

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Белорусского
государственного университета

А.Д.Король

23 декабря 2024 г.

Регистрационный № 13339/гэ



ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

для специальности

1-23 01 15 Социальные коммуникации

2024 г.

Программа государственного экзамена для специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 1-23 01 15-2021; учебной программы по учебной дисциплине «Организационная коммуникация» от 05.07.2023, УД-13329/уч.; учебной программы по учебной дисциплине «Менеджмент» от 01.07.2022, №УД-10839/уч.; учебной программы по учебной дисциплине «Методы сбора данных в исследованиях коммуникаций» от 02.07.2022, №УД-11165/уч.

СОСТАВИТЕЛИ:

А.А. Похомова, зав. кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук БГУ, кандидат социологических наук, доцент;
И.И. Екадумова, доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук БГУ, кандидат социологических наук, доцент;
И.Ф. Бурина, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук БГУ;
У.П. Масалович, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук БГУ.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Советом факультета философии и социальных наук БГУ
(протокол № 5 от 17.12.2024);

Председатель Совета _____ В.С.Сайганова

Научно-методическим советом БГУ
(протокол № 5 от 19.12.2024)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственный экзамен является одной из обязательных составляющих итоговой аттестации студентов. Программа государственного экзамена по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» разработана в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта I ступени высшего образования и Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

Программа государственного экзамена определяет и регламентирует структуру и содержание государственного экзамена по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации».

В программу государственного экзамена включаются следующие учебные дисциплины государственного компонента: «Организационная коммуникация», «Менеджмент», «Методы сбора данных в исследованиях коммуникаций».

Государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Цель проведения государственного экзамена по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» – выявление компетенций специалиста, т. е. теоретических знаний и практических умений, необходимых для решения теоретических и практических задач специалиста с высшим образованием.

Программа государственного экзамена носит системный, междисциплинарный характер и ориентирована на выявление у выпускника общепрофессиональных и специальных знаний и умений.

Выпускник должен:

знать:

- эволюцию организационных форм, коммуникационных и информационных технологий;
- механизмы влияния коммуникаций на организационную культуру, организационную идентификацию, на процессы принятия решений, организационного научения, лидерства, власти и влияния в организации;
- закономерности протекания коммуникативных процессов в организациях традиционных и новых типов организационной структуры;
- основные функции, принципы и методы менеджмента;
- алгоритм разработки управленческого решения;
- теории лидерства;
- основы планирования деятельности организации;
- социальные технологии мотивации персонала;
- основные положения системы менеджмента качества;
- исследовательские стратегии;

уметь:

- планировать и осуществлять мероприятия по сопровождению организационных изменений;
- выявлять ключевые особенности организационного дискурса;

- управлять коммуникациями в организациях и через них – различными аспектами организационного поведения;
- формулировать стратегические и тактические цели организации, строить дерево целей;
- планировать деятельность по управлению организацией;
- разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений;
- разрабатывать систему мотивации персонала организации;
- работать в команде;
- применять идеи современного менеджмента в белорусских реалиях;
- осуществлять исследования СМИ, включая Интернет;
- осуществлять количественный и качественный анализ текстов;

владеть:

- методами анализа коммуникативных аспектов организационного поведения;
- основами анализа социальных сетей в организациях;
- приемами управления коммуникациями в организациях;
- современными технологиями управления организацией;
- методами принятия управленческих решений;
- инструментами стратегического анализа;
- методами сбора и обработки управленческой информации;
- методами организационной диагностики;
- методами сбора данных и материалов;
- методами изучения средств массовой информации и их аудиторий;
- методами исследования социальных сетей;
- методами оценки эффективности коммуникации.

Освоение образовательной программы по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» должно обеспечить формирование следующих компетенций:

универсальные компетенции:

- УК. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;
- УК. Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий;
- УК. Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия;
- УК. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности;

базовые профессиональные компетенции:

- БПК. Осуществлять и координировать взаимодействие с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов;
- БПК. Планировать и осуществлять исследования каналов массовой коммуникации, целевых аудиторий внешних и внутренних коммуникаций, эффективности коммуникационной деятельности, в том числе маркетинговой, рекламной деятельности и связей с общественностью;

БПК. Анализировать и оценивать экономические и социальные процессы, проявлять предпринимательскую инициативу.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Экзамен (ответы студентов и беседа с экзаменуемыми) проводится на русском языке.

В ходе подготовки, экзаменующиеся имеют право использовать учебные программы соответствующих дисциплин. Также в процессе подготовки может быть использован эвристический подход, который предполагает: осуществление студентами личностно-значимых открытий окружающего мира; демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем; творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов; индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлекссию собственной образовательной деятельности.

На подготовку ответа обучающемуся отводится не менее 30 минут (но не более 1 астрономического часа). Время, которое отводится на ответ одного экзаменующегося, – до 30 минут.

СТРУКТУРА ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Вопросы экзаменационного билета по учебным дисциплинам: «Организационная коммуникация», «Менеджмент», «Методы сбора данных в исследованиях коммуникаций» отражают содержание образовательной программы по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации».

Экзаменационный билет состоит из двух частей: теоретической (2 вопроса в билете) и практической (одно практическое задание), позволяющие оценить полученные в процессе обучения знания и практические навыки.

Характеристика теоретической части:

Два теоретических вопроса билета будут отобраны из двух разделов программы государственного экзамена: раздел 1 учебная дисциплина «Организационная коммуникация», раздел 2 учебная дисциплина «Менеджмент».

Содержание практической части экзаменационного билета соответствует разделу 3 учебная дисциплина «Методы сбора данных в исследованиях коммуникаций». Практическая часть экзаменационного билета будет включать одно задание. Практические задания, подготовленные для включения в экзаменационные билеты, будут храниться на компьютере кафедры социальной коммуникации с доступом только для преподавателей.

Для уточнения экзаменационной отметки члены ГЭК могут задавать обучающемуся дополнительные вопросы в соответствии с программой государственного экзамена. Количество дополнительных вопросов не должно превышать трех.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Раздел 1. Учебная дисциплина «Организационные коммуникации»

Тема 1. Организация как социальное явление.

Классическая теория организации. Теоретические перспективы в исследованиях организационной коммуникации. Социальная организация: понятие, признаки и условия деятельности. Функции и виды социальных организаций. Жизненный цикл организации. Инновационные процессы в организации. Центральные проблематики исследований организационной коммуникации.

Организации как рациональные, естественные и открытые системы (Р. Скотт). Развитие представлений о коммуникации в теории организации. Классические определения организации (Ч.Барнард, С.Робинс, А.Этциони и др.). Теория бюрократической организации (М.Вебер). Парадоксы бюрократии. Школа научного управления (Ф.Тейлор, А.Файоль и др.). Школа человеческих отношений (Ч.Барнард, Э.Мэйо и др.). Функционалистская теория организаций (Т.Парсонс, Р.Мертон и др.). Теория административного поведения (Г.Саймон, Дж.Марч и др.).

Тема 2. Современные теории организации.

Основные темы и проблематики исследований организационной коммуникации. Неклассические подходы к исследованию организаций: «теория Х» и «теория Y» (Д.Макгрегор), теория открытых систем (ситуационная теория организаций Л. Доналдсона), антисистемный подход, критически ориентированные исследования (теория зависимости от ресурсов Дж.Пфеффера, Г.Саланчика), институциональная теория (У.Пауэлл и Р.Ди Маджио), теория постбюрократических организаций (К.Хекшер). Неоинституционализм (Дж.Мейер, Б.Роуэн, П.Димаджио, У.Пауэлл). Основные темы исследований организационных коммуникаций. Центральные проблематики организационных коммуникаций: голос, рациональность, организация, организационно-общественные отношения.

Тема 3. Номинализм и реализм в подходах к исследованию коммуникационных процессов в организациях.

Онтологический статус и результаты функционирования организаций. Организации и социальные изменения. Процессы дезорганизации в современных развитых обществах (М.Кастельс). Новые организационные формы как ответ на технологические и экономические инновации. Методы исследования организационных коммуникаций. Аналитические нарративы в анализе организаций и их ключевые проблемы. Метафорические приемы осмысления организационной коммуникации. Метафоры организации (Г.Морган) и метафоры организационной коммуникации (Л.Патнэм).

Тема 4. Традиционный подход к организационной структуре.

Внутренние переменные организации. Понятие и функции организационной структуры. Параметры организационной структуры: сложность (горизонтальная, вертикальная и пространственная), формализация, централизация. Внутренние «переменные» организации: цели, люди, технологии, задачи, структура. Условия, влияющие на организационную структуру: среда (контекст), стратегия (проект), технологии. Классический подход к организационной структуре: первичность структуры и вторичность коммуникации (метафора контейнера). Традиционные типы организационной структуры: вертикальный (линейный и линейно-штабной), функциональный, дивизионный, матричный. Характеристики новых организационных форм. Преимущества и недостатки виртуальной организационной структуры.

