



ВА 104

ИКОНОМИЧЕСКА СОЦИОЛОГИЯ

Приета: прот. № 14/26.05.2016г.

Лектор: Проф. д-р Лина Анастасова

АНОТАЦИЯ

Този курс е разработен с убеждението, че социологията е призвана да играе ключова роля в интелектуалния контекст на съвременния живот и сред социалните науки в частност. Тя е една от носещите колони на икономическото образование, особено в онази негова част, която касае разглеждането на фундаменталните икономически проблеми в социалния контекст от гледна точка на такива модерни дисциплини като маркетинга и мениджмънта. Курсът е разработен с убеждението, че една академична дисциплина трябва освен информативна да бъде и интригуваща и да дава възможност за разгръщане на интелектуалния потенциал на студентите. Съществена част от програмата са темите по методика на ЕСИ, които осигуряват важни практико-приложни знания и умения на студентите, тъй като всички студенти разработват и програма за ЕСИ по актуални социално-икономически проблеми.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ И ИЗХОДНИ УЧЕБНИ РЕЗУЛТАТИ

1. Обхващане на основната социологическа проблематика, като теорията не се поднася самоцелно, а с примери от актуалната социална ситуация, в която ние живеем, работим и се стремим да осъзнаваме;
2. Акцент върху социологическите аспекти и детерминанти на икономическите феномени и процеси; Обсъждане на конкретни социологически интерпретации на същите. В същото време по време на семинарните занятия целта е да се открият и конкретни емпирични индикатори, чрез които да се изследват някои нови за обществото социални феномени;
3. Въведение в основните инструментални и аналитични техники на емпиричните социологически изследвания;
4. Прилагане на практика на знанията чрез разработване на програма за ЕСИ от редовните студенти.

ПРЕДПОСТАВКИ

Дисциплината е въвеждаща в икономическата теория, затова няма изисквания за предварително слушане на други икономически дисциплини.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Финанси	Задължителна	6	40	20	60	30			30	
Счетоводство и контрол	Задължителна	6	40	20	60	30			30	
Маркетинг	Задължителна	6	40	20	60	30			30	
Бизнес администрация	Задължителна	6	40	20	60	30			30	
МИО	Задължителна	6	40	20	60	30			30	
Икономика и маркетинг на туризма	Задължителна	6	40	20	60	30			30	

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Първа част: Въведение в социологията и икономическата социология

Тема 1. Социологията: Възникване, проблеми и перспективи

Социален, икономически, политически и културен контекст при възникването на социологията като наука. Ранни отношения на социологията с други социални науки. Основни принципи в първите макросоциологически теории. Принципи в макросоциологическата теория на О.Конт, в схващанията на Спенсър и Дюркхем. Дебат и противоборство между социологията и политическата икономия.

Тема 2. Основни социологически парадигми

Що е парадигма в социалните науки. Същност на основните парадигми в социологията: функционална парадигма- характеристики и представители, марксистка парадигма- характеристики и представители и субективно- хуманистична парадигма и основни автори;

Тема 3: Дискусия за предмета на социологията

Схващания на Европейските учени за предмета на социологията . Основни концепции за предмета на социологията в американската литература- Смелсър и Шийлз. Проблемът за предмета на социологията в българската литература. Теорията за социологическата структура на обществото на Ж.Ошавков.

Тема 4. Дебатът за предмета на икономическата социология

Първи успешни опити за съчетание на икономически и социологически анализ на явленията в произведенията на А.Смит и Дж.Ст.Мил. Приносът на Макс Вебер за изследване и социологическа интерпретация на икономиката и теорията му за социално-икономическите действия. Социологически анализи на икономическите явления и феномени в произведенията на Т.Веблен, Г. Зиммел и В. Парето.

Втора част: Социална стратификация на съвременните общества. Постиндустриално общество и глобализация.

Тема 5. Базисни понятия на социалната стратификация.

Социално неравенство, социално разслояване и социална стратификация. Специфика на класическите модели на неравенството във възгледите на Маркс и Вебер. Теоретичен, прогностичен и социо- технически анализ на концепцията на Маркс. Полиструктурност в концепцията на Вебер. Същност и съвременни примери за приложение на концепцията за елита на Вилфредо Парето.

