

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Экономическая социология»

Учебный курс «Экономическая социология» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Экономическая социология» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 часов), самостоятельная работа (100 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Дисциплина «Экономическая социология» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Управленческое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира», «Математика в экономике» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Сфера труда как объект изучения, функционирование рынка труда в условиях рыночной экономики, классические и современные теоретические и прикладные работы отечественных и зарубежных авторов в области экономики труда по таким тематическим блокам, как предложение труда и спрос на труд (в т.ч. модели рынка труда и влияние миграции на рынок труда).

2. Занятость и безработица, дискриминация на рынке труда и деятельность профсоюзов, государственное регулирование рынка труда, рынки труда в переходных экономиках.

3. Качество труда (человеческий капитал, инвестиции в человеческий капитал), заработная плата работников в рыночных условиях, производительность труда, организация и нормирование труда работников, эффективность труда.

4. Социальная структура трудовой организации, трудовое поведение в рыночных условиях хозяйствования, система социальных гарантий в сфере труда.

5. Трудовая социализация, адаптация и мобильность, профессии и профессиональная структура, мотивация персонала, социальные концепции человеческого капитала, социология трудового коллектива.

Цель – усвоение студентами теоретических основ экономики и социологии труда и овладение практическими навыками по разработке мероприятий в части рационального использования и развития человеческих ресурсов, сокращения издержек на рабочую силу.

Задачи:

- сформировать общие представления о роли и месте курса в системе гуманитарных, общепрофессиональных и специальных экономических дисциплин, закономерностях развития экономики, основных экономических проблемах и концепциях социально-экономического развития, путях практического использования выводов и рекомендаций экономики и социологии труда в реальной экономической практике;

- способствовать освоению методов исследования системы экономических категорий и законов; концепций и подходов виднейших представителей мировой экономической мысли к проблемам труда и сущности трудовой деятельности;

- способствовать овладению методами планирования и прогнозирования трудовых показателей предприятия, фирмы и их структурных подразделений,

- сформировать умения применять полученные знания для принятия экономических решений, разработки практических рекомендаций по совершенствованию социально-трудовой деятельности фирм в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Для успешного изучения дисциплины «Экономика и социология труда» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владение навыками разработки и реализации социальной и кадровой политики государства и организации, навыками стратегического управления персоналом и кадрового планирования;
- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-2 способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	знает	<ul style="list-style-type: none"> • основные понятия, идеи, методы, связанные с дисциплинами фундаментальной математики, информатики, математического моделирования
	умеет	<ul style="list-style-type: none"> • систематизировать методы фундаментальной математики для построения математических моделей в элементарных прикладных задачах, описывать основные этапы построения алгоритмов
	владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методологией математического моделирования, навыками сбора и работы с математическими источниками информации, теоретическими основами построения алгоритмов
ПК-3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнози-	знает	<ul style="list-style-type: none"> • цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и деятельности методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб; • основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, • методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль

ровать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	умеет	<ul style="list-style-type: none"> • выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка
	владеет	<ul style="list-style-type: none"> • методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; • умением проводить маркетинговые исследования

Для формирования вышеуказанной компетенции в рамках дисциплины «Экономическая социология» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), кейс-стади; тестирование; составление и решение кроссворда; работа в малых группах; дискуссия; деловая игра; ролевая игра.