Тема 5. Текстовые и дискурсивные концепции организационной структуры.

Деловая коммуникация в организации. Коммуникативные репрезентации организационной структуры. Понятие «структуры-коммуникации» (Р.Макфи). Профессиональный жаргон как проявление «структуры-коммуникации». Концепция опосредования социальных отношений текстами (Д.Смит). «Текстуализация разговора» и «трансляция текста в разговор» как две модальности коммуникации в организации (Дж.Тейлор). Понимание организаций через метафоры, нарративы, язык, дискурс. Эквивалентность организации и коммуникации. Организационная структура как продукт организационных коммуникаций. Дискурс как процесс структурирования организации. Подходы к анализу дискурса в организациях.

Тема 6. Организационные конфигурации.

Новые типы организаций. Организационная конфигурация как сочетание переменных, имеющее описательную ценность (Г.Минцберг). Модели организационных конфигураций: предпринимательская, механистическая бюрократия, профессиональная бюрократия, дивизиональная, адхократическая; дополнительно – миссионерская и политическая. Координационные механизмы в организационных конфигурациях. Преимущества и недостатки концепции организационных конфигураций. Характеристики новых организационных форм: использование информационных технологий, гибкость, модульные структуры, глобальная географическая дифференциация, виртуализация, командная форма работы, уплощение иерархии, институционализация внутриорганизационного рынка.

Тема 7. Описание структуры организации в терминах коммуникационных процессов.

Формальная и неформальная структура организации. Коммуникационные роли элементов структуры организации: «лидер мнений», «связной», «сторож» и др. Команды в организациях. Роли членов команды. Взаимосвязь органиграммы и неформальной структуры организации. Влияние документов, регулирующих деятельность организации, на ее неформальную структуру. Смыслопроизводство (sensemaking) в организации (К.Вейк).

Тема 8. Теории принятия решений.

Оценка эффективности решений Понятие, этапы и модели процесса принятия решения. Фазы принятия решения. Проблема рациональности в принятии решений и критерии их эффективности. Модели принятия решений: модель экономической рациональности, социальная модель, модель ограниченной рациональности, модель эвристических суждений и предпочтений. Теория ожидаемой полезности (Дж.Нейман, О.Моргенштерн). Поведенческая модель принятия решений Г.Саймона: концепция ограниченной рациональности. Дерево решений. SWOT-анализ в принятии управленческих решений. Эвристики и предвзятости в принятии решений Субъективная вероятность события и факторы ее определения: иллюзия контроля, феномен валентности (эффект Ф.Ирвина), сложность события, восприятия риска (феномен М.Старра), инерционный эффект («самоукрепление первой альтернативы»), реактивное сопротивление. Автоматическая и аналитическая системы мышления в принятии решений (Д.Канеман, А.Тверски). Эвристики доступности, репрезентативности, привязки (приспособления). Способы ослабления предвзятостей.

Тема 9. Рациональность и иррациональность в принятии решений.

Ограниченная рациональность. Неопределенность и риск в принятии решения. «Недосоциализированные» и «сверхсоциализированные» концепции лица, принимающего решение (М.Грановеттер). Креативность как фактор инновационного развития организации. Творческий подход к принятию решений. Методики выработки креативных решений. Рациональность принятия решений в свете функционального подхода к групповому принятию решений (Р.Хирокава и Д.Гуран).

Тема 10. Социально-психологические эффекты принятия решений в группе.

Индивидуальное и групповое принятие решений. Явления, которые влияют на групповое принятие решений: социальная фасилитация, социальная леность, деиндивидуализация, сдвиг к риску. Групповая поляризация и ее причины. «Группомыслие» (И.Дженис): понятие, симптомы, пути преодоления. Влияние меньшинства в процессе принятия решений. Условия влияния меньшинства: последовательность, уверенность, лидерство. Правила проведения мозгового штурма. Метод Дельфи: преимущества и недостатки. Особенности метода номинальных групп.

Тема 11. Сетевой анализ организационных коммуникаций.

История возникновения сетевого анализа: обнаружение влияния неформальных межличностных отношений на рабочий процесс в хоторнском эксперименте; социометрические исследования межличностных отношений в группе (Дж.Морено); наблюдение и анализ взаимодействия в группах (Р.Бейлс); вклад теории социального обмена в объяснение динамики организационных сетей; идеи новой институциональной экономики. Развитие сетевого подхода в социальных науках в 1970-1980-е гг. (Х.Уайт, М.Грановеттер, Р.Бёрт и др.). Программное обеспечение для анализа организационных сетей. Уровни и методы анализа социальных сетей.

Преимущества и недостатки сетевого анализа. Методы сбора данных об организационных сетях: наблюдение, опрос, добыча данных (data mining) и др.

Тема 12. Формальная и неформальная организационная структура.

Коммуникационные сети и становление сетевого общества. Функции социальных сетей и механизмы их формирования. Характеристики сетей в современной технологической среде. Модели развития сетей. Направления исследований социально-сетевых структур. Особенности практического применения сетевого анализа. Сетевой подход в исследованиях организационных коммуникаций. Коммуникативные потоки в организации. Конфигурации сетей социальной коммуникации в организации. Эффекты восприятия индивидами своего положения в сети.

Тема 13. Социальный капитал организации: концепции и способы измерения.

Понятие и формы капитала. Особенности, интерпретации и подходы к исследованию социального капитала. Структура и источники социального капитала. Типы социального капитала: соединяющий, охватывающий и связывающий. Способы приращения социального капитала и направления его деформации. Социальный капитал групп с узким радиусом доверия. Социальный капитал организации. Уровни исследований социального капитала в организации. Структурный и когнитивный социальный капитал. Оценка социального капитала организации.

Тема 14. Структурные дыры, информационные брокеры (Р.Бёрт).

Формальная и неформальная структура организации. Механизмы образования, структурные переменные и модели развития социальных сетей. Основные компоненты социальной сети. Коммуникационные роли индивида в социальной сети. Эго-сети и формы индивидуального социального капитала. Социальный капитал менеджера. Сильные и слабые связи (М.Грановеттер). Структурные бреши и информационное брокерство (Р.Бёрт).

Тема 15. Социальные сети в хозяйственных отношениях.

Бизнес и предпринимательство: цели, условия деятельности и функции. Сетевые формы организации экономики в Республике Беларусь. Условия и закономерности развития сетевых бизнес-структур. Внутри- и межорганизационные социальные сети. Влияние укорененности на экономическую эффективность организаций (Б.Уцци). Патрон-клиентные отношения и реципрокность как принципы социальной интеграции. Социальные сети во внешних коммуникациях организации. Сетевая взаимопомощь в неформальной экономике. Краудсорсинг и менеджмент сообществ в деятельности организации. Личные сети сотрудников как источник конкурентных преимуществ организации в экономике знаний.

Тема 16. Концепции власти.

Виды и формы власти Социальная власть: теории, формы, методы анализа. Условия возникновения власти. Основания, источники и ресурсы власти. Классические и современные концепции власти. Власть и механизмы контроля в сетевом обществе. Виды власти: принуждающая, нормативная, референтная, экспертная, информационная и др. Выбор средств властного

воздействия. «Лица» власти.

Тема 17. Власть и центральность в сети организации.

Индикаторы власти в анализе социальных сетей организации. Референтные уровни центральности в сети организации: рабочая группа, отдел, организация, доминирующая коалиция. Показатели центральности (Л.Фриман): степень, близость, посредничество. Способы перераспределения власти в коммуникационной сети организации.

Тема 18. Критические и постмодернистские теории власти.

Власть в критической теории. Гегемония и право на артикуляцию интересов (А.Грамши). Действование власти через идеологические аппараты (Л.Альтюссер). Корпоративная колонизация (С.Дитц) как подчинение структур значений дискурсу бизнес-организаций. Способы воздействия идеологии на человеческое поведение: легитимация, сокрытие, унификация, фрагментация, реификация (Дж.Томпсон). Постмодернистские теории власти (З.Бауман, Ж.Бодрийяр, С.Жижек). Развитие и распространение дисциплинарных институтов. Паноптическая модальность власти (М.Фуко). Власть через установление идентичностей и контроль отклонений (Г.Кунда). Технологии управления поведением персонала. Власть в организации пространства современного офиса.

Тема 19. Идеология и лидерство в организации.

Организационная политика как борьба за лидерство в организации. Дискурсивные формы власти. Идеология как источник идентичности и субъективности. «Режимы истины» (М.Фуко). Роли коммуникации в утверждении властных отношений: от репрезентации власти к ее производству членами организации. Концепции лидерства. Лидерские компетенции. Коммуникативные стратегии лидерства. Лидерство как процесс убеждения. Риторические приемы убеждающего воздействия лидера.

Тема 20. Концепции культуры.