Тема 6. Стратификационна система на обществото

Икономика и социална стратификация. Стратификационна система на западните общества. Стратификационна система на посткомунистическите общества.

Тема 7. Икономически институции и институционална система на икономиката

Елементи на теорията. Централни и периферни икономически институции. Теории за мениджърския и корпоративния капитализъм.

Тема 8. Централни икономически институции на модерните икономики. Корпорации и икономическа власт. Характеристики на новата корпорация. Банките и финансовия контрол.

Тема 9. Постиндустриално общество и глобализация.

Теории за прехода от индустриално към постиндустриално общество. Теории на Даниел Бел и Алвин Тофлър за основните характеристики на пост-индустриалното общество и на постмодернизма. Глобализация- същност и движещи сили. Социални последици от глобализацията.

Трета част: Икономическата организация, власт и фирмена култура.

Тема 10. Теории за икономическата организация. Бюрократичната организация“ на Вебер. Социологически модели на икономическите организации. Класическа школа на Тейлър. Доктрината за “човешките отношения”. Теории за “хуманизацията на труда”. Властта в икономическата организация и видове власт. Субекти, източници и тактики на властта. Икономическата етика в концепцията на Вебер- протестанството и духът на капитализма.

Тема 11. Фирмена култура- същност и структура. Елементи: ценности, герои, символи. Механизъм на функциониране и разпространение на фирмената култура . Основни видове фирмена култура според теорията на Чарлз Ханди и Роджър Харисън. Характерни черти на отделните видове култура.

Четвърта част: Теория и методика на емпиричните социологически изследвания

Тема 12. Социалната практика и потребността от емпирични социологически изследвания /ЕСИ/ във всички сфери на социално-икономическия живот на обществото. Приложение на ЕСИ на макро-, мезо- и микроравнище. История на ЕСИ в България и другите страни.

Тема 13. Същност и етапи на ЕСИ.

Определение за ЕСИ. Етапи при провеждане на ЕСИ и съдържание на етапите: подготвителен етап, пробно/пилотно изследване, полево изследване, етап на обработка и анализ на данните и етап на разработване и представяне на доклада;

Тема 14: Съдържание на програмата на ЕСИ

Разработване на теоретичен модел на ЕСИ. Основни понятия при ЕСИ. Формулиране на темата и задачите на ЕСИ. Предмет и обект на ЕСИ.

Тема 15. Обхват на ЕСИ. Видове ЕСИ. Методика на извадката. Представителност на информацията от изследването. Видове извадки: стихийни, стохастични, невероятностни извадки-квотни и типологични. Примери за приложението на различните видове извадки.

Тема 16. Инструментарий на ЕСИ

Методи за набиране на индивидуалната първична информация: Анкетен метод. Видове анкети. Основни изисквания при съставяне на въпросниците. Метод на интервюто: Структурирано, полуструктурирано и неструктурирано интервю. Метод на наблюдението. Същност и специфика. Регистрация на наблюдаваните социални факти. Метод на теста. Достоверност на индивидуалната първична информация и видове грешки при ЕСИ.

Тема 17. Проект за статистическа обработка на информацията: дескриптивна статистика, статистически методи за анализ на връзки от корелационен тип. Проект за обработка на информацията- съдържание.

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

За целите на обучението се използват разнообразни форми за предаване и усвояване на знания: лекционна форма с презентации по някои от темите, групова дискусия, курсови задачи и разработване на курсов проект – Програма на ЕСИ по избрана тема в екип от 2ма или 3ма души. Целта е студентите да усвоят практически знания и умения за разработване на реална програма на ЕСИ, която веднага може да бъде приложена при възникнала необходимост. Накрая на семестъра от две години съм включила и презентирание на курсовия проект- Програмата на ЕСИ, като се присъждат точки, които се добавят към изискванията за заверка и съответно се вземат предвид и към условията за освобождаване от изпит.

