

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 16.07.2024 15:56:01

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой

философии и социологии

(наименование кафедры полностью)



Л.В. Килимова

(подпись, инициалы, фамилия)

«01» июля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине

Социология финансового поведения

(наименование дисциплины)

39.03.01 Социология

код и наименование ОПОП ВО

Экономическая социология

наименование направленности (профиля)

—
Курск – 2024

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины **Основные направления развития социологии финансового поведения.**

1. Финансовое поведение населения: история становления объекта исследования, понятие, подходы к исследованию.
2. Субъекты финансового поведения: индивид, домохозяйство, экономическая семья.
3. Определения личных сбережений населения.
4. Показатели потока и запаса сбережений.
5. Временной период измерения потока сбережений. Отрицательные и положительные сбережения.
6. Микро и макро уровни измерения сбережений населения.
7. Объективные и субъективные оценки сбережений.

Раздел (тема) дисциплины **Основные направления анализа финансового поведения**

1. Статистика сбережений в России и за рубежом.
2. Межстрановые сравнения показателей сбережений и их динамика за последние 20 лет.
3. Формы сбережений.
4. Проблема включения предметов длительного пользования. Сбережения и потребление как континуум.
5. Сбережения и инвестиции. Сбережение и одалживание.
6. Средняя и предельная склонности к сбережению.
7. Функция потребления.
8. Моделирование теоретических допущений.
9. Тестирование гипотез.
10. Теория абсолютного дохода Дж.Кейнса. Мотивация сбережений (Дж.Кейнс).
11. Неоклассические модели сберегательного поведения: общее и особенное.
12. Модель перманентного дохода М.Фридмана

Раздел (тема) дисциплины **Проблема рациональности экономического поведения.**

1. Модель принятия решений в условиях межвременного выбора И. Фишера.
2. Гипотеза жизненного цикла Ф.Модильяни.
3. Развитие экономического моделирования сберегательного поведения населения в последней четверти XX века.

4. Стилизованные факты современного сберегательного поведения населения.

5. Введение в модель предпосылки о существовании неопределённости будущих доходов и несовершенного кредитного рынка. Влияние пенсионного страхования (государственного и негосударственного), развитости банковского сектора, доступа к финансовой информации и кредитным ресурсам на финансовое поведение домохозяйств.

6. Соотношении экономического и экономико-психологического подходов.

7. Сберегательное поведение как предметная область исследования в экономической психологии.

8. Место и роль психологических переменных в моделировании сберегательного поведения.

9. Взаимосвязь экономики и психологии в исследованиях сберегательного поведения Катоны.

10. Субъективные воззрения людей на экономику

Раздел (тема) дисциплины Социальные основы экономического действия. Понятие и основные характеристики сетевых связей.

1. Роль социальных факторов в объяснении экономического поведения людей. Мотивация финансового поведения с точки зрения экономической социологии.

2. Место социологического подхода в междисциплинарном исследовании сберегательного поведения населения.

3. Социальные функции денег Зиммеля.

4. Социология финансов Голдшильда.

5. Теория относительного дохода Дьюзенберри.

6. Социально-психологическая модель Фёрнхэма.

7. Социальная множественность денег В. Зелизер.

Раздел (тема) дисциплины Инновационные, рыночно-обменные и стереотипные элементы финансового поведения.

1. Проблемы операционализации понятий дохода и сбережений в обследованиях домохозяйств.

2. Бюджетные обследования.

3. Различия экономического и социологического подхода к измерению доходов.

4. Основные проблемы при сборе данных о доходах и сбережениях домохозяйств и пути их возможного преодоления.

5. Формулировки вопросов анкеты о доходах, материальной обеспеченности, потреблении, сбережениях и их формах.

Раздел (тема) дисциплины Типы финансового поведения хозяйственных организаций

1. Понятие финансовых стратегий домохозяйства.

2. Экономико-психологическая классификация финансовых стратегий домохозяйств.
3. Экономико-социологический подход к выделению основных типов финансовых распределения ресурсов внутри домохозяйства (основные детерминанты).
4. Сбережения и инвестиции.
5. Взаимосвязь сбережений и инвестиций на микро и макро уровне.
6. Парадокс бережливости Кейнса.
7. Инвестиционные инструменты и институты современной рыночной системы.