Виды организационной культуры Многозначность понятия «культура». Признаки культурных феноменов. Изучение «групповых норм» (Ф.Ротлисбергер), «паттернов норм и отношений» в организации (Д.Кац, Р.Кан), «договорного порядка» в организации (Ф.Селзник). Эволюция представлений об организационной культуре: от поведенческих к интерпретационным и коммуникационным трактовкам. Основные традиции и подходы в исследованиях культуры: психологическая антропология (Ф.Боас), структурный функционализм (Б.Малиновский), символический подход (Л.Уайт). Механизмы воздействия культуры на поведение людей. Культура как образ жизни (Р.Уильямс). Определение организационной культуры. Корпоративная культура и организационная культура. Исследования организационной культуры: история и современность. Структура, функции, модели и виды организационной культуры.

Тема 21. «Насыщенное описание» (К.Гирц). Критические теории организационной культуры.

Социально-антропологические исследования организаций (Г.Кунда, П.В.Романов). Интерпретивистский подход к изучению культуры: культура

как «паутина смыслов» (К.Гирц) и стратифицированная иерархия наполненных смыслом структур (Г.Райл). «Насыщенное описание» («thick description») как метод исследования культуры. Критика и ограничения метода «насыщенного описания»: субъективность интерпретации, проблема репрезентативности, ресурсоемкость метода. Критические теории организационной культуры. Культурные исследования (С.Холл, Р.Уильямс). Критический анализ организационной культуры: корпоративная колонизация (С.Дитц). Роль сотрудников в создании организационной культуры (М.Элвессон).

Тема 22. Традиции исследований организационной культуры.

Методологические подходы к организационной культуре. Методы исследования организационной культуры: количественные, качественные, качественно-количественные. Этическое и эмпирическое описание культуры (К.Пайк). Теоретические перспективы в исследованиях организационной культуры: интеграция, дифференциация, фрагментация (Дж.Мартин и П.Фрост). Основные темы в исследованиях организационной культуры: организационный климат, организационная культура как фактор эффективности организации, организационное познание, культура как идентичность, культура как символизм, культура как текст, критика культуры и др. Параметры картирования культурных различий участников бизнес-коммуникации (Э.Мейер). Измерение организационной культуры (Г.Хофстеде).

Тема 23. Межкультурные различия в организационной культуре.

Культурные универсалии. Причины своеобразия отдельных культур: элементы исторического наследия, структурные факторы, воспитательные факторы. Концепция «культурной грамматики» Э. Холла. Типы культур (Г. Хофстеде). Гипотеза лингвистической относительности Сепира – Уорфа и стили вербальной коммуникации. Взаимосвязь национальной и организационной культуры. Кросскультурные измерения организационной культуры. Кросскультурный менеджмент в организации.

Тема 24. Теории личностной и социальной идентичности.

Теоретические и методологические основания исследований идентичности. Представления о личностной идентичности в социальной психологии и социологии. Социальная идентичность – осознание своих свойств в терминах характеристик социальной группы. Теория социальной идентичности А.Тэджфела и Дж.Тёрнера. Условия и последствия идентификации. Особенности восприятия ин-группы и аут-группы. Связь личностной и социальной идентичностей. Ситуативность мобилизации идентичности. «Позитивная» и «негативная» идентичность. Когнитивный, аффективный, оценочный и поведенческий аспекты идентичности. Факторы групповой идентификации: своеобразие группы, престиж, выпуклость аутгрупп, конкуренция.

Тема 25. Сети коммуникации и организационная идентичность.

Организационная идентичность. Жесткая и мягкая концепции идентичности. Идентификация как процесс создания и поддержания

идентичности. Взаимосвязь организационной идентичности, лояльности, обязательств и преданности. Уровни идентификации с организацией. Связь между индивидуальными и организационными целями. Единство целей и ценностей как условие гармонизации «корпоративной идентичности» и корпоративной культуры. Внутриорганизационные коммуникации как превентивный метод управления организационным кризисом. Влияние внешних коммуникаций организации на условия HR-инжиниринга.

Тема 26. Нарративное и дискурсивное конструирование организационной идентичности.

Нарративное конструирование идентичности: ситуативный поиск согласованности и смыслопроизводство. Идентификация как коммуникативный и дискурсивный процесс. Ролевые конфликты и управление множественностью идентификаций. Дискурсивные ресурсы идентификации. Идентичность работников голографических и идеографических организаций (С.Альберт, Д.Уиттен). Роль организационного конфликта в формировании идентичности.

Тема 27. Исследование организационной идентификации.

Методы исследования идентичности: этнографическое наблюдение, анкетные опросы, интервью, фокус-группы, кейс-стадии, анализ документов. Опросники организационной идентификации (Дж.Чейни и П.Томпкинс; М.Эдвардс и Р.Печчеи). Методики диагностики организационной приверженности (Дж.Мейер и Н.Аллен, Л.Портер). Дискурс-анализ и конверсационный анализ в исследованиях организационной идентификации.

Тема 28. Теории индивидуального и социального научения.

Знание как форма существования и систематизации результатов познавательной деятельности. Взаимосвязь между данными, информацией, знанием и мудростью (Р.Акофф). Индивидуальное и организационное научение. Организационное научение как проявление способности сотрудников обучаться и делать новые знания доступными от имени организации (Дж.Хьюбер). Когнитивное и поведенческое научение. Аналитический, творческий и практический интеллект. Измерение неявных знаний (Р.Стернберг). Основные формы научения: респондентное, оперантное и социальное (Б.Ф.Скиннер). Влияние подкрепления и наказания на результат научения. Теория социального научения (А.Бандура). Викарное научение. Научение в сообществах практики (Дж.Лэйв, Э.Венгер).

Тема 29. Явное и неявное знание.

«Практический интеллект» Научение с одной петлей и с двойной петлей (К.Арджирис). Неявное знание (М.Полани). Распространение неявного знания в повседневных разговорах и практиках. «Метод I» (монологическая трансляция) и «метод II» (сотрудничество, переговоры) в получении знания (Дж.Фрост, М.Остерло). Неявные знания как часть «практического интеллекта» и методы их оценки (Р. Стернберг). Процессы организационного научения. Организационное обучение как непрерывная трансформация явного знания в неявное и снова в явное. Условия, благоприятствующие созданию знания: намерение, автономия, созидательный хаос, избыточность,

разнообразие. Модель создания знания SECI (И.Нонака, Х.Такеучи): социализация, экстернализация, комбинирование, интернализация. Обмен знаниями и обучение в процессе коллаборации.

Тема 30. Социальная архитектура и организационное научение.

Роль структурных брешей в получении избыточной информации (Р.Бёрт). Социокогнитивный конфликт (В.Дуаз и Г.Мюньи) как средство организационного научения: несовпадение представлений и укорененность когнитивного противоречия в социальных отношениях. Условия потребности организации в когнитивном разнообразии. Управление научением через «социальную архитектуру» (И.Богенридер). Анализ данных в деятельности организации. Искусственный интеллект: история исследований, свойства, применение в организации, этические проблемы использования.

Тема 31. Информационно-коммуникационные технологии в организационной коммуникации.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ): понятие и виды. Критерии новизны информационно-коммуникационных технологий. Цифровая трансформация в организации. Компьютерно-опосредованная коммуникация в деловом общении. Условия эффективного внедрения новых ИКТ в организации. Деловая коммуникация в сетевых сообществах. Инструменты проведения виртуальных собраний. Социальные медиа в организационной коммуникации. Направления использования ИКТ во внутриорганизационной коммуникации: оптимизация информационных потоков, совместная работа, управление проектами, анализ данных, HR-инжиниринг. ИКТ во внешних коммуникациях организации. Информационное партнерство и корпоративные медиа в системе средства обеспечения медийности организации. Искусственный интеллект в бизнес-организациях. Этические аспекты использования новых ИКТ в организационной коммуникации.

Тема 32. Сравнение личных и медиатизированных коммуникаций в организации

Сравнение коммуникаций лицом к лицу и медиатизированных. Выбор каналов организационной коммуникации в свете теории богатства медиавозможностей (Р.Ленгель, Р.Дафт, К.Вейк), теории социального присутствия (Дж.Шорт), теории обработки социальной информации (Дж.Уолтер), теории синхронности медиа (А.Дэвис и Дж.Валасич), теории компенсаторной адаптации (Н.Кок).

