Темы курсовых работ для студентов 4 курса

1. Общественное мнение и массовое сознание: Россия - XXI век.

2. Сущность мониторинга и его введение в процесс управления организацией.

3. Управление организацией в условиях агрессивной среды: социологический аспект.

4. Формы взаимодействия органов власти и некоммерческих организаций в социальной сфере.

5. Формы взаимодействия органов власти и коммерческих организаций в социальной сфере.

6. Функционирование организаций в условиях глобальной конкуренции.

7. Стереотипы сознания студенческой молодежи.

8. Связь с общественностью как информационный менеджмент организации.

9. Образовательная программа: нормативные документы, назначение, задачи и структур а.

10. Социальный портрет студента Смоленского государственного университета.

11. Становление и развитие корпоративной культуры а современной России.

12. Социологическое обеспечение процессов формирования гражданского общества: региональный аспект.

13. Исследование профессионального самоопределения студентов факультета управления.

14. Потребности государственной и муниципальной служб Смоленской области в специалистах –социологах.

15. Поведенческая типология студенческой группы.

16. Технологии формирования баз социологических данных на ПЭВМ.

17. Мониторинг успешности студентов и управление их деятельностью.

18. Технология проектирования образовательных систем и процессов.

19. Конструкторско-технологическая деятельность преподавателя.

20. Социальное управление как вид управленческой деятельности.

21. Опыт и традиции русской национальной педагогики в методике преподавания

социологии в общеобразовательном учреждении.

22. Профессиональная мобиль-ность.

23. Учебное пособие по теме в курсе социологической дисцип-лины (дисциплина и тема по выбору).

24. Электронное учебное пособие по теме в курсе социологи-ческой дисциплины (дисциплина и тема по выбору).

25. Модульное обучение: система базисных, содержательных блоков курса социологии.

26. Процесс педагогического проектирования, как инновационные технологии обучения: разработка программы и методических средств курса социологии.

27. Формирование системы педагогической диагностики как мониторинга качества соци ологического образования в вузе.

28. Педагогический мониторинг образовательного процесса на занятиях по социологии как фактор повышения уровня их эффективности и результатов.

29. Опыт и традиции русской национальной педагогики в методике преподавания социологии.

30. Проблемы определения норматива прожиточного минимума.

31. Роль негосударственных некоммерческих организаций в ре-шении социальных проблем.

32. Роль социологических показателей в системе информацион-ного обеспечения отраслей социальной сферы.

33. Роль интернет-технологий в обеспечении процесса управ-ления социальной сферой.

34. Социальная реклама.

35. Социологические показатели в системе информационного обеспечения отраслей социальной сферы.

36. Специфика рынка медицинских услуг и ее влияние на ме-тоды управления.

37. Способы оценки благосостояния населения.

38. Рынок туристских услуг: его особенности, тенденции раз-вития и проблемы.

39. Тенденции развития корпоративной благотворительности в России и за рубежом.

40. Тенденции развития института частной благотворительно-сти в России.

41. Фандрайзинг в России.

42. Организации в постиндустриальную эпоху.

43. Экологические аспекты организационного поведения.

44. Пожизненный наем в организациях. Особенности органи-зационного поведения в условиях пожизненного найма.

45. Финансово-промышленные группы в России как особый тип организации: характерные черты, преимущества и недостатки.

46. Особенности функционирования фрачайзинговых организа-ций.

47. Особенности становления и развития организаций сетевого маркетинга.

48. Социальные, культурные и правовые составляющие организа-ционного поведения в международном бизнесе.

49. Воздействие многонациональных компаний на социально-экономические процессы в отдельных странах. (Проблематика современных дискуссий, посвященных феномену глобализации).

50. Особенности этических принципов функционирования организаций в Европе и Азии. (Методы преодоления культурных барьеров).

51. Особенности реализации принципов социальной ответственности бизнес-организаций в различных отраслях экономике (банковском и страховом деле, пищевой и легкой промышлен-ности, автомобилестроении, сфере услуг и др.)

52. Инструменты воздействия организаций на потребительское поведение.

53. Государственные организации как клиенты компаний.

54. Особенности организационной культуры современных рос-сийских компаний.

55. Жизненный цикл организации и процесс трансформации организационных структур.

56. Интеграционные процессы в организации. Принципы и методы координации различных элементов организационной системы.

57. Особенности функционирования и развития организаций в сфере услуг.

58. Понятие социотехнической системы. Технологические и гуманитарные императивы в процессе становления и развития организаций.

59. Организационная культура, ее основные элементы (на примере конкретной организации).

60. Современные факторы внутренней и внешней среды, влияющие на эффективность функционирования организации.

61. Социальные последствия политических и экономических процессов.

62. Опыт реализации основных моделей социальной политики.

63. Основ-ные индикаторы государства благосостояния и социального государства: уровень дифференциации населения по доходам, объем социальных расходов государства.

64. Различия в подходах, организацион-ном оформлении и принципах реализации социальной политики государств.

65. Роль государства в решении социальных проблем. (Принципы реализации социальной политики и источники ее финансирования).

66. Характеристики организации системы управления в социальной сфере: централизация, децентрализация.

67. Особенности инфраструктуры социальной сферы Смоленской области.

68. Бедность как социальное явление и социальная проблема. (Подходы к оценке уровня благосостояния населения).

69. Постановка проблемы бедности в государствах благосостояния и социальных государствах.

70. Тенденции изменения содержания пробле-мы бедности в официальной практике государств.

71. Проблемы опре-деления показателя прожиточного минимума в России.

72. Практика реализации принципа адресной поддержки и заявительного принци-па в рамках системы социальной защиты населения.

73. Основные направления жилищной политики государства в условиях рынка жилья.

74. Маркетинг некоммерческих организаций.

75. Нормативный и субъективный подходы к идентификации социальных проблем.