Раздел (тема) дисциплины **Социальная и экономическая стратификация**

1. Роль доверия к финансовым и денежно-кредитным институтам и коллективных представлений в массовом инвестиционном поведении.
2. Объяснение мошенничества финансовых компаний с точки зрения неоклассической экономической теории: понятие финансового риска и неопределённости, асимметричность информации участников сделки.
3. Психологический подход к исследованию финансовых пирамид: предрасположенность к оптимизму в условиях неопределённости, влияние "толпы", эффект "якоря", эффект новизны, "гало-эффект".
4. Цели и задачи маркетинговых исследований финансового поведения и прогнозирование продвижения того или иного финансового инструмента
5. Модель сберегательного поведения Дж. Катоны.
6. Контрактные, дискреционные и остаточные сбережения

Раздел (тема) дисциплины **Хозяйственная система советской и постсоветской России. Рынки и фирмы: перспективы развития экономической социологии**

1. Краткий обзор баз данных и исследований, проведённых в России в 90-х гг.: теоретические модели, выбор исследовательских инструментов, проблема выборки, списки переменных, формулировка вопросов, статистические методы обработки данных. Изменилось ли что-либо в 2000-ые гг.?
2. Содержательные результаты эмпирических исследований 90-х годов в России: взаимосвязь доходов и сбережений. Изменилось ли что-либо в 2000-ые гг.?
3. Содержательные результаты эмпирических исследований 90-х годов в России: типы и формы финансового поведения населения. Изменилось ли что-либо в 2000-ые гг.?
4. Содержательные результаты эмпирических исследований 90-х годов в России: детерминанты сберегательного поведения. Изменилось ли что-либо в 2000-ые гг.?

5. Парадоксы сберегательного поведения в странах с переходной экономикой.

6. Результаты исследования массового инвестиционного поведения населения в период финансовых пирамид 1994-1995 гг. в России.

Раздел (тема) дисциплины **Риск в структуре финансового поведения**

1. Психологический подход к исследованию финансовых пирамид: предрасположенность к оптимизму в условиях неопределённости, влияние "толпы", эффект "якоря", эффект новизны, "гало-эффект".

2. Цели и задачи маркетинговых исследований финансового поведения и прогнозирование продвижения того или иного финансового инструмента.

Шкала оценивания: 4-бальная.

Критерии оценивания: 4 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

3 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в беседе по одному-двум наиболее простым обсуждаемым вопросам; корректно выслушивает иные мнения; неуверенно ориентируется в содержании обсуждаемых вопросов, порой допуская ошибки; в полемике предпочитает занимать позицию заинтересованного слушателя; строит краткие, но в целом логичные высказывания, сопровождаемые наиболее очевидными примерами; теряется при возникновении неожиданных ракурсов беседы и в этом случае нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1 балл (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или

допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1. В основе финансовых отношений лежат вопросы...

- а) экономического регулирования;
- б) политического регулирования;
- в) государственно-правового регулирования;
- г) морально-нравственного регулирования;
- д) национально-конфессионального регулирования.

2. Наиболее действенным инструментом государственного воздействия на финансовую систему является деятельность...

- а) аудиторская;
- б) контрольная;
- в) общественная;
- г) право-защитная;
- д) фискальная.

3. Функциями социальных институтов являются...

- а) создание специфических средств регулирования и контроля деятельности организаций;
- б) формирование общественной идеологии;
- в) формирование корпоративного поведения;
- г) регулирование социальных процессов;
- д) удовлетворение потребностей общества.

4. Финансовая сфера экономики имеет признаки социального института...

- а) общественно признанная идеология деятельности, миссия, цель;
- б) совокупность учреждений, социальных групп, целью которых является удовлетворение тех или иных потребностей общества;
- в) наличие неформальных взаимодействий;
- г) общественное доверие;
- д) система корпоративного поведения в соответствии с имеющимися культурными нормами и образцами;
- е) реализация социальных услуг;
- ж) наличие материальных и человеческих ресурсов.

5. Структуру каждого социального института образуют...