**Примерный перечень вопросов по разделу 1
для подготовки к государственному экзамену**

1. Подходы к определению организации.
2. Понятие, признаки и типы организаций.
3. Классические и современные теории организации. Актуальные направления исследований организационной коммуникации.
4. Направления и тематики в исследованиях организационной коммуникации. Метафоры организационной коммуникации (Г.Морган, Л.Патнэм).
5. Организационная структура и ее взаимосвязь с другими переменными организации.
6. Типы организационных структур, их сильные и слабые стороны.
7. Организационные конфигурации (Г.Минцберг).
8. Поведенческие модели принятия решений.
9. Эффективность и рациональность управленческих решений.
10. Особенности принятия решений в группе. Методики принятия групповых решений.
11. Социальные сети: понятие, виды, механизмы образования, закономерности функционирования, способы измерения.
12. Анализ социальных сетей в социальных науках: история и современные направления применения.
13. Социальный капитал: понятие, виды. Социальный капитал менеджера и организации.
14. Власть как социальное явление: интерпретации, виды, ресурсы.
15. «Лица власти». Современные тенденции развития исследований власти.
16. Техники власти в современных организациях и концептуальные схемы их изучения (гегемония, паноптизм, символическая власть и др.).
17. Власть в теории стратегических обстоятельств (Д.Хиксон и др.), в теории зависимости от ресурсов (Дж.Пфеффер и Дж.Саланчик), в концепции сетевой центральности (Д.Брасс, М.Бургхардт, Л.Фриман).
18. Полисемия понятия «культура». Основные традиции в исследованиях культуры.
19. История исследований организационной культуры.
20. Методы исследования организационной культуры.
21. Межкультурная коммуникация в организации.
22. Социально-психологические теории идентичности. Теория социальной идентичности (Г.Тэджфел, Дж.Тёрнер), теория самокатегоризации (Дж.Тёрнер, М.Хогг).
23. Организационная идентичность: понятие, характеристики, методы исследования.
24. Средства и методы формирования организационной идентичности персонала.
25. Индивидуальное, коллективное и организационное научение.

26. Производство знаний в организации. Социальная архитектура научения.
27. Неявное знание и практический интеллект. SECI-модель трансформации знаний в организации (И. Нонака, Х. Такеучи).
28. Компьютерно-опосредованная организационная коммуникация в свете теории социального присутствия и теории богатства медиавозможностей.
29. Информационно-коммуникационные технологии во внешних коммуникациях организации.
30. Условия эффективности цифровой трансформации в организациях.

Раздел 2. Учебная дисциплина «Менеджмент».

Тема 1. Менеджмент как наука.

Предмет и объект менеджмента как науки. Менеджмент как система и как процесс. Методы менеджмента: экономические, административно-правовые, социально-психологические. Законы и принципы менеджмента. Современные подходы к менеджменту: процессный, системный, ситуационный. Современные программы подготовки менеджеров. Современные тренды в менеджменте.

Тема 2. Менеджмент как вид профессиональной деятельности. Уровни менеджмента. Требования к профессиональной компетенции. Навыки менеджеров: концептуальные, технические, человеческие (Р. Кац). Роли менеджеров (Г. Минцберг, И. Адизес). Содержание работы менеджера. Должность «менеджер» в ЕКСД (Едином квалификационном справочнике должностей служащих Республики Беларусь).

Тема 3. Виды и функции менеджмента. Задачи менеджмента XXI в. Менеджмент и управление: содержание понятий. Место менеджмента в системе социально-экономических категорий. Виды менеджмента. Функции менеджмента. Задачи менеджмента XXI века (П. Друкер, Г. Хэмэл).

Тема 4. Школа научного управления (Ф. Тейлор, Ф. и Л. Гилбрет, Г. Гант).

Школа научного управления (1885-1920). Школа научного управления (1885-1920). Основные идеи научного управления. Анализ и оптимизация рабочих процессов. Научные методы управления. Рационализация труда и улучшение условий работы. Влияние на развитие менеджмента и промышленности. Система управления Ф. Тейлора. Основные принципы научного менеджмента. Анализ и стандартизация рабочих операций. Разделение труда и специализация. Научный подход к подбору, обучению и мотивации работников. Теория рационализации управления Ф. и Л. Гилбрет. Анализ движений (Therbligs). Стандартизация процессов. Улучшение условий труда. Система контроля и оценки производительности. Оптимизация рабочих операций. Вклад в эргономику и менеджмент. Исследование производственных процессов (Г. Гант). Диаграмма Ганта. Планирование и контроль. Повышение эффективности. Мотивация работников. Влияние на современный менеджмент.

Тема 5. Административная школа управления (Г. Эмерсон, А. Файоль).

Административная школа управления. Принципы производительности и концепция эффективности (Г. Эмерсон). 14 принципов управления и функции управления (А. Файоль).

Тема 6. Теория бюрократии М. Вебера.

Основные черты бюрократии. Иерархическая структура. Разделение труда. Формальные правила и процедуры. Безличные отношения. Профессиональная компетентность сотрудников. Эффективность и предсказуемость управления. Влияние на современные организации.

Тема 7. Массовое производство Генри Форда.

История и развитие массового производства. Принципы и инновации Генри Форда. Конвейерная система. Влияние на автомобильную промышленность и экономику. Стандартизация и снижение затрат. Социальные и экономические последствия. Вклад в современное производство и управление.

Тема 8. Школа человеческих отношений (М.П. Фоллет, Э. Мэйо, Ч. Барнард).

Школа человеческих отношений (1930-1950). Философия управления М.П. Фоллет. Хоторнские эксперименты Э. Мэйо. Теория организации Ч. Барнарда: функции руководителя и роль неформальных организаций.

Тема 9. Школа поведенческих наук (А. Маслоу, Ф. Херцберг, Д. Мак Грегор).

Иерархия потребностей А. Маслоу. Физиологические потребности. Потребности в безопасности. Социальные потребности. Потребности в уважении. Потребности в самореализации. Двухфакторная теория Ф. Герцберга. Мотивационные факторы. Гигиенические факторы. Теории Х и Y Д. Мак Грегора.

Тема 10. Математическая школа управления (школа науки управления) (Р.Акофф, С.Бир).

Математическая школа управления (школа науки управления) (1950 - по настоящее время). Становление системного подхода (Р. Акофф.). Кибернетика и менеджмент (Н. Винер, У. Эшби, С. Бир).

Тема 11. Методология Agile.

Принципы и ценности Agile. Практическое применение Agile. Фреймворки Scrum, Kanban, XP, Lean. Agile-манифест. Преимущества и недостатки Agile. Применение Agile вне ИТ. Стратегии внедрения Agile. Организационные изменения при внедрении Agile.

Тема 12. Менеджмент в цифровую эпоху. Требования к компетенциям менеджера.

Глобализация менеджмента. Менеджмент в условиях цифровизации. Цифровые компетенции менеджера.

Тема 13. Концепция обучающейся организации (П. Сенге).

Понятие обучающейся организации. Важность постоянного обучения и адаптации. Пять дисциплин обучающейся организации: личное мастерство,

модели мышления, совместное видение, командное обучение, системное мышление. Личное мастерство: совершенствование навыков и знаний. Модели мышления: осознание и изменение убеждений. Совместное видение: создание общей картины будущего. Командное обучение: групповая работа и обмен знаниями. Системное мышление: целостный подход к решению проблем. Преимущества обучающейся организации: адаптивность, инновации, улучшение качества работы, удовлетворенность сотрудников. Внедрение концепции: создание культуры обучения, поощрение самосовершенствования, командная работа, развитие системного мышления.

Тема 14. Этика менеджмента. Критерии этического выбора, стратегии предпринимательской деятельности.

Понятие этики менеджмента. Критерии этического выбора. Утилитаристский подход. Индивидуалистический подход. Морально-правовой подход. Концепция справедливости.

Тема 15. Концепция социальной ответственности: понятие, модели, уровни (пирамида А. Кэролла).

Концепция социальной ответственности. Развитие идеи социальной ответственности бизнеса. Модели социальной ответственности: англо-американская модель, европейская модель, смешанная модель. Подходы к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса. Парадигма уровней социальной ответственности бизнеса.

Тема 16. Ценности и принципы социальной ответственности организации. Глобальный договор. Impact-инвестирование.

Понятие социальной ответственности. Основные ценности социальной ответственности. Принципы ответственного ведения бизнеса. Влияние социальной ответственности на общество. Глобальный договор ООН. Основные принципы Глобального договора ООН. Роль Глобального договора ООН в устойчивом развитии. Impact-инвестирование. Понятие impact-инвестирования. Основные цели impact-инвестирования.

Тема 17. Международный менеджмент: сущность основные понятия, теоретические основы.

Понятие международного бизнеса. Характерные черты международного бизнеса. Понятие международной бизнес-среды. Международный менеджмент: сущность, структура, особенности развития. Задачи международного менеджмента. Культурный контекст международного менеджмента. Влияние национальной культуры на процесс управления. Американская модель управления. Восточная модель управления. Формы организации международного бизнеса.

Тема 18. ТНК: понятие, этапы развития, виды.

ТНК (МНК): характеристики, проблемы управления. Понятие ТНК. Этапы развития ТНК. Начальная международная экспансия. Создание зарубежных филиалов. Глобальная интеграция. Виды ТНК. Производственные ТНК. Торговые ТНК. Сервисные ТНК. Нефтегазовые ТНК. Технологические ТНК. Автомобильные ТНК. Структуры ТНК. Холдинговые компании. Конгломераты. Совместные предприятия. Географический охват

ТНК. Региональные ТНК. Межрегиональные ТНК. Глобальные ТНК.

Тема 19. Понятие коммуникации. Изменение представлений о роли коммуникации в рамках школ менеджмента.

