

**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   |
|---------------|--|
| <b>1</b>      | Предприятие энергетической отрасли как объект социально-экономического исследования. Социально-экономические проблемы предприятия: социальная политика.  |
| <b>2</b>      | Корпоративная социальная ответственность предприятия. Профсоюзные организации в энергетическом секторе.  |
| <b>3</b>      | 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.  |
| <b>4</b>      | 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.  |
| <b>5</b>      | 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. |
| <b>6</b>      | Организация бизнес-процессов на предприятии энергетической отрасли. Организация управления службой маркетинга.   |

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен, курсовая работа.