

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ В.Ю.Шутилин

«____» _____ 2021 г.

Регистрационный № УД _____/уч.

СОЦИОЛОГИЯ БИЗНЕСА

Учебная программа для специальности

1-23 01 05 «Социология»

Учебная программа учебной дисциплины «Социология бизнеса» разработана в соответствии с действующим образовательным стандартом, учебным планом по специальности 1-23 01 05 «Социология», регистрационный № 49Р-13 от 18.10.2013.

СОСТАВИТЕЛИ: *Пацеева А.Г.*, доцент кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Шавель С.А., заведующий отделом социальной теории и методологии Института социологии НАН Беларуси, доктор социологических наук, профессор.

Морозова Н.Н., доцент кафедры экономики организации Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № _____ от _____ 2021 г.);

Научно-методическим советом Института социально-гуманитарного образования Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № _____ от _____ 2021 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа предназначена для преподавания спецкурса «Социология бизнеса» студентам специальности «Социология», специализации – «Экономическая социология» Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета в рамках цикла дисциплин специальности.

Базовая учебная программа дисциплины «Социология бизнеса» разработана в соответствии с действующими образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 05 «Социология».

Целью дисциплины является получение студентами систематизированных знаний в области социологии бизнеса.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами знаний об истории становления и развития социологии бизнеса как отрасли научного знания;
- освоение студентами системы категорий, используемых в сфере социологии бизнеса;
- овладение студентов навыками по применению методологии и методов исследований в сфере социологии бизнеса
- развитие у студентов умений социологического анализа социально-экономических процессов с использованием методологии и системы категорий социологии бизнеса.

Студенты по результатам изучения учебной дисциплины должны обладать следующими **академическими компетенциями:**

- владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- владеть исследовательскими навыками;

социально-личностными компетенциями:

- быть способным к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;

профессиональными компетенциями:

- иметь фундаментальную общетеоретическую подготовку в сфере социологии бизнеса;

- уметь квалифицированно анализировать проблемы, составляющие предмет социологии бизнеса;

- иметь достаточный уровень подготовки для того, чтобы осуществлять самостоятельный анализ эмпирических данных социологических исследований социально-экономических процессов и явлений в бизнес-среде;

- обладать сформированным критическим типом профессионального мышления, необходимым для разработки и проведения самостоятельных социологических исследований, направленных на изучение процессов и явлений в бизнес-среде;

- использовать социологическую информацию с целью выработки практических рекомендаций для принятия эффективных бизнес-решений.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

знать:

- особенности социологии бизнеса как отраслевой социологической дисциплины, ее объект, предмет, статус, понятия, категории, концепции, этапы становления и развития;

- методологию и методы исследования в сфере социологии бизнеса;

- основные экономические, статистические и социально-экономические показатели и индексы, применяемые в сфере социологии бизнеса;

- актуальные направления и результаты эмпирических социологических исследований в сфере социологии бизнеса.

уметь:

- ориентироваться в экономических процессах современной общественной жизни;

- использовать категориально-концептуальный материал социологии бизнеса при интерпретации изучаемых экономических явлений;

- реализовывать эмпирические социологические исследования по основным направлениям изучения в социологии бизнеса;

- выработать общие выводы и практические рекомендации совершенствования социально-экономических процессов в современном обществе.

Связь с другими дисциплинами. Данная базовая учебная программа связана с блоками знаний, которые приобретает студент, изучая следующие дисциплины: «Теоретическая социология», «История социологии», «Методология и методы социологического исследования», «Экономическая социология», «Социальная и экономическая статистика», «Специальные социологические теории в сфере экономики».

Характеристика рекомендуемых методов и (или) технологий обучения. Предлагается использовать лекционные, семинарские занятия, управляемую самостоятельную работу студентов, групповые дискуссии, дебаты, круглые столы, презентации результатов выполнения творческих заданий, написание эссе.

В числе наиболее эффективных методов и технологий обучения студентов в рамках данной дисциплины следует выделить:

- диалоговые технологии (например, дискуссии, пресс-конференции);
- игровые технологии (например, деловые, ролевые игры);
- тренинговые технологии (например, тесты).

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговую систему оценки знаний, умений и навыков студентов.

В практику проведения семинарских занятий рекомендуется внедрять методики активного обучения (например, работу в малых группах, дискуссии и др.) с целью формирования современных социально-личностных и социально-профессиональных компетенций студентов вуза.

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов в рамках изучаемой дисциплины предусматривает выполнение самостоятельных работ, написание эссе, ознакомление с первоисточниками и подготовку докладов, выполнение индивидуальных и групповых творческих заданий (презентаций).