Понятие коммуникации. Модели коммуникации. Сетевой подход к коммуникации. Типы социальных сетей. Коммуникационные роли в организации. Роль коммуникации в деятельности организации. Изменение представлений о коммуникации в организационных теориях.

Тема 20. Каналы коммуникации и барьеры в коммуникации. Коммуникативная компетентность менеджера.

Барьеры в коммуникации. Каналы коммуникации. Емкость коммуникационных каналов. Внешняя система коммуникаций. Коммуникативная компетентность менеджера. Навыки активного слушания. Эффективное использование вербальных и невербальных сигналов. Умение преодолевать барьеры в коммуникации.

Тема 21. Формальная и неформальная коммуникация в организации.

Формальная и неформальная коммуникация в организации. Виды формальной коммуникации в организации: общая характеристика. Вертикальные и горизонтальные коммуникации в организации. Виды неформальной коммуникации в организации. Слухи и сплетни. Слухи как сообщение. Слухи как коммуникация.

Тема 22. Управленческая информация: понятие, основные требования к ее количеству и качеству.

Управленческая информация: специфика, основные требования к ее количеству и качеству. Роль информации в деятельности организации. Категории информации. Корпоративная информационная система. Виды корпоративных информационных систем.

Тема 23. Мотивация в организации: виды, методы.

Мотив, потребность, стимул. Понятие мотивации. Мотивационная структура. Мотивационный процесс. Внутренняя мотивация. Внешняя мотивация. Методы мотивации. Материальные методы (монетарные и немонетарные методы). Нематериальные методы.

Тема 24. Содержательные теории мотивации (А. Маслоу, К. Альдерфер, Ф. Герцберг, Дж. Р. Хакман и Г. Р. Олдхэм).

Содержательные теории мотивации: теория иерархии потребностей (А. Маслоу), теория потребностей (К. Альдерфер), теория приобретенных потребностей (Д. МакКлелланда), двухфакторная теория мотивации Ф. Герцберга. Теория пяти ядерных факторов Дж. Р. Хэкмана и Г. Р. Олдхэма. Практическое применение содержательных теорий мотивации.

Тема 25. Мотивационная теория справедливости (С. Адамс).

Теория справедливости С. Адамса (процессуальная теория мотивации). Восприятие справедливости в распределении вознаграждений. Сравнение усилий и вознаграждений сотрудников. Влияние справедливости на мотивацию. Справедливое соотношение входов и выходов. Удовлетворенность при справедливости. Недовольство при

несправедливости. Управление восприятиями справедливости. Создание мотивированной среды. Справедливое распределение вознаграждений.

Тема 26. Мотивационная теория подкрепления (Б. Скиннер).

Теория подкрепления Б. Скинера (процессуальная теория мотивации). Поведение усиливается или ослабевает в зависимости от последствий. Положительное подкрепление — вознаграждение за желаемое поведение. Негативное подкрепление — устранение неприятного стимула. Наказание — уменьшение вероятности нежелательного поведения. Непрерывное и частичное подкрепление. Применение теории в управлении. Мотивация сотрудников через подкрепление. Формирование желаемого поведения. Уменьшение нежелательного поведения.

Тема 27. Мотивационная теория ожидания (В. Врум).

Мотивационная теория ожидания (В. Врума (процессуальная теория мотивации)). Основные компоненты теории: валентность, инструментальность и ожидание. Валентность — ценность вознаграждения для сотрудника. Инструментальность — вера в то, что достижение цели приведет к получению вознаграждения. Ожидание — уверенность в том, что усилия приведут к достижению цели. Применение теории в управлении. Определение значимых для сотрудников вознаграждений. Обеспечение связи между достижением целей и вознаграждением. Укрепление уверенности сотрудников в своих силах. Повышение мотивации и производительности. Учет индивидуальных различий.

Тема 28. Современные подходы к мотивации персонала (KPI, геймификация, социальный пакет, программы здоровья сотрудников).

Современные подходы к мотивации персонала в организации. Формирование (совершенствование) постоянной и переменной части заработной платы. Система грейдов. Социальный пакет: понятие и структура. Нематериальные инструменты мотивации персонала. Геймификация в мотивации персонала. Программы здоровья сотрудников.

Тема 29. Контроль как функция управления. Понятие и виды контроля. Внутренняя система контроля.

Понятие управленческого контроля и его основные виды. Контроль как функция управления и как система. Внутренняя и внешняя направленность управленческого контроля. Предмет управленческого контроля. Система внутреннего контроля: уровни и элементы. Эффективность системы внутреннего контроля.

Тема 30. Система менеджмента качества. Основные этапы развития системы качества («звезды» качества).

Становление и развитие менеджмента качества. Составляющие качества товара и услуг. Концепция всеобщего управления качеством (А. Фейгенбаум). Общие принципы менеджмента качества (Э. Деминг). Международные стандарты в области менеджмента качества. «Звёзды» качества. Грани «звёзд»: система обучения персонала, система взаимоотношений с потребителями, документированная организационная система управления качеством, система взаимоотношений с поставщиками, системы мотиваций.

Первый период 1905 – 1924 гг. Система Тейлора, соответствие стандартам ТУ. Второй период 1924 – 1951 гг. Статистические методы, статистическое управление качеством. Третий период 1951 – 1980 гг. Всеобщее управление качеством (TQC). Четвертый период с нач. 1980 г. Всеобщий менеджмент качества (TQM). Пятый период с нач. 1990 г. Жесткие требования к качеству и надежности продукции, сформулированные в автомобильной промышленности США и Германии (QS-9000).

Примерный перечень вопросов по разделу 2 для подготовки к государственному экзамену

1. Менеджмент как наука.
2. Менеджмент как вид профессиональной деятельности.
3. Виды и функции менеджмента. Задачи менеджмента XXI в.
4. Школа научного управления (Ф. Тейлор, Ф. и Л. Гилбрет, Г. Гантт).
5. Административная школа управления (Г. Эмерсон, А. Файоль).
6. Теория бюрократии М. Вебера.
7. Массовое производство Генри Форда.
8. Школа человеческих отношений (М.П. Фоллет, Э. Мэйо, Ч. Барнард).
9. Школа поведенческих наук (А. Маслоу, Ф. Херцберг, Д. Мак Грегор).
10. Математическая школа управления (школа науки управления) (Р.Акофф, С.Бир).
11. Методология Agile.
12. Менеджмент в цифровую эпоху. Требования к компетенциям менеджера.
13. Концепция обучающейся организации (П. Сенге).
14. Этика менеджмента. Критерии этического выбора, стратегии предпринимательской деятельности.
15. Концепция социальной ответственности: понятие, модели, уровни (пирамида А. Кэрлла).
16. Ценности и принципы социальной ответственности организации. Глобальный договор. Impact-инвестирование.
17. Международный менеджмент: сущность основные понятия, теоретические основы.
18. ТНК: понятие, этапы развития, виды.
19. Понятие коммуникации. Изменение представлений о роли коммуникации в рамках школ менеджмента.
20. Каналы коммуникации и барьеры в коммуникации. Коммуникативная компетентность менеджера.
21. Формальная и неформальная коммуникация в организации.
22. Управленческая информация: понятие, основные требования к ее количеству и качеству.
23. Мотивация в организации: виды, методы.
24. Содержательные теории мотивации (А. Маслоу, К. Альдерфер, Ф.Герцберг,

Дж. Р. Хакман и Г. Р. Олдхэм).

25. Мотивационная теория справедливости (С. Адамс).

26. Мотивационная теория подкрепления (Б. Скиннер).

27. Мотивационная теория ожидания (В. Врум).

28. Современные подходы к мотивации персонала (KPI, геймификация, социальный пакет, программы здоровья сотрудников).

29. Контроль как функция управления. Понятие и виды контроля. Внутренняя система контроля.

30. Система менеджмента качества. Основные этапы развития системы качества («звезды» качества).

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Раздел 3. Учебная дисциплина

«Методы сбора данных в исследованиях коммуникаций»

Тема 1. Опрос.

Общая характеристика метода. Понятие опроса. Диапазон использования методов опроса. Этапы опроса. Организация опроса. Виды опроса: интервью, анкетный опрос. Подготовка опросника и других документов, необходимых для проведения опросов. Эмпирическая проверка вопросника.

Тема 2. Анкетный опрос.

Понятие анкетного опроса. Виды анкетного опроса: раздаточный, почтовый, прессовый, по месту жительства, работы, учебы, отдыха, индивидуальный, опрос в группе. Этапы анкетного опроса. Организация анкетного опроса. Подготовка анкетеров и контроль их работы. Анкета как инструмент сбора данных. Основные структурные элементы анкеты: вводная часть, основная часть, демографический блок. Требования, предъявляемые к содержанию и оформлению анкеты.

Тема 3. Анкетные и программные вопросы.

Понятие анкетного и программного вопросов. Основные требования, предъявляемые к формулировке анкетных вопросов. Виды анкетных вопросов: по содержанию, по функциям, по форме.

Тема 4. Социометрический опрос.