КУРСОВА ЗАДАЧА

Студентите разработват като курсова задача програма за ЕСИ по избрана от тях тема- актуална за икономическия и обществения живот в България. При разработването ѝ трябва да бъдат спазени всички необходими изисквания според теорията на ЕСИ, а постановката на проблема трябва да се основава на проучване на вторични източници. Защитата се провежда в края на семестъра като точките събрани-максимум 30- са част от условията за заверка на дисциплината.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Работа на всеки студент през семестъра се оценява с текуща оценка. Тя се формира от полагането на тест в края на семестъра и от оценката на разработената курсова задача. Семестриалният изпит е писмен изпит във вид на тест- *една част със затворени въпроси и една част с по два отворени въпроса за по- подробно обяснение*. Освобождаване от него се допуска при минимум много добър на теста и отличен на курсовата задача т.е. обща средна оценка минимум 5.5. При формирането на крайната оценка освен резултата от семестриалния изпит се има предвид и текущата оценка.

ОСНОВНА И ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Икономическа социология, колектив, София, изд. Стопанство, УНСС, 2012
2. Икономическа социология, колектив, София, изд. Стопанство, УНСС, 2007
3. Анастасова, Л. Маркетингови изследвания в туризма, Селекта, 2013 (само глава "Методи за набиране на първичните данни")
4. Вебер, М. Протестантската етика и духът на капитализма, изд. Захари Стоянов, 2007
5. Котлър, Ф. Социална корпоративна отговорност, Рой комюникейвънс, 2010 г.
6. Хаджиев, Кр. Динамики на модела за организационно съвършенство. Студия на Департамент "Икономика и бизнесадминистрация", 2008 г.
7. Анастасова, Л. Социология на туризма, изд. Летера, Пловдив, 2003 (за въпр.16)
8. Schein, E.H. The corporate culture survival guide, John Wiley and sons, 2009
9. Yanov, D. Schwarz-Shea, P. Interpretation and method: empirical research methods and the interpretive turn, 2010, M.E. Sharpe, NY
10. Cameron, S. Kim, R. Quinn, Diagnosing and changing organizational culture, John wiley & sons, 2007

11. материалите в платформата за е-обучение Moodle

12. <http://www.new-paradigm.co.uk/Culture.htm>

[http://www.new-paradigm.co.uk/Culture.htm#Changing Culture](http://www.new-paradigm.co.uk/Culture.htm#Changing_Culture)

<http://silvercoinbg.blogspot.com/2009/06/blog-post.html>

<http://managementhelp.org/organizations/culture.htm>



ВА 104

ИКОНОМИЧЕСКА СОЦИОЛОГИЯ

Лектор: Проф д-р Лина Анастасова

1. Възникване на социологията като наука. Методически принципи на първите макросоциологически концепции (О. Конт, Х. Спенсър, Е. Дюркем). Особенности в развитието на науката социология.
2. Понятието „парадигма“ в науката и основни социологически парадигми. Функционална парадигма – същност, основни идеи и представители.
3. Същност на марксистката и субективно- хуманистична парадигми- основни принципи и представители.
4. Предмет на науката социология. Изходни предпоставки за определяне на предмета. Предмет на науката социология- европейски учени, американски учени- Смелсър, Шийлз.
5. Проблемът за предмета на социологията в българската литература. Концепцията на Ж. Ошавков за социологическата структура на обществото и нейната критика. Съчетаване на теоретичната и емпиричната социология.
6. Първоначални идеи за взаимодействие между икономическите и социалните явления. Възгледите на Адам Смит.
7. Социология и класическа политическа икономия. Социологическият империализъм на Конт. Възгледите на Дж. Стюърт Мил. Тенденция за превръщането на социологията в “остатъчна наука”.
8. Икономическа социология и приносът за нейното развитие на концепциите на Макс Вебер и Георг Зимел.
9. Приносът на Т. Веблен и В. Парето за развитие на икономическата социология. Основни характеристики на съвременната икономическа социология.
10. Базисни понятия на социалната стратификация. Социално неравенство, соц. разслояване и социална стратификация.
11. Полиструктурност в концепцията на Вебер за социалната стратификация. Концепция за елита на Вилфредо Парето.
12. Институционална система на икономиката: елементи на теорията. Теории за мениджърския и корпоративния капитализъм. Характеристики на новата корпорация.
13. Теории за прехода от индустриално към постиндустриално общество. Теории на Даниел Бел и Алвин Тофлър за основните характеристики на пост- индустриалното общество и на постмодернизма.
14. Икономическата организация и възгледите за нея. “ Бюрократичната организация“ на Вебер. Съвременни възгледи и дефиниции.
15. Социологически модели на икономическите организации. Класическа школа на Тейлър. Доктрината за “ човешките отношения”. Теории за “хуманизацията на труда”.
16. Глобализация- същност и движещи сили. Социални последици от глобализацията.

