

Краткая аннотация некоторых дисциплин магистерской программы **«Современные методы и технологии в изучении социальных проблем общества»**

«Планирование и организация социологического исследования»

Программа подготовлена в рамках Инновационной образовательной программы ГУ-ВШЭ «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении»

Данный курс как часть программы подготовки магистров методологической направленности является продвинутым курсом, ориентирующим учащихся видеть любой из элементов реальной исследовательской деятельности одновременно в двух аспектах: научно-методическом и организационно-управленческом. Изложение учебного материала по порядку тем аналогично базовым курсам по методологии социологических исследований (от постановки цели и задач работ через ряд стадий сбора и обработки собираемой информации к получению результатов и их презентации), но по содержанию представляет собой обзорное осмысление всех ранее изученных учащимися методов и техник работ в их дифференциации по применимости при разных условиях (ресурсах, сроках, иных ограничениях) проведения исследования и сопрягаемости с методами и техниками предшествующих и последующих стадий исследования, с выходом на описание целостного комплекса действий, укладываемого в ограничения по срокам и ресурсам.

Схожей дисциплиной в практике обучения по магистерским программам в США является «Survey Management», как один из курсов в «The Joint Program for Survey Methodology» (University of Maryland; University of Michigan)

Успешность обучения оценивается по сформированности компетенций:

- видение полного проектного цикла – от выявления проблем, подлежащих исследованию, до презентаций результатов работы разным целевым аудиториям;
- способности составления и итеративного пересмотра полного перечня действий по проекту и их увязки по исполнителям, последовательности, срокам и ресурсам;
- умение находить и приспосабливать к конкретному проекту лучшие для сложившейся ситуации методические и организационные практики;
- способности к комбинированию, совмещению социологической, экономической и иной информации на разных стадиях исследования;
- умение аргументировать в смешанной профессиональной среде соблюдение социологической этики сбора данных, интерпретации результатов и использования дизайна отчетных материалов исследований;
- умение выходить за пределы исследования в формулировке возможных приложений его результатов в практической деятельности.

«Современные проблемы развития социологической теории и методологии социального познания» (кафедра социологии)

Курс призван восполнить хронологический пробел, оставляемый стандартными изложениями социологической теории. Наши учебники и хрестоматии, как правило, заканчиваются первой половиной 80-х годов. Что произошло в теоретической социологии после того, как Бурдье, Гидденс, Фуко и Хабермас написали свои самые известные работы? И что происходит в ней сегодня? В отличие от более раннего периода, здесь нет какого-то утвердившегося канона. Мы не знаем точно, кто из современных авторов попадет в учебники, которые будут писаться 30 лет спустя, а кто – нет. Мы можем только попробовать угадать. Курс представляет собой обзор дискуссий, ведущихся сегодня в теоретической социологии. В нем рассматриваются работы, которые наиболее энергично обсуждались в англоязычной социологической дискуссии после 2000 года. Критерием

отбора служили: вручение премий секций Американской и Британской социологической ассоциаций, проведение заседаний, посвященных данной теме или отдельной работе, на их конгрессах, включение текстов авторов, получивших известность после 1980 года – наравне с классикой – в авторитетные хрестоматии, количество скачивание статей из электронных баз данных и пр.

«Тенденции социальной стратификации в России»

Задача курса заключается в том, чтобы ознакомить студентов с основными направлениями современных исследований социальной стратификации. Программа курса фокусируется на обсуждении теорий среднего уровня и эмпирических количественных исследований. Для прохождения курса студенты должны иметь базовые представления о статистических методах в социальных науках или, по крайней мере, желание эти представления получить. Также необходимо умение читать и понимать научные тексты на английском языке. Для обсуждения на каждом семинаре предлагаются 1-2 статьи или главы из книг на английском языке, преимущественно являющиеся изложением результатов эмпирических исследований. По этим статьям кто-либо из студентов делает доклад, который впоследствии обсуждается в классе.

«Методология и практика современной социальной статистики»

В курсе акцентируется внимание на знакомство с основами статистической методологии и методики изучения платежеспособности населения, потребления товаров и услуг на примере услуг в сфере образования. Рассматриваются проблемы формирования статистических баз данных, их достоинства и недостатки, переход на новые классификации статистической информации, адаптированные к международным требованиям, но сопровождающиеся проблемами затруднения для динамических сопоставлений по России и регионам. В ходе изучения курса магистранты осваивают классические методы работы с социальными показателями: анализ дифференциации населения по доходам (расходам), методы расчета и анализа таких показателей, как эквивалентный доход, коэффициенты эластичности, подходы и система показателей бедности, прожиточный минимум и минимальный потребительский бюджет и методы их построения, индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), и др. Ряд методик рассматривается в рамках соответствующих социальных теорий (например, концепция человеческого развития и ИРЧП, использование ИРЧП при международных сопоставлениях).

При условии хорошей компьютерной подготовке слушателей осуществляется отработка навыков работы со статистическими базами данных (переписи населения, ОБДХ - выборочные обследования домашних хозяйств) и динамическими рядами социальной информации. При этом адаптируются методы, традиционно используемые в других статистических науках (демографии, экономической статистики) для анализа и прогноза социальных показателей.

Конечной целью данного курса выступает формирование навыков использования "пластов" статистической информации при подготовке социологических исследований, расширения возможностей для распространения полученных результатов при исследовании социальных процессов, проблем совместного использования статистической и социологической информации при построении информационных мониторингов, прогнозировании и конструировании социальной реальности, а также измерение социальных рисков и последствий реализации социальных программ.