Понятие социометрического опроса. Социометрический критерий. Виды социометрических критериев. Этапы социометрического опроса. Организация и проведение социометрического опроса. Социометрическая карточка, виды социометрических карточек. Социограмма. Виды социограмм: произвольная, круговая, концентрическая. Социометрические индексы: индивидуальные (положительный и отрицательный статус индивида, экспансивность индивида), групповые (экспансивность и сплоченность группы).

Тема 5. Интервью.

Понятие интервью. Виды интервью: структурированное,

неструктурированное, индивидуальное, групповое, телефонное. Этапы интервью. Организация интервью. Типичные ошибки интервьюеров: вопросы-подсказки, «эффект интервьюера». Набор и подготовка интервьюеров; требования, предъявляемые к интервьюеру. Фиксация результатов интервью.

Тема 6. Качественные интервью.

Понятие «качественных» интервью». Виды «качественных» интервью: индивидуальное, групповое, неструктурированное, полуструктурированное, структурированное. Общие особенности индивидуального интервью в качественной методологии: полнота и глубина. Организация и проведение «качественного» интервью. Поведение интервьюера и респондента в ходе «качественного интервью». Приемы стимулирования респондента к рассказыванию: уточняющие вопросы. «Эффект интервьюера». Фиксация данных интервью.

Тема 7. Фокус группа.

Понятие фокус-группы как метода сбора первичных данных. Общие принципы формирования фокус-групп: численность и состав. Ограничения на участие в фокус-группах. Количество групп в фокус-групповом исследовании. Число географических мест проведения фокус групп. Организация проведения фокус групп: устройство помещения, обеспечение явки участников. Критерии отбора респондентов, техника набора участников. План (топик-гайд, вопросник) обсуждения. Модератор: функции модератора, основные стили работы модератора. Требования к модератору, роли участников группы. Фиксация данных группового интервью.

Тема 8. Наблюдение.

Общая характеристика метода. Виды наблюдения Понятие научного наблюдения. Особенности наблюдения как общенаучного метода исследования. Программа наблюдения. Единицы наблюдения, единица счета. Отбор и подготовка наблюдателей. Инструкция для наблюдателя. Виды наблюдения. Виды наблюдения по степени формализации наблюдения: структурированное. Виды наблюдения по степени участия наблюдателя: особенности включенного и невключенного (участвующего) наблюдения. Требования к наблюдателю. Подготовка наблюдателей. Связь наблюдателя с объектом наблюдения, эмоциональная окрашенность наблюдения. Фиксация результатов наблюдения.

Тема 9. Эксперимент.

Общая характеристика метода. Виды экспериментов Понятие научного эксперимента. Принцип социального детерминизма. Гипотеза о причинно-следственной связи. Понятие экспериментального фактора. Зависимая и независимые переменные. Контролируемые и управляемые переменные, неконтролируемые и неуправляемые экспериментальные факторы. Программа эксперимента. Виды экспериментов: теоретический, прикладной, полевой, естественный, лабораторный, параллельный, последовательный, реальный, виртуальный. Организация эксперимента. Фиксация данных эксперимента. Этапы эксперимента. Подготовка условий для эксперимента. Подготовка экспериментаторов. Подготовка технических условий для

фиксации данных: видео аппаратура и др.

Тема 10. История становления и развития метода анализа социальных сетей.

Метод социометрии Дж.Морено: ключевые концептуальные составляющие, инструментарий для описания и анализа межличностных 7 отношений в малой группе. Лабораторные эксперименты А.Бейвласа и Г.Ливитта и их вклад в развитие в развитии метода анализа коммуникационных сетей. Теоретико-эмпирические исследования британских антропологов и их вклад в развитие анализа сетей. Работы Д.Картрайта и Ф.Харари, привлечение математического аппарата в исследование социальных сетей. Формирование новой синтетической методологии – анализа социальных сетей (АСС).

Тема 11. Основы анализа социальных сетей.

Категориальный аппарат анализа социальных сетей. Типы сетей: социоцентрические, эгоцентрические, открытые. Вершина, ребро, дуга, смежность, маршрут, цепь, путь, плотность, степень вершины, подграф, реберная и вершинная связность. Типы данных о социальных сетях: бинарные и взвешенные, означенные и неозначенные, единичные и множественные, направленные и ненаправленные, симметричные и асимметричные, динамичные и статичные. Представление социальной сети в виде социоматрицы. Центральность как мера заметности, влияния вершины в графе. Центральность по степени, близости и посредничеству. Централизация социальной сети. Идентификация сплоченных подгрупп. Эго-сети. Размер и диаметр эго-сетей. Сети «тесного мира» и их прикладное значение. Общие представления о компьютерных программах для визуализации и анализа социальных сетей.

Тема 12. Исследование коммуникационных сетей в организациях.

Единая сеть коммуникаций как результат реального функционирования и развития организации. Формальная и неформальная коммуникация в организации. Уровни анализа коммуникационной сети организации: уровень индивида (эго-сети), уровень группы, сети организации в целом, интерорганизационные сети. Характеристики акторов сети. Характеристики связей в сети: сила связи, симметричность связи, взаимность связи, содержание коммуникации. Коммуникационные роли в интегрированных сетях организации. Особенности эмпирического исследования коммуникационных сетей организации.

Тема 13. Понятие эффективности рекламы и общие принципы исследования эффективности рекламной коммуникации.

Реклама и ее функции. Подходы к оценке эффективности рекламы. Трехступенчатая модель исследования эффективности рекламы. Виды исследований, используемых для оценки эффективности рекламы: разведывательное исследование, описательное исследование, аналитическое исследование, медиа исследования, роль исследований в рекламной практике. Факторы эффективности: неконтролируемые рекламистом факторы, контролируемые рекламистом факторы.

Тема 14. Тестирование эффективности рекламы.

Виды тестов. Методы тестирования. Критерии тестирования. Этапы тестирования. Пре-тесты рекламы: тестирование маркетинговой концепции, тестирование эскизов, тестирование готового материала. Пост-тесты. Мониторинг рекламной кампании и техника ее проведения. Показатели эффективности рекламы: знание (осведомленность), понимание, эмоции, лояльность. Способы их измерения в эмпирическом исследовании. Иерархические и интегрированные модели анализа рекламного воздействия.

Тема 15. Фокус-групповая дискуссия (ФГД) как метод исследования эффективности рекламной коммуникации.

Краткая история возникновения и развития метода фокус-групповой дискуссии. Диапазон возможностей метода ФГД. Виды фокус-групп. Рекрутмент участников ФГД. Требования к участникам дискуссии. Роль и функции модератора фокус-групп. Стратегии модератора ФГД. Групповая динамика в процессе проведения дискуссии. Конструктивные и деструктивные роли участников фокус-групп. Обработка материалов фокус-группы, подготовка транскрипта. Анализ результатов фокус-группового исследования: технический этап; аннотирование транскриптов; интерпретация данных; представление результатов.

Тема 16. Приемы и техники, используемые в фокус-групповых дискуссиях.

Методы и технологии фокус-группового исследования: вопрос как основной методический прием; зондирующие методы и процедуры выбора; проективные методы, вербальные и невербальные ассоциации. Репертуар методов и приемов для тестирования рекламной продукции на фокус-группе. Тестирование рекламного текста и слогана; тестирование телевизионной рекламы; тестирование печатной рекламы; тестирование названия и упаковки; тестирование концепции товара. Сравнительный анализ методики фокус-групповой дискуссии и опросных методик.

Тема 17. Семантический дифференциал как метод оценки эффективности рекламы.

Семантический дифференциал (СД) как экспериментальный метод, основанный на синестезии (мышлении по ассоциации). Диапазон возможностей и варианты использования СД в эмпирических исследованиях. Техника работы с семантическим дифференциалом: подбор антонимических пар, разработка измерительной шкалы, проведение тестирования. Обработка результатов тестирования с помощью факторного анализа. Интерпретация полученных факторов. Визуализация результатов. Варианты использования метода СД для оценки эффективности рекламы.

Тема 18. Контент-анализ: история становления и развития метода, основные принципы.

Количественный контент-анализ как алгоритмизированный перевод содержания сообщения в количественные показатели с последующей исследования Дж.Спида, Д.Уилкокса. Вклад Г.Лассуэлла в становление

контент-анализа как научного метода. Основные требования к контент-анализу, сформулированные Б.Берельсоном: объективность, систематичность, количественное описание и представление результатов, анализ «явного» содержания коммуникации, обобщенность. Сообщение как объект анализа. Появление компьютерных программ для машинного контент-анализа. Преимущества и недостатки машинного контент-анализа. Современный машинный контент-анализ.

Тема 19. Процесс и техника контент-анализа.

Разработка программы как первый этап контент-аналитического исследования. Разработка методики: обоснование и выделение категорий и подкатегорий анализа. Требования к категориям и подкатегориям анализа. Единицы контент-анализа и процедура подсчета. Процедура кодирования. Варианты кодирования. Кодировочная матрица и процесс ее заполнения. Инструкция кодировщику: структура и необходимые элементы. Тренинг кодировщика и оценка надежности инструментария. Количественная обработка данных. Представление результатов исследования.