Структура курса. Курс «Социология бизнеса» состоит из двух разделов – исторического и теоретико-методологического. В историческом разделе рассматриваются: классический этап становления социологии бизнеса; основные концепции западных экономических школ в XX в., тенденции развития социологии бизнеса в XXI в. В теоретико-методологическом разделе рассматривается предметная область социологии бизнеса: объект, предмет, цели и задачи, приоритетные направления научного и практического исследования.

Учебным планом специальности на изучение дисциплины «Социология бизнеса» отводится 210 часов, из них аудиторных – 116 часов, в том числе 66 часов лекций и 50 часов семинарских занятий.

Формы контроля знаний. Основной рекомендуемой формой текущего контроля знаний являются выступления на семинарских занятиях и выполнение самостоятельных работ. Рекомендуемая итоговая форма контроля знаний – экзамен в устной форме.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ тем	Наименование разделов и тем	Количество часов		
		всего	лекции	семинары
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Раздел I	Введение в социологию бизнеса. История становления и развития социологии бизнеса	18	10	8
1.1	Социология бизнеса как специальная социологическая теория	4	2	2
1.2	Классический этап становления социологии бизнеса	4	2	2
1.3	Современный этап развития социологии бизнеса	10	6	4
Раздел II	Бизнес и предпринимательство в структуре общества	44	22	20
2.1	Содержание предпринимательства и предпринимательской деятельности	6	4	4
2.2	Основные формы организации бизнеса	8	4	4
2.3	Малый, средний и крупный бизнес: социально-экономическая роль	4	2	2
2.4	Основные формы кооперации и взаимодействия малого, среднего и крупного бизнеса в современной экономике	6	4	2
2.5	Деловая организация как объект изучения	6	4	4
2.6	Деловая организация как социокультурная система. Корпоративная культура	4	2	2
2.7	Бизнес-ассоциации	4	2	2
Раздел III	Роль государства в развитии предпринимательства.	22	12	10

3.1	Бизнес и власть.	4	2	2
3.2	Социальная ответственность бизнеса	4	2	2
3.3	Бизнес-климат. Индекс делового оптимизма	6	4	2
3.4	Процесс глобализации и международный бизнес	4	2	2
3.5	Государственное регулирование бизнеса в Беларуси	4	2	2
Раздел IV	Бизнес и предпринимательство в Беларуси	30	16	14
4.1	Становление и развитие бизнеса в Беларуси	6	4	2
4.2	Основные формы предпринимательской активности в Беларуси	8	4	4
4.3	Тенденции развития малого бизнеса	4	2	2
4.4	Социальный портрет современного предпринимателя	4	2	2
4.5	Приватизация как фактор становления предпринимательства и в Республике Беларусь	4	2	2
4.6	Общественное мнение о бизнесе Беларуси	4	2	1
Раздел V	Методология и методы социологического исследования бизнеса	18	6	12
5.1	Методы социологического обеспечения бизнес-проектов	6	2	4
5.2	Социологические методы в экспертизе и оценке бизнес-проектов	6	2	4
5.3	Методика и методология исследования деловой организации	6	2	4
	Итого по разделу	84	48	36

BCEFO	116	66	50
--------------	------------	-----------	-----------

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИОЛОГИЮ БИЗНЕСА. ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИОЛОГИИ БИЗНЕСА

Тема 1.1 Социология бизнеса как специальная социологическая теория.

Социология бизнеса как специальная социологическая теория. Объект и предмет социологии бизнеса. Понятия бизнес и предпринимательство: различные подходы к трактовке. Задачи исследований в сфере социологии бизнеса.

Особенности метода социологии бизнеса – междисциплинарность, определяемая взаимосвязью экономической и социальной сфер общества, и ориентация на выявление социальных механизмов, регулирующих бизнес-процессы. Основные различия экономического и социологического подходов к анализу бизнес-процессов.

Место и роль социологии бизнеса в системе обществоведческих и социологических наук.

Тема 1.2 Классический этап становления социологии бизнеса

Развитие представлений о предпринимательстве и бизнесе (Платон, Аристотель, идеологи христианства, И. Месснер, Т. Гоббс).

Меркантилисты и представители классической школы о бизнесе и предпринимательстве. (Р. Кантильон, А. Смит, Д. Рикардо, Ж. Сисмонди).

Теоретическое осмысление феноменов «предпринимательство» и «бизнес» в работах К. Маркса.

Бизнес и предпринимательство в теории Т.Веблена. («Теория делового предпринимательства»). Теоретические основы предпринимательства в концепциях В. Зомбарта и М. Вебера.

