

Список тем студенческих исследований 2000-2007 гг.

Экономическая социология

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.	7
Азартные игры.....	7
Отношение населения Москвы к азартным играм	8
Рынок игровых автоматов Москвы	9
Поведение потребителей на рынке престижных игровых автоматов (на примере залов Х-Тайм г. Москвы)	9
Человек у игрового автомата.....	11
Выбор потребителей между товарами импортных и отечественных производителей.	12
Здоровый образ жизни и здоровое питание	12
Как принимаются основные потребительские решения в семье (на примере покупок бытовой техники).....	13
Как принимаются решения о трате семейных денег.....	14
Распределение финансов внутри домохозяйства.	15
Факторы, влияющие на выбор мобильного оператора	16
Мобильный телефон в жизни студента: роскошь или средство связи?.....	17
Социальные аспекты кредитования населения: Отказ от кредита	18
Музыкальный молодежный рынок. Спрос и предложение.	20
Особенности потребительского поведения на рынке телевизоров в регионе России (на примере Оренбургской области).....	21
Роль Интернета в современном потребительском поведении	22
Отношение потребителей к покупке товаров в сети Интернет	23
Отношение студентов ГУ-ВШЭ к пластиковым картам.....	24
Реакция потребителей на призовые рекламные акции производителей безалкогольных напитков.....	29
Поведение потребителей на рынке инновационных товаров (на примере аудио- и видеотехники).....	30
Потребление услуг фитнес-клубов	31
Обладание портфелем капиталов как фактор влияния на выбор стратегии приобретения жилья студентами ВУЗов Москвы	32

Потребление услуг частных строительных подрядов москвичами и жителями Подмосковья	33
Почему мы не платим в общественном транспорте?	34
Разработка рекламной стратегии для фирмы, производящей модемы	35
Семейные принятия решений о покупках товаров для дома (на примере гипермаркета ИКЕА).	36
Мода как регулятор потребительского поведения	38
Типология потребительского поведения на рынке одежды	39
Типология стилей жизни подростков: потребление материальных ценностей и образовательных услуг	40
Характер взаимодействия издателей и покупателей на книжном рынке г. Москвы	41
Шопинг: как люди делают это?	43
ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ В СФЕРЕ ФИНАНСОВ И КРЕДИТА.....	44
Действительно ли неформальное кредитование «бесплатно»?	44
Игрок финансового рынка	45
Кредитование населения: социальные аспекты, проблемы и перспективы	46
Неформальное кредитование в студенческой среде	48
Неформальное кредитование между домохозяйствами	49
Неформальное кредитование между домохозяйствами: предпосылки и социальная сущность явления	51
Потребность населения в кредитовании: размер кредита, процентные ставки, сроки погашения.....	52
Сберегательное поведение населения.....	53
Сберегательные мотивы населения.....	54
Сбережения молодых.....	55
Сбережения на старость.....	56
Социальные аспекты кредитного поведения москвичей (Изучение влияния экономической социализации и социального окружения на отношении к услуге кредитования)	58
Социальные аспекты кредитования населения: Отказ от кредита	59
Спрос на образовательный кредит: текущая ситуация и возможности развития	61
Типология пользователей потребительского кредита	63
Финансовая грамотность жителей Москвы и Подмосковья на примере фондового рынка	64
Финансовая грамотность москвичей. Основные мифы и заблуждения относительно финансовых рынков.....	65