17. Властта в икономическата организация. Дефиниция. Видове власт. Субекти, източници и тактики на властта.
18. Икономическата етика в концепцията на Вебер- протестантството и духът на капитализма. Бъдещето на икономическата идеология и етика.
19. Фирмена култура- същност и структура. Елементи: ценности, герои, символи. Механизъм на функциониране и разпространение на фирмената култура .
20. Основни видове фирмена култура според теорията на Чарлз Ханди. Характерни черти на отделните видове култура.
21. Емпиричното социологическо изследване (ЕСИ)- същност и области на неговото приложение при изследване на социалните и икономическите явления и процеси.Основни понятия при ЕСИ.
22. Етапи на ЕСИ и елементи на етапите: подготвителен етап, пробно изследване, етап на набиране на първичните данни, етап на обработка и анализ на данните и етап на разработване на доклада от изследването.
23. Програма на ЕСИ. Съдържание на програмата. Цел, основни задачи, и изследователски хипотези. Понятийни и емпирични индикатори. Операционализация на понятията.
24. Обект и обхват на изследването. Методика на извадката. Същност, видове и приложение на стихийните извадки. Стохастична извадки- същност и приложение. Видове стохастични извадки.
25. Невероятностни изводки. Същност и приложение на квотната и типологичната извадки.
26. Инструментариум на изследването. Видове методи за набиране на първичните данни. Анкетен метод- видове анкети и тяхното приложение.
27. Въпросникът- инструмент за набиране на първични данни. Видове въпроси, предимства и недостатъци. Изисквания при формулиране на въпросите.
28. Скалиране. Видове метрични скали и приложението им при ЕСИ. Примери за трите основни вида скали- номинална, рангова, интервална.
29. Методът на интервюто. Видове интервю- характеристики и тяхното приложение при ЕСИ.
30. Методът на наблюдението- определение и приложение. Видове наблюдение, предимства и недостатъци, приложение на метода. Методът на теста.
31. Представителност и достоверност на информацията от ЕСИ. Условия за представителност на извадката. Видове грешки при ЕСИ.

ОСНОВНА И ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Икономическа социология, колектив, София, изд. Стопанство, УНСС, 2011 г.
2. Анастасова, Л. Маркетингови изследвания в туризма, Селекта, 2013 (само глава “Методи за набиране на първичните данни”)
3. Икономическа социология, колектив, София, изд. Стопанство, УНСС, 2007 г.
4. Вебер, М. Протестантската етика и духът на капитализма, изд. Захари Стоянов, 2007
5. Котлър, Ф. Социална корпоративна отговорност, Рой комюникейвънс, 2010 г.
6. Хаджиев, Кр. Динамики на модела за организационно съвършенство. Студия на Департамент “Икономика и бизнесадминистрация”, 2008 г.
7. Гълбрайт, Дж. Анатолия на властта, С. Изд. 1999 г.
Коментар за книгата в http://globalization-mm.blogspot.bg/2007/12/blog-post_5402.html
8. Анастасова, Л. Социология на туризма, изд. Летера, Пловдив, 2003 (за въпр.16)
9. Schein, E.H. The corporate culture survival guide, John Wiley and sons, 2012
10. Yanov, D. Schwarz-Shea, P. Interpretation and method: empirical research methods and the interpretive turn, 2009, M.E. Sharpe, NY
11. Cameron, S. Kim, R. Quinn, Diagnosing and changing organizational culture, John wiley & sons, 2007
12. Материалите в платформата за е- обучение MOODLE
13. Интернет ресурси:
<http://www.new-paradigm.co.uk/Culture.htm>

<http://silvercoinbg.blogspot.com/2009/06/blog-post.html>
[http://www.new-paradigm.co.uk/Culture.htm#Changing Culture](http://www.new-paradigm.co.uk/Culture.htm#Changing_Culture)
<http://managementhelp.org/organizations/culture.htm>