Институционализация теории бизнеса и предпринимательства. («Center for business history» при Гарвардском университете). А.Коул и Й. Шумпетер о предпринимателе как основном феномене экономического развития, его главной движущей силе.

Тема 1.3 Современный этап развития социологии бизнеса

Инновационные теории предпринимательской деятельности. Двумерная модель предпринимательства Дж. Ронена. Роль предпринимателя

в концепции И. Кирцнера. Деперсонализация функции предпринимателя Р. Хизричи и М. Питерс, К. Веспер. Модель предпринимательства Тиммонса.

Социетальный (системный) аспект бизнеса как важнейший элемент социально-экономической системы (Теория корпораций Дж. Гэлбрейта). Неолиберализм социологического анализа экономических явлений (Л. Мизес и Ф. Хайек). Концепции деятельности бизнеса П. Бакли и М. Кассона. Анализ рискованной деятельности как основы бизнес-процессов (М. Фридмен и Д. Сэвэдж).

Анализ социокультурного аспекта бизнеса (П. Верхан). Организационные и управленческие аспекты ведения бизнеса (П. Дракер, Дж., Г. Стивенсон).

РАЗДЕЛ II

Бизнес и предпринимательство в структуре общества

Тема 2.1 Содержание предпринимательства и предпринимательской деятельности

Цели, объекты признаки предпринимательской деятельности. Функции предпринимательства в социальной и экономической сферах. Модели социального поведения предпринимателей. Социальная и экономическая база предпринимательства. Функциональное содержание труда предпринимателей

Подходы к классификации предпринимательской деятельности. Критерии типологии предпринимательства.

Социальное предпринимательство. Самозанятость (фрилансеры). Феномен «вынужденного предпринимательства» (В.В. Радаев).

Тема 2.2 Основные формы организации бизнеса

Индивидуальное предпринимательство как форма ведения бизнеса.

Бизнес как система отношений участников, образующих команду, нацеленную на получение прибыли. Виды бизнеса по направлениям (производство, услуги, торговля).

Классификация бизнеса по организационно-правовой форме. Типы бизнеса по размеру. Венчурный капитал и рискованный бизнес.

Сложные предпринимательские структуры (ассоциация, консорциум, концерн, холдинг, синдикат)

Тема 2.3 Малый, средний и крупный бизнес: социально-экономическая роль

Рыночные ниши малого, среднего и крупного бизнеса.

Малый бизнес: понятие, характеристики. Социально-экономическая роль малого бизнеса в развитии страны.

Средний бизнес: понятие, характеристики. Социально-экономическая роль среднего бизнеса в развитии страны.

Крупный бизнес: понятие, характеристики. Социально-экономическая роль крупного бизнеса в развитии страны.

Тема 2.4 Основные формы кооперации и взаимодействия малого, среднего и крупного бизнеса в современной экономике

Экономические интересы малого, среднего и крупного бизнеса. Жизненные циклы малого, среднего и крупного бизнеса.

Взаимодействие малого и крупного бизнеса как основа развития экономики.

Основные направления и формы кооперации и взаимодействия среднего и крупного бизнеса в современной экономике (субконтрактация, франчайзинг, лизинг, аутсорсинг, и др.).

Тема 2.5 Деловая организация как объект изучения

Значения термина «организация»: объектное, процессное, атрибутивное. Деловая организация как искусственно-естественный феномен, фирма. Отличие фирмы от административных, общественных организаций.

Жизненный цикл деловой организации(фирмы), её: по формам собственности, легитимности, стилям управления, престижности.

Планирование в предпринимательской деятельности. Понятие бизнес-плана.

Структура менеджмента и методология управления современного бизнеса, классификация по функциональным признакам.

Сущность предпринимательского риска и его классификация. Страхование предпринимательских рисков. Коммерческая (предпринимательская) тайна и ее защита

Тема 2.6 Деловая организация как социокультурная система. Корпоративная культура

Двойственность деловой организации как массового носителя жизнеобеспечивающих структур и культуры общества. Миссия деловой организации.

Взаимопроникновение формализованных и неформализованных структур фирмы. Проблема социокультурного баланса организации. Особенности трудовой и управленческой культуры.

Корпоративная культура: понятие, функции, модели.

Тема 2.7 Бизнес-ассоциации.

Бизнес-ассоциации: понятие, формы становления и институционализации. Функции бизнес-ассоциаций и их роль в развитии бизнеса.

История развития бизнес-ассоциаций. Модели бизнес-ассоциаций: континентальная (европейская) модель, азиатская модель, американская модель. Преимущества бизнес-ассоциаций перед индивидуальными хозяйствующими субъектами в ведении бизнеса.

