**Навчальна дисципліна**

**“**СОЦІОЛОГІЯ БІЗНЕСУ”

**Семестр:** 8

**Викладач:** доцент Данилевич Наталія Михайлівна

**Кафедра:** менеджменту

**Короткий опис дисципліни:**

Соціологія бізнесу виникла на перехресті наук соціології та економіки в тій її частині, що розглядає бізнес, підприємницьку діяльність та ринкові відносини загалом.

Об’єктом дослідження соціології бізнесу є учасники підприємницької діяльності: бізнесменів, групи людей, організації. Предметом вивчення є специфічні соціальні відносини суб’єктів бізнесу у процесі їх взаємодії.

Серед проблем досліджуваних соціологією бізнесу слід виділити:

1. бізнес як об’єкт соціологічних досліджень,
2. суб’єкти бізнесової діяльності,
3. соціальний портрет бізнесмена,
4. соціально-економічні функції бізнесу, бізнес в Україні;
5. основні соціально-економічні ознаки,
6. соціологічні методи дослідження бізнесу,
7. маркетингові дослідження бізнесу, формування культури бізнесу.

Вивчення дисципліни “Соціологія бізнесу” передбачає наявність у студентів базових соціологічних знань, здобутих при вивченні дисциплін “Вступ до соціології” і “Соціологія”, а також орієнтацію в таких суміжних галузевих соціологічних теоріях, як “Соціологія праці”, “Економічна соціологія” і “Соціологія ринку”. Знання цих соціологічних дисциплін допоможе студентам засвоїти категоріальний апарат соціології бізнесу, зрозуміти сутність, структуру та функції цієї науки, з’ясувати сутність бізнесу як соціально-економічного феномену, його соціальні характеристики і тенденції змін.

**Перелік та зміст тем курсу**

**Тема 1. Соціологія бізнесу як наука**

 Об’єкт і предмет дослідження соціології бізнесу. Структура і функції соціології бізнесу як галузевої соціологічної теорії. Основні наукові поняття і категорії соціології бізнесу. Місце соціології бізнесу в системі соціологічних знань. Зв’язок соціології бізнесу з іншими соціальногуманітарними науками.

**Тема 2. Виникнення і розвиток соціології бізнесу**

Соціально-економічні передумови виникнення соціології бізнесу. Огюст Конт — фундатор економічного напряму в соціології. Людські інстинкти виробника та винахідника як “двигуни” прогресу. Ідеї про мі 5 сце соціально-економічних відносин у сукупності людських цінностей, роль здібностей до праці в соціально-економічному положенні людини в суспільстві. Введення в науковий обіг терміну “підприємець” (Р. Кантальон) і набуття цим терміном соціологічного сенсу. Внесок економістів А. Тюрго, Ж. Б. Сея, А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла в розвиток соціальноекономічних поглядів на підприємництво. М. Вебер і зародження протестантського “підприємницького духу”. Розвиток соціально-економічної теорії підприємництва В. Зомбертом, І. Шумпетером, Ф. фон Хайєком та І. Кінцеррегером. Утвердження поглядів на підприємця як провідного суб’єкта бізнесу. Виникнення і розвиток вітчизняної соціології бізнесу.

**Тема 3. Бізнес як об’єкт соціологічних досліджень**

Бізнес як соціально-економічне явище: основні характеристики. Бізнес як соціально-економічна категорія. Бізнес як соціально-економічний механізм відтворення соціальних відносин в економічній галузі. Класифікація бізнесу за критеріями масштабів діяльності: великий, середній і малий бізнес. Структура сучасного бізнесу в посттоталітарних суспільствах. Товариства, приватне підприємство, біржові контори, комерційні банки, кооперативи як основні структурні елементи сучасного бізнесу. Підприємницькі відносини як вид соціальних відносин: загальні ознаки і специфічні відмінності.

Реальна модель підприємця та її особливості в економічному просторі перехідного суспільства.

**Тема 5. Соціально-економічні функції бізнесу**

Соціально-економічні функції як засіб реалізації місця і ролі бізнесу в суспільстві. Пізнавальна функція та її особливості у бізнесі. Соціалізаційна функція бізнесу та її особливості в суспільстві перехідного періоду. Прогнозуюча функція бізнесу та її значення в оцінюванні соціально-економічних можливостей розвитку суспільства. Інноваційна функція підприємницької діяльності. Фінансово-економічна функція бізнесу та її особливості в перехідному суспільстві. Комерційна функція підприємництва. Управлінська функція бізнесу як складова управління економічним життям суспільства. Оціночно-статусна функція бізнесу та її роль у визначенні соціально-економічної структури суспільства. Взаємозв’язок і взаємозумовленість соціально-економічних функ-цій бізнесу.

**Тема 6. Бізнес у перехідному суспільстві: основні соціально-економічні ознаки**

Перехідне суспільство в посттоталітарних державах: протистояння і взаємодія економіки командно-адміністративної, планової та ринкової. Складності становлення бізнесу в умовах загальної кризи в перехідній економіці. Нерозвиненість ринкових відносин як фактор ускладнення становлення і розвитку вітчизняного бізнесу. Особливості впливу суб’єктивних факторів на підприємницьку діяльність у перехідний період.

**Тема 7. Соціологічні методи дослідження бізнесу**

Загальносоціологічні методи дослідження та їх застосування в соціології бізнесу. Проблемний (діагностичний) і технологічний методи дослідження, особливості їх використання в дослідженнях характеристик та тенденцій розвитку бізнесу.

Методи прикладного аналізу та їх застосування в соціології бізнесу. Сутність структурного, інституціонального, генетичного, оціночного методів і специфіка їх використання для дослідження підприємництва. Маркетингові дослідження бізнесу. Можливості та особливості застосування в соціології бізнесу методів спостереження, аналізу документів, опитування та соціального експерименту.