

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Департамент социологии, истории и философии

Н.И. Киселёва

**Методология и методика социологических
исследований:**

тематика домашних творческих заданий

2017-2018 учебный год

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки
39.03.01 «Социология»
профиль «**Экономическая социология**»
(программа подготовки бакалавра)

Москва 2017

Тематика ДТЗ являются примерными и могут быть в любой сфере жизнедеятельности молодежи.

Выбор и утверждение темы ДТЗ осуществляется к 1 ноября 2017.

Студент формулирует тему своего авторского исследования (и соответственно Программы исследования), руководствуясь научными критериями, предъявляемыми к формулировке темы социологического исследования и научными требованиями кафедры.

1. Академическая мобильность студентов Финуниверситета
2. Гик-культура как феномен информационного общества в оценках студентов Финуниверситета
3. Потребительское поведение студентов Финуниверситета на рынке развлекательных услуг
4. Влияние ценностных ориентаций на социальную активность студенческой молодежи Финуниверситета
5. Влияние студенческого самоуправления Финуниверситета на формирование профессионально-компетентной личности студента
6. Вторичная занятость студентов Финуниверситета
7. Деньги как социальная ценность студентов факультета социологии и политологии Финуниверситета
8. Мнение студентов о реализации программы по борьбе с курением в Финуниверситета
9. Удовлетворённость студентов факультета социологии и политологии Финуниверситета качеством образования
10. Влияние интернет-коммуникаций на атомизацию студентов Факультета социологии и политологии Финуниверситета (коллективная работа)
11. Влияние моды на социальное поведение студентов Финуниверситета (коллективная работа)

12. Влияние вторичной занятости на успешность образовательной деятельности студентов Финуниверситета
13. Деньги как социальная ценность студентов факультета социологии и политологии Финуниверситета
14. Влияние гендерных стереотипов в рекламе на потребительское поведение студенчества Финуниверситета
15. Влияние социальной власти тренера на эффективность деятельности спортивного коллектива в условиях молодежного спорта высших достижений (на примере ГБПОУ МССУОСР №2)
16. Трудолюбие как социальное явление среди московских студентов-бакалавров
17. Влияние интернет-коммуникаций на атомизацию студентов Факультета социологии и политологии Финуниверситета (коллективная работа)
18. Влияние процесса информатизации на образование студентов Финуниверситета
19. Социально-экономическая готовность студентов к реализации стартапов (на примере студентов Финуниверситета)
20. Мотивированность студентов коммерческих форм обучения Финуниверситета к академической успеваемости (на примере Факультета социологии и политологии)
21. Эффективность методов и методики образования в Финуниверситете в оценке студентов
22. Факторы, влияющие на вовлеченность обучающихся в студенческую жизнь Финуниверситета
23. Влияние моды на социальное поведение студентов Финуниверситета (коллективная работа)
24. Узнаваемость студентами Финуниверситета приемов манипуляции интернет-рекламе

25. Особенности восприятия вирусной рекламы в интернете студентами Финуниверситета
26. Особенности вторичной занятости студенчества Финуниверситета
27. Влияние современных цифровых коммуникаций на формирование представлений о предпринимательстве у студентов Финуниверситета
28. Социальная составляющая уровня счастья студентов Финуниверситета
29. Отношение студентов Финуниверситета к назойливости интернет-рекламы
30. Удовлетворенность студентов качеством проживания в общежитиях Финуниверситета при Правительстве РФ
31. Доступные социальные лифты студентов Финуниверситета для реализации жизненных ценностей в условиях формирования рыночной экономики
32. Влияние современных цифровых коммуникаций на формирование представлений о предпринимательстве у студенческой молодежи (на примере студентов Финуниверситета)
33. Труд студента Финуниверситета в условиях профессиональной неопределённости
34. Потребительская активность выпускников бакалавриата на столичном рынке образовательных услуг
35. Профессиональная самоопределяемость столичных школьников
36. Причины безработицы среди выпускников Финуниверситета
37. Социальные представления о практике применения ЭКО в оценках студентов Финуниверситета
38. Отношение студентов Финуниверситета к феномену криптовалют
39. Факторы, обуславливающие формирование игромании среди студентов Финуниверситета
40. Особенности монетарного поведения студентов Финуниверситета