Отдельные ассоциации: игорного бизнеса грузоперевозчиков. Ассоциации бизнес-ангелов и их роль в развитии инновационной экономики.

Тема 3.1 Бизнес и власть.

Диалектика взаимосвязи бизнеса и власти. Трансформация денежного и материального капитала в политический капитал. Проблема взаимодействия бизнеса и власти

Формы взаимодействия бизнеса и государства.

Коррупция как деформированная форма взаимодействия бизнеса и власти. Основные методики оценки коррумпированности чиновников и их влияние на международные бизнес-рейтинги страны. Основные направления борьбы с коррупцией в мировой практике и на постсоветском пространстве.

Тема 3.2 Социальная ответственность бизнеса

Понятие корпоративной социальной ответственности. Основные теоретические подходы и трактовки. Влияние формы собственности, размера и региональной специфики субъектов бизнеса на характер и содержание социальной ответственности.

Основные направления корпоративной социальной ответственности (КСО), мотивы и формы социально ориентированного поведения белорусских организаций (предприятий).

Основные группы заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и модели взаимодействия с ними, реализуемые организациями (предприятиями).

Тема 3.3 Бизнес-климат. Индекс делового оптимизма

Бизнес-климат: понятие, основные структурные компоненты и характеристики. Институциональная среда и влияние ее характеристик на бизнес-климат в стране и регионе.

Методики оценки бизнес-климата.

Индекс делового оптимизма предпринимателей как показатель, рассчитываемый на базе опроса индивидуальных предпринимателей, руководителей малых, средних и крупных предприятий о положении экономики и состоянии делового климата в стране.

Международная методика измерения индекса делового оптимизма. Социологические методы обеспечения измерения индекса делового оптимизма. Сложности и проблемы измерения индекса делового оптимизма.

Интерпретация значений индекса делового оптимизма. Использование индекса делового оптимизма в регулировании бизнес-процессов и бизнес-климата.

Тема 3.4 Процесс глобализации и международный бизнес

Сущность и перспективы развития глобализации международного бизнеса.

Взаимосвязь конкурентоспособности и бизнес климата. Глобальный индекс конкурентоспособности Всемирного экономического форума: методология и методика расчета.

Мировой рейтинг конкурентоспособности Лозаннской бизнес школы IMD: методология и методика расчета. Рейтинг легкости ведения бизнеса Всемирного банка и МФК «Doing Business» и его взаимосвязь с конкурентоспособностью: методология и методика расчета.

Тема 3.5 Государственное регулирование бизнеса в Беларуси

Конституция Республики Беларусь как правовая основа ведения бизнеса. Многообразие форм собственности и одинаковая их государственная защита. Гарантии свободы экономической деятельности.

Приоритетные сферы государственного регулирования предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.

Виды и формы регулирования предпринимательской деятельности в республике Беларусь на современном этапе.

Тема 4.1 Становление и развитие бизнеса в Беларуси

Историко-экономические и культурные корни отечественного предпринимательства. Характеристика условий и предпосылок становления бизнеса в Беларуси: экономические, политические, социальные условия и процессы.

Основные этапы в развитии предпринимательства в постсоветской Беларуси. Тенденции накопления капитала. Трансформация форм и направлений бизнеса.

Малый, средний и крупный бизнес в Беларуси: специфика, основные направления хозяйственной деятельности.

Тема 4.2 Основные формы предпринимательской активности Беларуси

Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Проблема отнесения той или иной «прибыльной» деятельности к предпринимательству. Предпринимательство как разновидность экономической деятельности. Определение систематичности получения прибыли.

Понятие, формы и виды предпринимательской деятельности. Гражданский кодекс Республики Беларусь и Закон "О предпринимательстве в Республике Беларусь."

Государственная регистрация субъектов предпринимательства. Прекращение деятельности субъектов предпринимательства.

Тема 4.3 Тенденции развития малого бизнеса

Значение малого предпринимательства в экономике и факторы, сдерживающие его развитие. Преимущества и недостатки малого бизнеса. Основные тенденции развития малого предпринимательства в развитых странах.

Институциональная среда функционирования малого бизнеса в РБ. Малый Бизнес в Беларуси.

Тема 4.4 Социальный портрет современного предпринимателя

Значение комплексного анализа социального портрета предпринимателя в исследовании сферы бизнеса. Междисциплинарный характер исследований феномена предпринимательства.

Формирования новой социальной группы – предпринимательства в постсоветской Беларуси.

Социально-демографические характеристики социальной группы предпринимателей в РБ.

Тема 4.5 Приватизация как фактор становления предпринимательства и в Республике Беларусь

Сущность процесса приватизации. Его роль в построении рыночной экономики.

