эксмо, 2009.
 14. Сото де Э. Иной путь. Экономический ответ терроризму. – М.: Социум, 2008.
 15. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций/ Под ред. П.Сенге, - Олимп-Бизнес, 2012.
 16. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. – М.: ЮРАЙТ, 2015.
 17. Управление человеческими ресурсами./Под ред. С.А.Баркова, В.И.Зубкова (в 2-х частях). – М.: ЮРАЙТ, 2016.
 18. Хэнди Ч. Слоны и блохи: Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
 19. Шаш Н.Н. Управление интеллектуальным капиталом развивающейся компании: учеб. пособие. М.: Магистр, ИНФРА-М, 2014. URL.: http://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/shash_nn_upravlenie_intellektualnym_kapitalom_razvivajushhejsja_kompanii/
 20. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2011.
 21. Adedokun-Shittu N.A., Shittu A.J. Knowledge Management Implementation in Information Society// International Journal of Knowledge Management. 2013. №4. P. 51-66.
 22. Pérez-Aróstegui M.N., Bustinza-Sánchez F., Barrales-Molina V. Exploring the relationship between information technology competence and quality management // BRQ Business Research Quarterly. 2015. №1. P. 4-17.

Перечень лицензионного программного обеспечения

Обязательное программное обеспечение – MS Office.

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- 1) www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг
- 2) www.economist.com – журнал The Economist
- 3) www.ecsocman.edu.ru – Портал «Социология, экономика, менеджмент»
- 4) www.expert.ru – журнал «Эксперт»
- 5) bigc.ru/publications/other/org_culture/ – подбор книг и статей по проблематике организационной культуры
- 6) www.rtr.ru – Человеческие ресурсы России.

- 7) <https://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент
- 8) <http://www.aup.ru/books/i002.htm> - Электронные книги: менеджмент и управление предприятием
- 9) <http://www.cfin.ru> – Портал корпоративного менеджмента
- 10) <http://www.management-ru.ru> – Лекции по менеджменту
- 11) <http://www.managementnews.ru/> - Журнал «Новости менеджмента»
- 12) <http://www.mevriz.ru> – Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
- 13) <http://www.rjm.ru> – Российский журнал менеджмента
- 14) <https://click.mail.ru/redirect?url=https%3A%2F%2Fwww.sciencedirect.com%2Fjournal%2Fjournal-of-international-management%2Fvol%2F9%2Fissue%2F4&c=swm&r=http&o=mail&v=2&s=ab2a419962711cae> — Архив статей журнала «Journal of International Management» (англ. яз.)

Описание материально-технического обеспечения:

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

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватель (преподаватели).

Барков Сергей Александрович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической социологии и менеджмента

Свердликова Елена Альбертовна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента

11. Разработчики программы.

Барков Сергей Александрович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической социологии и менеджмента