41. Реклама как фактор формирования потребительской активности студентов Финуниверситета
42. Демонстративное потребительское поведение студентов столичных вузов
43. Социально-трудовая мобильность студентов Финуниверситета
44. Бонусные карты как фактор формирования столичной молодежи (или студентов) Финуниверситета
45. Удовлетворенность студентов Финуниверситета телевизионной рекламной
46. Стратегии достижения карьерных успехов студентами Финуниверситета
47. Влияние рекламы моды в социальных сетях на потребительское поведение студенческой молодежи г. Москвы
48. Просмотр видео в интернете, как форма досуга студенческой молодёжи (на примере студентов Финуниверситета)
49. Студенческий совет как субъект формирования корпоративной культуры
50. Демонстративное потребительское поведение как фактор формирования идентичности молодежи (на примере студентов Финуниверситета)
51. Социальная активность среди молодёжи (на примере 2 курса ФСП ФУ)
52. Влияние социальных сетей на жизнь и ценностные ориентации молодежи (на примере студентов Финуниверситета)
53. Влияние трэп-музыки на формирование стиля жизни студентов Финуниверситета
54. Эволюция трудовых установок российской молодежи в условиях экономических санкций
55. Цифровое неравенство в современном российском обществе на примере студентов Финуниверситета

56. Деньги в экономическом понимании молодежи
57. Влияние внутренней трудовой миграции на качество жизни молодых российских специалистов
58. Студенческий совет как субъект формирования личностных качеств (на примере студентов Финуниверситета)
59. Влияние телевизионной рекламы на активность потребительского поведения студенческой молодежи (на примере Финуниверситета)
60. Студенты вуза как субъект оценки качества образования
61. Гендерные стереотипы в предпринимательстве
62. Внеучебная деятельность как фактор профессионального самоопределения студентов Финуниверситета
63. Социально-экономическая адаптация иногородних студентов в Москве на примере студентов Финуниверситета
64. Потребительское поведение столичной молодежи на рынке развлекательных услуг
65. Молодежное предпринимательство на примере студентов Финуниверситета
66. Профессиональные качества, навыки и компетенции социолога в мнениях студентов 1 и 4 курсов, обучающихся по направлению «социология» на примере Финуниверситета
67. Отношение современной молодежи к сексуальным меньшинствам (на примере студентов Финуниверситета)
68. Оценка студентами фу качества получаемого образования
69. Мода как отрицательный фактор, влияющий на взаимоотношения среди молодёжи (на примере Финуниверситета)
70. Социальная реклама как средство формирования здорового образа жизни студенческой молодежи (на примере Финуниверситета)
71. Трудовая занятость студенческой молодёжи в контексте обучения в ВУЗе (на примере студентов Финуниверситета)
72. Банкротство как социальное явление в сфере экономики

73. Конкурентоспособность компаний на рынке финансовых услуг
74. Социально-профессиональная мобильность специалистов
75. Гендерная специфика финансово-банковского менеджмента
76. Социальная структура специалистов, занятых в сфере (налогообложения, финансово-банковской, страховой и т.д.) деятельности
77. Социальный механизм банковской сферы (рынка финансовых услуг, реального сектора экономики или др)
78. Гендерные аспекты управления в сфере экономики и финансов
79. Налоговая культура
80. Налоговое поведение
81. Стратификация вкладчиков
82. Будущая экономическая интеллигенция в лице студентов экономических вузов
83. Образ жизни среднего класса
84. Феминизация мегаполисов (Москвы или др.)
85. Качество жизни студентов экономических вузов
86. ОСАГО и страховое поведение
87. Миграционные процессы
88. Общественное мнение студентов о демографической ситуации в Москве.
89. Социальные последствия миграции для региона
90. Гражданский брак: социальные причины и последствия
91. «Материнский капитал» как объект женского общественного мнения
92. Национально-этническая толерантность российской молодежи
93. Доверие россиян экономическим институтам
94. Социальные последствия жилищно-коммунальной реформы в оценках экспертов
95. Мотивация благотворительности в российском бизнес-сообществе

96. Особенности института страхования в трансформируемой экономике в оценке экспертов.
97. Экономический рост в России как фактор преодоления бедности в оценке экспертов
98. Факторы развития института социальной ответственности бизнеса в России в оценках экспертов
99. Имидж финансовой системы в представлении москвичей
100. Социально-экономический механизм оптимизации интересов государства и крупного бизнеса
101. Социальное самочувствие сотрудников в корпоративной культуре
102. Динамика развития Европейского Союза в условиях глобализации
103. Финансовая грамотность россиян
104. Коррупция в государственной службе
105. Влияние коммерческой рекламы на базовые ценности российского общества
106. Социальные последствия реформирования пенсионной реформы России
107. Влияние рынка труда на социальную напряженность в обществе
108. Особенности преодоления социально-экономических противоречий (на примере различных стран)
109. Социальная защищенность: проблема социальной защищенности военнослужащих
110. Контрактная служба в Вооруженных силах Российской Федерации: проблемы и перспективы