Критерии, принципы, объекты, особенности приватизации в Республике

Этапы процесса приватизации в Беларуси.

Тема 4.6 Общественное мнение о бизнесе Беларуси

Общественное мнение: понятие, основные характеристики. Социологические методы изучения общественного мнения.

Организации и институты, изучающие общественное мнение о бизнесе и бизнес-процессах: международные организации, российские организации, белорусские организации и институты.

Общественное мнение о бизнесе в Беларуси. Динамика общественного мнения о бизнесе в Беларуси.

Раздел V

Методология и методы социологического исследования бизнеса

Тема 5.1 Методы социологического обеспечения бизнес-проектов

Бизнес-проекты: понятие, основные характеристики и направления.

Этапы подготовки и реализации бизнес-проектов.

Использование количественных социологических методов для обеспечения бизнес-проектов.

Использование качественных социологических методов для обеспечения бизнес-проектов.

Тема 5.2 Социологические методы в экспертизе и оценке бизнес-проектов

Социологическая экспертиза как специальное исследование, имеющее целью выяснение степени и длительности отклонения основных тенденций экономического, социального и политического развития групп и слоев, общества в целом от абсолютных требований основных социально-экономических законов.

Функции социологической экспертизы. Методы социологической экспертизы.

Использование количественных социологических методов в экспертизе бизнес-проектов. Использование качественных социологических методов в экспертизе бизнес-проектов.

Тема 5.2 Методика и методология исследования деловой организации

Методология анализа организаций. Системность, интегративность, функциональность.

Основные подходы в диагностике организаций. Анализ деловой активности.

Методики организационной диагностики

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Барков, С. А. Социология организаций : учебник для вузов / С. А. Барков, В. И. Зубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 414 с. – (Высшее образование).
2. Рохмистров, М. С. Социология предпринимательства : учебное пособие для вузов / М. С. Рохмистров, С. Н. Рохмистров. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 245 с. – (Высшее образование).
3. Социология предпринимательства : учебное пособие. / Осипов Е. М., Ковальчук В. К., Усов А. И., Халиков М. С. – М.: Русайнс, 2021. – 298 с. – (Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура).

Дополнительная

1. Андрос, И. А. Белорусский предприниматель в обществе и государстве : историко-социологический анализ / И. А. Андрос ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 364, [1] с.
2. Гэлбрейт, Д. К. Новое индустриальное общество : избранное : [пер. с англ.] / Д. К. Гэлбрейт ; [редсовет: Автономов В.С. и др. ; под науч. ред. И.В. Филатова]. – М. : Эксмо, 2008. – 1197, [1] с. – (Антология экономической мысли / отв. ред. Л.А. Амелехин).
3. Классика новой экономической социологии : [хрестоматия / сост.] и перевод с англ. и фр. под науч. ред. В.В. Радаева, Г.Б. Юдина ; Высшая шк. экон., Нац. исслед. ун-т. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 380, [1] с. : ил.
4. Осипов, Е. М. Институционализация социального партнерства и малый бизнес : учебное пособие / Е. М. Осипов. – М. : Академический проект, 2017. – 316, [3] с. : ил.
5. Силласте, Г. Г. Экономическая социология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся в бакалавриате и магистратуре по направлению 040100 "Социология" / Г. Г. Силласте ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. – 479 с. – (Социология) (Экономика).
6. Соколова, Г. Н. Экономическая социология : хрестоматия : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по социологическим и экономическим специальностям / Г. Н. Соколова. – Минск : Вышэйшая школа, 2016. – 224 с.
7. Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ : [монография / И.В. Сидорская и др. ; под ред. И.В. Сидорской, В.В. Грибанова, Л.Г. Титаренко] ; Беларус. гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2015. – 141, [2] с.

8. Экономическая социология: от классики к современности : антология / [сост., авт. введ., библиогр. сведений и коммент. Г.Н. Соколова] ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларуская навука, 2016. – 440, [1] с.
9. Экономическая социология : учебник для социально-экономических направлений подготовки (бакалавриат) / [М.А. Васьков и др.] ; под науч. ред. К.В. Воденко ; М-во образования Рос. Федерации, Южный федерал. ун-т. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2016. – 250, [1] с. – (Высшее образование).
10. Гордон, Л.А., Клопов, Э.В. Потери и обретения в России девяностых: Историко-социологические очерки экономического положения народного большинства. В 2 т. / Л.А. Гордон, Э.В. Клопов. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 511 с.
11. Барков, С. А. Социология организаций : учебник для вузов / С. А. Барков, В. И. Зубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 414 с.