Тема 20. Выборка в контент-анализе.

Условия применения метода контент-анализа. Типы выборок, применяемые в контент-анализе. Определение границ генеральной совокупности сообщений. Многоступенчатый отбор: выбор источников информации, выбор отдельных «гнезд», отбор конкретных сообщений. Выборка по одной переменной. «Конструирование недели». Определение объема выборочной совокупности сообщений. Формирование выборочной совокупности по «принципу наполнения» (Н.Н.Чурилов).

Тема 21. Количественная обработка данных и интерпретация результатов контент-аналитического исследования.

Ручная и компьютерная обработка данных контент-анализа: частотное распределение, процентное распределение, парные таблицы, коэффициенты корреляции. Расчет специальных коэффициентов: коэффициент Яниса. Методика анализа взаимозависимости элементов содержания. Интерпретация результатов контент-анализа: сравнение характеристик содержания разных источников информации, сравнение разных каналов, сравнение содержания канала с потребностями аудитории. Особенности контент-анализа визуальных и аудиовизуальных сообщений (реклама, кино, телевидение).

Тема 22. Количественный и качественный подходы в исследовании коммуникации.

Философские основания количественного подхода. Основные особенности количественного исследования: определение эмпирических индикаторов и соответствующих им переменных, эмпирическая проверка гипотез, безоценочный анализ, репрезентативная выборка, широкое использование математических и статистических процедур. Философские основания качественного подхода. Основные особенности качественного исследования: ориентация на углубленное понимание явления, отказ от массового сбора данных, нестандартизированный характер процедур, теоретическая выборка. Способы преодоления субъективизма в качественном

исследовании. Взаимодействие и взаимная дополняемость количественного и качественного подходов в эмпирическом исследовании коммуникации.

Тема 23. Качественный анализ содержания сообщений: обоснованная теория.

Исторические и научные предпосылки появления обоснованной теории (ОТ). Обоснованная теория как качественный исследовательский метод, использующий ряд процедур для разработки индуктивно выведенной теории некоего явления. Основные этапы исследования по методу ОТ. Постановка проблемы. Источники исследовательских проблем. Варианты формулировки исследовательского вопроса. Три вида кодирования. Процессуальность исследования.

Тема 24. Обоснованная теория: процесс и техника открытого кодирования.

Открытое кодирование – первый этап анализа текста. Сегментирование текста. «Наклеивание» понятийных ярлыков на отдельные фрагменты текста. Формирование категорий на основе группировки понятий. Развитие категорий, выявление свойств категорий их измерений. Ведение кодировочных записей. Варианты способов открытого кодирования. Выборка на этапе открытого кодирования. Техника постановки вопросов.

Тема 25. Обоснованная теория: осевое и избирательное кодирование. Восхождение к теории Осевое кодирование – установление связей между категориями и субкатегориями, выявленными на этапе открытого кодирования. Модель парадигмы для связывания категорий и субкатегорий в единое целое: каузальные условия, феномен, контекст, промежуточные условия, стратегии действия/взаимодействия, следствия. Постановка вопросов и сравнение осевого кодирования. Процесс избрания центральной категории, связывание центральной категории с другими категориями, валидизация связей. Выборка в избирательном кодировании.

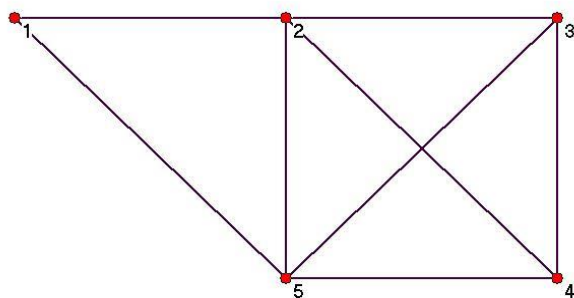
Примеры практических заданий

Задание 1.

1. Представленный на рисунке граф репрезентирует социальную сеть небольшой организации.

Сколько сплоченных групп (клик) можно выделить в этой сети?

Обозначьте их.



Решение

Клика – максимально полный подграф, включающий не менее трех вершин. *Подграфом* (G_s) графа (G) называется граф, все вершины и ребра которого принадлежат G .

Полный подграф – каждая из пар его вершин смежны.

Признак полноты указывает на наличие связей между всеми вершинами подграфа; признак *максимальности* означает, что при добавлении хотя бы одной вершины свойство полноты (т.е. связанности всех вершин) теряется.

На рисунке можно выделить две клики: подграфы (1,2,5) и (2,3,4,5) являются кликами. Они удовлетворяют всем выше названным условиям.

Подграф (1,2,4,5) не есть клика, т.к. не обладает свойством полной связности (отсутствует связь между вершинами 1 и 4). Подграф (2,3,5) не является кликой по причине того, что не является максимальным подграфом (свойство полной связности не теряется при добавлении вершины 4).

Задание 2.

Сформулируйте и запишите, правильно оформив, *полузакрытый «вопрос-меню»* о мнениях для использования его в опросе взрослого населения Республики Беларусь.

Решение

Примеры правильных формулировок вопроса:

А. Какие специалисты с высшим образованием, *по Вашему мнению*, на сегодняшний день наиболее востребованы в г. Минске?

Б. *Как Вы считаете*, какие специалисты с высшим образованием на сегодняшний день наиболее востребованы в г. Минске?

В. Какие специалисты с высшим образованием на сегодняшний день наиболее востребованы в г. Минске?

1. Программисты
2. Экономисты
3. Юристы
4. Инженеры
5. Врачи
6. Учителя
7. Другие специалисты (напишите какие)_____

Вопрос может быть сформулирован по любой теме. В полузакрытом вопросе должны присутствовать свободные строки для вписывания ответов, которые не учтены в шкале ответов. Полузакрытый вопрос-меню используют тогда, когда шкалу ответов закрыть невозможно, то есть могут быть ответы, которые исследователь не может предусмотреть, и тогда, когда полный перечень ответов очень велик.

Вопрос должен замерять мнение респондента о чем-либо или о ком-либо.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 239 с.
2. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 249 с.
3. Виханский, О. С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов, - 6-е изд., перераб. и доп - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 656 с.
4. Головенчик, Г.Г., Ковалев, М.М. Цифровая экономика / Г.Г.Головенчик, М.М. Ковалев. – Минск: Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.
5. Рахманова, Ю. В. Методы социологического исследования : учебное пособие / Ю. В. Рахманова. – Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. – 124 с. – ISBN 978-5-8064-3010-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/252470> (дата обращения: 10.10.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень дополнительной литературы

6. Адизес, И.К. Идеальный руководитель: почему им нельзя стать и что из этого следует: / И.К. Адизес. – 8-е изд. – Москва Альпина Паблишер, 2016. – 263 с.
7. Адизес, И.К. Стили менеджмента — эффективные и неэффективные : практическое пособие / И.К. Адизес. – 5-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 198 с.
8. Андреева, О. Офисные работники: ритуальные формы поведения / О. Андреева, А. Кимерлинг // Антропология профессий: Сб. науч. ст. / Под ред. П.В. Романова и Е.Р. Ярской-Смирновой. – Саратов: Научная книга, 2005. – С. 101-116.
9. Бортник, И.А. Курс лекций по дисциплине «Организационные коммуникации» для студентов специальности «Социальные коммуникации» [Электронный ресурс] / И. А. Бортник. – Полоцк: ПГУ, 2016. – Режим доступа: <http://elib.psu.by:8080/handle/123456789/18359>. – Дата доступа: 27.10.2019.
10. Брайан, Т. Тайм-менеджмент / Брайан Трейси ; пер. с англ. Светланы Кировой. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 140 с.
11. Варенов, А. В. Мотивация персонала. Игра или работа / А.В.Варенов, С.Ю. Исаев. – М.: Речь, 2017. – 160 с.
12. Войскунский А.Е., Скрипкин С.В. Качественный анализ данных как инструмент научного исследования // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 14, Психология. – 2001. – № 2. – С. 93-109.