Финансовые стратегии москвичей относительно черного дня	65
ИЗУЧЕНИЕ РЫНКОВ ТРУДА	68
Вторичная занятость преподавателей московских вузов.....	68
Вторичная занятость студентов ГУ-ВШЭ: причины и следствия.....	68
Вторичная занятость студентов-социологов ГУ-ВШЭ	70
Молодые социологи на рынке труда	71
Мотивация и стимулирование трудовой деятельности учителей разных типов школ г. Москвы	71
Неправовые практики в студенческой занятости.....	72
Ожидания на рынке труда и перспективы трудоустройства студентов и выпускников социологических вузов	74
Портфель работ преподавателей ГУ-ВШЭ.....	74
Производственная практика и ее влияние на профессиональные ориентации студентов	75
Профессиональные установки выпускников престижных ВУЗов г.Москвы	76
Стратегии трудоустройства студентов на московском рынке труда	77
Основные характеристики рыночной занятости студентов: кто, как и где находит работу.....	78
Факторы престижности профессий	79
КУЛЬТУРА И ЭТИКА ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА	79
Коллективный труд в сетевом пространстве: на примере русскоязычной версии Wikipedia	80
Бригада строительных рабочих – вид изнутри.....	81
Западная деловая культура в российских фирмах	81
Изучение неформального распределения финансовых потоков внутри российских компаний на примере социологических исследовательских фирм	82
Фриланс и профессия переводчика	83
Концепции профессионального успеха в различных профессиональных группах	84
Понимает ли Россия язык СРП, на котором говорит Запад?	85
Молодежное предпринимательство: обзор успешных и неуспешных практик	86
Место Корпоративной культуры среди прочих Факторов Успеха организации (на примере Банковской Сферы)	87
Неформальная экономика вынужденных мигрантов.....	88

Организация продаж финансовых услуг (на пример одного из банков Москвы).	89
Отношение жителей г. Москвы к этническому предпринимательству	91
Отношение жителей Москвы к этническим предпринимателям	91
Отношение мужчин, работающих в строительных компаниях города Москвы, к деловой активности женщин.	92
Православная этика как базис эффективного утверждения авторитета в хозяйственных организациях России	94
Социальная мобильность в рамках академического социологического сообщества	96
Социально-экономические взаимоотношения между субъектами на рынках г. Москвы.	97
Социальные проблемы организации труда в ресторанах быстрого питания	98
Социально-экономический механизм функционирования книжного рынка в современной Москве ...	99
Социальные стереотипы в сфере труда и занятости.	99
Сравнение взглядов предпринимателей и студентов на этику бизнеса.....	100
Сравнение представлений о позиции менеджера у ведущих работодателей и руководителей образования	102
Непривычный облик рабочего места: вне дома и офиса	104
Теневые практики на производстве	105
Феномен этнического предпринимательства на примере татар города Ижевска.	106
Формальные и неформальные схемы оценивания академической продукции (на примере экспертизы грантовых проектов)	107
Роль доверия при выборе предпринимателями стратегии управления персоналом.....	109
Формальные и фактические условия найма и работы на предприятиях малого бизнеса	110
Шкала коллективизма Г.Хофштеда и ее адаптация к российским условиям.....	111
СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ	112
Влияние телевизионной рекламы на жизненные предпочтения	112
Молодежь и реклама.....	113
Коммуникативная эффективность социальной рекламы.....	114
Отношение студентов к социальной рекламе (на примере телевизионных роликов).....	115
Рекламная политика столичных сотовых операторов.....	116
«Спортсменка, активистка, красавица»: влияние рекламы на формирование идеала телесной красоты.	119