«Бизнес в России: проблема социального признания»

Основными целями изучения курса являются:

- формирование у слушателей обоснованных представлений о содержании, роли и действии социальных функций бизнеса в современной России;
- приобретение студентами знаний, умений и навыков, необходимых для эффективного позиционирования бизнеса в социальной среде;
- расширение у них политологического и профессионального кругозора
- овладение профессиональным концептуальным и терминологическим аппаратом социально ответственного партнерства в деловой активности;
- знание основных направлений социального партнерства и социальных инвестиций современного бизнеса;
- знакомство с современным отечественным и зарубежным опытом социально ответственного бизнеса и эффективных социальных инвестиций, соответствующими критериями и стандартами оценки;
- умение и навыки анализа социальной среды фирмы, планирования эффективных социальных инвестиций, организации партнерских отношений с контактными группами социальной среды.

Изучение курса осуществляется на основе проведения взаимосвязанных между собой видов учебных занятий и форм обучения, к числу которых относятся лекционные, семинарские занятия, групповые дискуссии, деловые игры и самостоятельная работа.

«Теории потребительского поведение и методы изучения потребителей (включая практикум)»

Курс представляет собой обзор концепций потребления и современных исследований потребления. Потребительское поведение – традиционный объект маркетинговых исследований. Данный курс обращается к теоретическим основаниям социологии потребления с целью привлечь существующие в ее рамках объяснительные модели, которые помогают понять поведение потребителей – практики потребления. Помимо потребительских практик, социологов также интересует то, что определяет их конфигурацию – социальные трансформации, институциональная структура, структура потребления. Среди тем, которые рассматриваются в курсе – постсоциалистические трансформации и их влияние на практики потребления; появление феномена «быстрого потребления» в российском контексте; трансформация торговых форматов и развитие рынка торговых центров; культура потребления российского среднего класса и практики различения; типологии потребительского поведения и потребительские практики россиян в разных сферах – досуга, здоровья, еды и моды.

В фокусе курса также находятся социологические методы исследования потребления: каждая тема предполагает обсуждение методов, с помощью которых она может быть изучена. Приводятся в пример и анализируются примеры конкретных социологических исследований. Курс также включает практикум, в рамках которого студенты разрабатывают и проводят коллективное исследование.

«Методология и практика применения социальных индикаторов»

При наступившей сейчас необходимости измерения многих социально-экономических параметров, резко отличающихся от традиционных для отечественной статистики, а также характеристик как населения в целом, так и отдельных демо-социальных групп и общностей, остро проявилась нужда в грамотном подходе к формированию нужных показателей (индикаторов). Выход России на мировую арену требует также и создания системы показателей, допускающей сравнение ее состояния в разнообразных сферах и аспектах с состояниями других стран. Этим и обусловлено появление курса по социальным и экономическим индикаторам как одного из обяза-

тельных для студентов, специализирующихся в области экономической социологии. Курс представляет собой синтетическое изложение трудностей и проблем в разработке, измерении, интерпретации и использовании социально-экономических индикаторов (далее сокращенно – «социальных индикаторов» или «СИ») в описании, анализе, прогнозировании, исследовании социально-экономических процессов и феноменов на глобальном, национальном и местном уровнях. Трудности и проблемы увязываются с построением исходных концепций и теорий, способами получения информации и ее характером, назначением СИ. Полученные знания находят в течение курса практическое применение в построении индикаторов оценки различных социальных ситуаций и состояний отдельных демо-социальных групп населения по разным аспектам жизни.

«Советская цивилизация: историко-культурологический обзор»

Дисциплина направлена на формирование у слушателей социологического отношения к прошлому. Учет в социологических исследованиях реального прошлого своей страны.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- разбираться в системе управления советским союзом
- знать экономику СССР
- знать культуру СССР
- уметь провести социологический анализ советского прошлого.

«Современные теории организации, их приложение в практике организационного консультирования»

Основные направления исследований в социологии организаций: социологические теории организаций, социология труда, социология карьеры и управление карьерой, теории сетей, популяционная экология. Социальный контекст в организациях. Поведение в организациях. Проблема разнообразия в организациях.

Предшественники организационного консалтинга: оптимизация эффективности производственных процессов, включая научное управление по Ф. Тэйлору, аудит и юридическое консультирование. Создание управленческого консультирования: концепция Марвина Бауэра. История и генезис и дилеммы управленческого консалтинга: кадры (использование молодых выпускников программ MBA), национальный проект, быстро развивающийся в международный, структура консалтинговой фирмы, управление и собственность в консалтинговой фирме, работа исключительно с первым лицом организации-клиента, репутация как основной капитал консалтинговой фирмы, отношение к прибыли и финансовые цели, этика консалтинга, противоречие задач консалтинга и аудита, роль фирменного стиля McKinsey.

Этапы консалтингового проекта: получение заказа, предварительный план и структура проблем клиента, организационная диагностика, согласование и реализация изменений, подведение итогов проекта и оценка проекта.

Взаимодействие консультанта и клиента, методы влияния на клиента.

Бюджет консалтингового проекта. Экспертное консультирование. Анализ бизнес-процессов клиента. Тренинги в процессе консультирования.

Метод McKinsey: MISE, интервью в консалтинге, отбор и формирование команды, использование графических материалов и презентаций.