- а) социальные группы и социальные организации;
- б) совокупность норм, социальных ценностей и образцов поведения;
- в) социальные ресурсы;
- г) целевая природа;
- д) наличие специфических средств регулирования и контроля;
- е) целостность социальной системы.

6. Содержание управления социальными процессами заключается...

- а) в выделении возникающих в обществе социальных проблем;
- б) в формировании системы критериев – показателей социального развития;
- в) в разработке и применении методов определения фактических параметров;
- г) в разработке и принятии организационных решений для достижения планируемых параметров социальных отношений;
- д) в разработке норм, систем символов, социальных ценностей и образцов поведения, которые обеспечивают удовлетворение потребностей;
- е) в формировании социальных ресурсов, используемых в деятельности институтов.

7. К «качественным» методам относятся...

- а) метод анализа документальных источников;
- б) ведение подробных полевых дневниковых записей с их последующей обработкой и анализом;
- в) метод качественного регрессивного анализа;
- г) метод неформализованного включенного наблюдения;
- д) метод многомерного шкалирования;
- е) метод полужформализованного интервью.

8. В качестве методов классификации могут рассматриваться...

- а) метод группового и индивидуального фокусированного интервью;
- б) метод группировки и расчета сводных показателей;
- в) методы качественного регрессивного анализа;
- г) методы многомерного шкалирования;
- д) методы факторного анализа;
- е) метод экспертной оценки возможного или желательного состояния в будущем того или иного социально-экономического процесса.

9. М. Вебер выделил типы социальных действий...

- а) аффективное;
- б) драматическое;
- в) коммуникативное;
- г) стратегическое;
- д) телеологическое;
- е) традиционное;
- ж) целерациональное;
- з) ценностно-рациональное.

10. Ю. Хабермас выделял четыре аспекта социального действия...

- а) аффективное;
- б) драматическое;
- в) коммуникативное;
- г) стратегическое;
- д) телеологическое;
- е) целерациональное;
- ж) ценностно-рациональное.

11. Экономическое поведение – это система специализированных социальных действий, которые...

а) связаны с использованием различных по функциям и по назначению ограниченных экономических ресурсов и ценностей;

б) ориентированы на получение пользы от их обращения;

в) соотносятся с действиями членов социальной группы, ориентированных на достижение общих целей и имеющих общие социальные ценности;

г) связаны с интеракцией способных к действию субъектов, вступающих в межличностное отношение, при этом участники стремятся достичь понимания в целях координации самих действий на основе согласия по поводу ситуаций.

12. Потребительское поведение как форма финансового поведения

–

это...

а) совокупность действий потребителей, раскрывающая их цели и задачи в потреблении;

б) действия потребителей, раскрывающие их предпочтения;

в) потребительское поведение, раскрывающее величину спроса на определённые товары и услуги;

г) обеспечение денежными средствами спроса населения на товары и услуги;

д) деятельность, раскрывающая принципы использования личных доходов.

13. Потребительский спрос – это...

а) совокупность действий потребителей, раскрывающая их цели и задачи в потреблении;

б) обеспечение денежными средствами спроса населения на товары и услуги;

в) действия потребителей, раскрывающие их предпочтения;

г) потребительское поведение, раскрывающее величину спроса на определённые товары и услуги.

14. Потребительское ожидание как термин и социально-экономическое явление – это...

а) статистический показатель и экономический индикатор здоровья всей экономики с точки зрения потребителей;

б) представление людей относительно их собственного текущего финансового благосостояния;

в) совокупность действий потребителей, раскрывающая принципы использования личных доходов;

г) ощущения людей относительно состояния экономики в ближайшей перспективе;

д) поведение населения, раскрывающее их потребительские предпочтения.

15. Потребительская активность населения выражается...

а) в совокупности действий потребителей, раскрывающих их цели и задачи в потреблении;

б) в увеличении конечного потребления товаров и услуг в домохозяйствах;

в) в обеспечении денежными средствами спроса населения на товары и услуги;

г) в изменении экономического индикатора здоровья всей экономики с точки зрения потребителей.

16. Выделяют типы покупательного поведения...

а) ажиотажное;

б) альтернативное.

в) неуверенное;

г) привычное;

д) поисковое;

е) сложное.

17. Основной функцией домохозяйства выступает...

