

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины Б1.В.ДЭ.01.02.04 Социально-экономические проблемы
предприятий в энергетической отрасли**

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Направленность (профиль): Экономическая социология и маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины «Социально-экономические проблемы предприятий в энергетической отрасли» является приобретение знаний в области социально-экономических особенностей функционирования современных энергопредприятий, умений и навыков применения методов их изучения, управления деятельностью для эффективного использования в профессиональной деятельности.

Объем дисциплины: 10 з.е, 360 часов

Семестр: 7,8

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Предприятие энергетической отрасли как объект социально-экономического исследования. Социально-экономические проблемы предприятия: социальная политика.
2	Корпоративная социальная ответственность предприятия. Профсоюзные организации в энергетическом секторе.
3	Социально-экономические проблемы трудовой деятельности на предприятии. Подготовка, социализация и адаптация молодых специалистов на предприятиях энергетической отрасли. Трудовые отношения и трудовые ресурсы предприятия. Система социализации и адаптации молодых специалистов на предприятии. Адаптационная карта молодого специалиста.
4	Экономика и социология управления на предприятии отраслей топливно-энергетического комплекса. Экономика и социология управления на предприятии. STEP-анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ деятельности предприятия. Методы изучения социально-экономических проблем предприятия. Методы социально-экономических исследований на предприятии. Методы изучения трудового коллектива на предприятии. Сущность, принципы, способы описания проблемной ситуации для проведения социологического исследования в области социально-экономических проблем предприятий в энергетической отрасли.
5	Организация как система и процесс. Принципы построения маркетинговой службы предприятия. Основные цели и задачи стимулирования сбыта, спроса и оценка рынка. Виды и основные формы спроса и оценка рынка. Кадровое планирование социологических и маркетинговых служб. Нормативно-методическое регулирование работы социологических и маркетинговых служб. Задачи и функции социологической службы в организациях энергоотрасли. Требования к специалистам маркетинговой службы. Задачи и функции маркетинговой службы в организациях энергоотрасли. Требования к специалистам маркетинговой службы. Контроль деятельности маркетинговой службы.
6	Организация бизнес-процессов на предприятии энергетической отрасли. Организация управления службой маркетинга.

Форма промежуточной аттестации: экзамен, курсовая работа.