Социология образования

ДОВУЗОВСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ.....	120
Влияние социального капитала на неравенство доступа к высшему образованию	120
Влияние форм довузовской подготовки на поступление, успеваемость и профессиональную ориентацию студентов.....	121
Выбор способа довузовской подготовки семьей абитуриента	122
Выбор формата сдачи вступительных экзаменов: от чего он зависит?.....	124
Жизненные стратегии молодежи в сфере образования.....	125
Инвестиции в образование детей (на примере школьников Климовска)	126
Образовательные мотивации и профессиональные ориентации молодежи.....	127
Образовательные стратегии старшеклассников.....	128
Отношение школьников Экономико-менеджеральной школы к дистанционным формам обучения	129
Отношения платности в сфере услуг образования на этапе подготовки старшеклассников к поступлению в ВУЗ.....	130
Подготовка к поступлению в вуз: стратегии школьников выпускных классов.....	131
Факторы, влияющие на выбор школы родителями	132
Иностранные студенты: мотивы учебы и работы в Москве	133
Бюджетные и коммерческие студенты ГУ-ВШЭ.....	135
Идеальный университет глазами преподавателей ГУ-ВШЭ.....	135
Интернет как источник образовательных ресурсов для студентов: на примере образовательного портала esosman.edu.ru.....	136
Исследование профессионально-образовательных ориентаций студентов ГУ-ВШЭ.....	138
Независимо выполненные работы в ГУ-ВШЭ: случайность или закономерность?.....	139
Отношение студентов ГУ-ВШЭ к введению системы высшего образования "4 (бакалавриат)+2 (магистратура)"	140
Отношение студентов ГУ-ВШЭ к модульной системе организации учебного процесса.....	141
Стратегии выбора компании участниками программы «Work and Travel».....	142
Стратегии получения высшего образования студентами ГУ-ВШЭ в контексте введения системы образования "4+2".....	143
Стратегии обучения аспирантов ГУ-ВШЭ.....	145
Образовательная миграция студентов московских вузов.....	146

Эмиграционные планы московского студенчества. Кто и почему уезжает из России?.....	147
--	-----

Культура внепроизводственных сфер

СЕМЬЯ И ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ПОЛОВ.....	149
Выбор партнера на брачном рынке.....	149
Выбор партнера на брачном рынке (по Интернет-сайтам знакомств).....	150
Выбор партнера на брачном рынке: анализ брачных объявлений.....	150
Морально-этический аспект во взаимоотношениях полов в молодежной среде.....	151
Отношение студентов г. Москвы к гражданским бракам в современном обществе.	152
Отношение студентов к гражданскому браку.....	154
Отношение студентов к студенческим бракам и к образованию.....	155
Распределение хозяйственных обязанностей в браке.....	155
Рыночная ориентация в любви в современном обществе (на примере студентов ГУ-ВШЭ).....	156
Ценностные ориентации молодежи: гендерный аспект.....	158
ДРУГИЕ СФЕРЫ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ.....	159
Досуг современной молодежи.....	159
«You are who you pretend to be»: самопрезентация в виртуальной реальности (на примере пользователей сайтов знакомств) и ее связь с реальной идентичностью	160
Бытовые условия Государственного Университета – Высшая Школа Экономики	161
Выбор подарка: формализация или персонификация.....	162
Отношение респондентов к социологическим опросам.....	162
Отношение старшеклассников к проблемам индивидуальной религиозности и религиозной организации.....	163
Оценка эффективности западных методов борьбы с курением глазами студентов ГУ – ВШЭ.....	165
Ощущение и обеспечение собственной безопасности пассажирами московского метрополитена.....	166
Поведенческие практики в студенческом общежитии: границы приватного и общественного	167
Политические предпочтения студентов г. Москвы.....	168
Проблема суицида глазами молодежи (на примере студентов ВШЭ).....	169

Место компьютеров в жизни москвичей (потребление как использование).....	170
Место компьютеров в жизни москвичей (потребление как покупка)	171
Социально-экономическое значение дач для москвичей	172
Стратегии самопрезентации личности в Интернете	174
Этнические авто- и гетеростереотипы русских школьников	175
Эффективность закона "О русском языке..."	175
Бивис и Батт-Хед» – вымысел или реальность? (о проблеме влияния художественного произведения на аудиторию)	176
Бивис и Батт-хед глазами взрослой молодежи.	177
Кто и почему ходит в московские театры	178
Место чтения в жизни молодежи.....	180
Влияние глянцевого журнала на образ жизни современных девушек	181
Ценности учащихся 9-х классов и структура содержания современной популярной песни.	182
Читатель и герой современной массовой литературы.....	183