13. Геберт, Д. Организационная психология. Человек и организация / Д. Геберт, Л. фон Розенштиль. – Харьков: Гуманитарный центр, 2006. – 623 с.
14. Грановеттер, М. Сила слабых связей / М. Грановеттер // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2009. – Т. 10, № 4. – С. 31-50. – Режим доступа: <https://ecsoc.hse.ru>. – Дата доступа: 01.03.2020.
15. Грановеттер, М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности / М. Грановеттер // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2002. – Т. 3, № 3. – С. 44-58. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru>. – Дата доступа: 01.03.2020.
16. Гриффин, Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
17. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации: [учеб. пособие] / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 124 с.
18. Дафт, Р. Л. Менеджмент: учебник / Р. .Дафт; [пер. с англ. В. Кузин]. - 10-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – 655 с.
19. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования. 3-е изд. – М.: Университет, 2004.
20. Дмитриева, Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М.: Центр, 1998.
21. Дик, Р. ван. Преданность и идентификация с организацией / Р. Ван Дик. – Харьков: Гуманитарный центр, 2006. – 142 с.
22. Димаджо, П. Дж. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях / П.Дж. Димаджо, У.В. Пауэлл // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2010. – Т. 11, № 1. – С. 34-56. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru>. – Дата доступа: 01.03.2020.
23. Добренков, В. И. Методы социологического исследования : учебник для студ. вузов, обуч. по спец. 040200 (020300) «Социология» / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. – Москва : Инфра-М, 2011. – 767 с.
24. Добренков, В. И. Методы социологического исследования: учебник для студ. вузов, обуч. по спец. 040200 (020300) "Социология" / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. – Москва : Инфра-М, 2011. – 767 с.
25. Друкер, П.Ф. Классические работы по менеджменту: практическое пособие: / П.Ф. Друкер ; ред. Р. Пискотина ; пер. И. Григорян, О. Медведь, С.Писарева. – 2-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 218 с.
26. Ефимова, Н. В. Практикум по контент-анализу: учеб.-метод. пособие / Н. В. Ефимова. – Минск: БГУ, 2015. – 135 с.
27. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: учебник и практикум

для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 370 с.

28. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.

29. Идентичность. Хрестоматия / Сост. Л.Б. Шнейдер. – М.: МОДЭК, 2008. – 272 с.

30. Канеман, Д. Думай медленно... Решай быстро / Д. Канеман. – М.: АСТ, 2013. – 656 с.

31. Каплан, Р. С., Нортон, Д. П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2003 – 304 с.

32. Кирхлер, Э. Принятие решений в организациях / Э. Кирхлер. – Харьков: Гуманитарный центр, 2009. – 176 с.

33. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999.

34. Коммуникация в международных организациях: практикум для студентов, обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» (направление «Связи с общественностью») / Т. И. Свистун, М. А. Сивенкова. – Минск: МГЛУ, 2018. – 51 с.

35. Кристакис, Н. Связанные одной сетью: как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели / Н. Кристакис, Дж. Фаулер. – М.: Юнайтед Пресс, 2011. – 361 с.

36. Кучко, Е. Е. Методология и методы социологических исследований : пособие для студ. учреждений высш. образования, обуч. по спец. 1-23 01 05 "Социология" / Е. Е. Кучко, С. Н. Бурова, Л. В. Филинская ; БГУ. – Минск : БГУ, 2018. – 251 с.

37. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – М.: Прогресс, 1996.

38. Лемешевский, И. М. Микроэкономика: основы микроанализа и белорусская практика / И. М. Лемешевский. – Минск: Мисанта, 2017. – 399 с.

39. Лидерство=On Leadership : пер. с англ. / Д. Гоулман, П. Друкер, Д.Коттер и др. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.

40. Липатов, С.А. «Вовлеченность работника в организацию» или «увлеченность работой»: соотношение понятий / С.А. Липатов // Организационная психология [Электронный ресурс]. – 2015. – Т. 5, № 1. – С. 104-110. – Режим доступа: <https://orgpsyjournal.hse.ru>. – Дата доступа: 01.06.2020.

41. Липатов, С.А. Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии / С.А. Липатов, А.В. Ловаков // Национальный

психологический журнал [Электронный ресурс]. – 2010. – № 1. – С. 70-75. – Режим доступа: <http://npsyj.ru>. – Дата доступа: 02.07.2020.

42. Ловаков, А.В. Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие / А.В. Ловаков, С.А. Липатов // Психология. Журнал Высшей школы экономики [Электронный ресурс]. – 2011. – Т.8, № 2. – С. 69-80. – Режим доступа: <https://psy-journal.hse.ru>. – Дата доступа: 09.07.2020.

43. Мазаник, М. Н. Методология и методы исследования коммуникации : учеб.-метод. комплекс для студ., обуч. по спец. 1-23 01 15 "Социальные коммуникации" / М. Н. Мазаник, И. Ф. Бурина, Н. В. Ефимова ; БГУ. – Минск : БГУ, 2016. – 159 с.

44. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб.: Питер, 2015. – 800 с.

45. Малхотра, Н. Маркетинговые исследования. – М.: Вильямс, 2007.

46. Мангейм, Дж.Б., Рич. Р.К. Политология: методы исследования. – М.: Весь мир, 1999.

47. Мацусита, К. Миссия бизнеса: научно-популярное издание / К.Мацусита ; ред. О. Галкин ; пер. П. Морозов. – 4-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2014. – 192 с.

48. Мацусита, К. Философия менеджмента : научно-популярное издание / К. Мацусита ; пер. А. Гришин. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 191 с.

49. Мачеринскене, И.М. Социальный капитал организации: методология исследования / И.М. Мачеринскене, Р.В. Минкуте-Генриксон, Ж.Й. Симанавичене // Экономика образования. – 2009. – № 2. – С. 28-38.

50. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; Пер. с англ. О.И. Медведь. – М.: Вильямс, 2016. – 672 с.

51. Методы сбора информации в социологических исследованиях. В 2-х т. / Отв ред. Андреенков В.Г. Маслова О.В. – М.: Наука, 1990.

52. Милграм, С. Эксперимент в социальной психологии. – СПб. Питер, 2000.

53. Мильнер, Б. З. Управление знаниями: эволюция и революция в организации. М., 2003. – 176 с.

54. Мильнер, Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. – М.: Инфра-М, 2014. – 864 с.

55. Минцберг, Г Структура в кулаке: создание эффективной организации / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2004. – 512 с.

56. Морган, Г. Имиджи организации. Восемь моделей организационного развития / Г. Морган. – М., СПб.: Вершина, 2006. – 414 с.

57. Мюллер, А.П. Организационная коммуникация / А.П. Мюллер,

А.Кизер. – Харьков: Гуманитарный центр, 2005. – 438 с.

58. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. – М.: УРСС, 1999.

59. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Пер. с англ. М.: ЗАО «ОлимпБизнес», 2003. – 384 с.

60. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. – 1996. – №6. – С. 119-129.

61. Оперативные социологические исследования: методика и опыт организации / Под ред. Д.Г. Ротмана, А.Н. Данилова, Л.Г. Новиковой. – Минск: БГУ, 2001.

62. Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб.: Питер, 2000. – 528 с.

63. Поплавская, Т.В. Организационная коммуникация: учеб. пособие для II ступени образования по специальности «коммуникативный менеджмент» / Т.В. Поплавская, Т.А. Сысоева [Электронный ресурс]. – М.: Флинта, 2019. – 198 с.

64. Практический интеллект / под ред. Р.Дж. Стернберга. – СПб.: Питер, 2002. – 266 с.

65. Рабочая книга социолога. Изд. 5-е/ Под ред. Г.В. Осипова. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009.

66. Роджерс, Э. Коммуникации в организациях / Э. Роджерс, Р. Агарвала Роджерс. – М.: Экономика, 1980. – 176 с.

67. Родионова, Е. А. Организационная психология: учеб. пособие. – СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. – 80 с.

68. Садман, С. Как правильно задавать вопросы / С. Садман, Н.Брэдбэрн. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2002.

69. Семенова В.В. Качественные методы. Введение в гуманистическую социологию. – М.: Дело, 2003.

70. Сивуха, С. В. Организационная коммуникация: пособие для студ. фак. философии и социальных наук, обуч. по спец. 1-23 01 07 «Информация и коммуникация (по направлениям)» / С. В. Сивуха. – Минск, 2010. – 120 с.

71. Сидорская, И. В. Коммуникации в организации: учеб. пособие / И. В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2015. – 143 с.

72. Симхович, В.А. Белорусская практика корпоративной социальной ответственности: проблема инклюзивности / В.А. Симхович // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: сб. науч. тр. / Под общ. ред. д.э.н., проф. И.Л. Акулича. – Мн.: Издатель А.Н. Вараксин, 2014. – С. 454-461.

73. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. – М.: Издательство Юрайт,

2019. – 460 с.

74. Сушко, В. А. История возникновения и методология сетевого анализа / В. А. Сушко // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2018. – № 21. – С. 161–181.

75. Талер, Р. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье / Ричард Талер, Касс Санстейн ; пер. с англ. Е. Петровой; [науч. ред. С. Щербаков]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.

76. Теория организации и организационное поведение / Громова О. [и др.]. – М.: Юрайт, 2014. – 480 с.

77. Управленческие решения: учебник по специальности «Менеджмент организации» / С. Н. Чудновская. – Москва: Эксмо, 2018. – 366 с.

78. Усовская, Э. А. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс / Э. А. Усовская. – Минск: БГУ, 2017.

79. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы [Электронный ресурс] / М. Фуко. – Режим доступа: <http://www.gumer.info>. – Дата доступа: 01.03.2020.

80. Шейн, Э.Г. Организационная культура и лидерство / Э.Г. Шейн. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.

81. Шелдрейк, Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации [Текст] / Дж. Шелдрейк. – СПб. :Питер , 2001. – 352 с.