а) примерный расчёт ассортимента товаров, характеризующий типичный уровень и структуру потребления домохозяйства в месяц или в год;

б) обеспечение экономических условий и организация воспроизводства человеческого потенциала членов семьи;

в) увеличение конечного потребления товаров и услуг в домохозяйствах;

г) обеспечение денежными средствами спроса населения на товары и услуги.

18. Экономико-социологический подход к обоснованию модели потребительского поведения основан на влиянии:

а) склонности к расточительству;

б) социального окружения;

в) рационального осуществления выбора товара;

г) референтных групп;

д) характера социализации.

19. Т. Веблен выделял типы потребительского поведения...

а) демонстрационное;

б) престижное;

в) рациональное;

г) спонтанное;

д) эмоциональное.

20. «Опережающее потребление», как особый стиль жизни, означает...

а) желание произвести впечатление на окружающих;

б) обрести более высокий, чем имеется, статус;

в) при нехватке средств легко покупать товары в кредит;

г) смещение поведения населения от сберегательного к потребительскому.

21. Персональные факторы потребительского поведения определяются...

- а) количеством иждивенцев;
- б) наличием предшествующего опыта;
- в) рациональной полезностью товара;
- г) стилем жизни;
- д) социально-демографическими характеристиками.

22. Сбережения – это...

- а) часть денежных доходов населения, которую физические лица откладывают для будущих покупок, удовлетворения будущих потребностей;
- б) разница между располагаемым доходом и потребительскими расходами;
- в) доля дохода, которая направлена на накопления;
- г) отношение сберегательной части личного, семейного дохода ко всему доходу;
- д) деятельность, ориентированная как на достижение в будущем определённой денежной суммы, так и на извлечение прибыли из финансовых и материальных активов.

23. Функции сбережений – это...

- а) увеличение инвестиционного потенциала экономики;
- б) обеспечение стабильного текущего и будущего потребления;
- в) рост материального благосостояния домохозяйства через расширение сферы инвестиционной деятельности;
- г) обеспечение отложенного потребления ввиду ограниченности размера дохода;
- д) обеспечить достаточную степень развития институтов рынка при относительно высокой неопределённости экономической среды;
- е) повысить уровень жизни населения при высоком уровне дифференциации по доходам;
- ж) изменение доли дохода, которая направлена на накопления;

24. Коэффициент сбережений – это...

- а) отношение сберегательной части личного, семейного дохода ко всему доходу;
- б) доля обеспечения отложенного потребления ввиду ограниченного размера дохода;
- в) доля дохода, которая направлена на накопления;
- г) извлечение доли прибыли из финансовых и материальных активов.

25. Норма сбережений – это...

- а) отношение сберегательной части личного, семейного дохода ко всему доходу;
- б) отношение инвестиционного потенциала экономики к сберегательной части личного и семейного дохода;
- в) часть денежных доходов населения, представляющая собой разницу между располагаемым доходом и потребительскими расходами;

г) отношение доли дохода, которая направлена на сбережения, ко всему доходу.

26. Сберегательное поведение характеризуется четырьмя компонентами...

- а) выбором сберегательного инструмента;
- б) ростом материального благосостояния домохозяйства через расширение сферы инвестиционной деятельности;
- в) обеспечением отложенного потребления ввиду ограниченности размера дохода;
- г) долей совокупных доходов домохозяйств, идущих на накопления;
- д) фактом осуществления накоплений и их регулярностью;
- е) сроками вложения денежных средств.

27. Американский психолог Дж. Катона выделил три типа сбережений...

- а) контрактные;
- б) остаточные;
- в) регулярные;
- г) резервные;
- д) потребительские;
- е) целевые.

28. Российский экономист и социолог Д.О. Стребков выделяет несколько основных типов сберегательных стратегий ...

- а) откладывание «лишних денег»;
- б) накопление капитала;
- в) рутинное сберегательное поведение;
- г) игровое сберегательное поведение;
- д) сохранение минимального капитала;
- е) отсутствие сберегательного поведения;
- ж) обеспечение стабильного текущего и будущего потребления;
- з) расширение сферы инвестиционной деятельности.

29. Содержательными критериями построения типологии сберегательных стратегий приняты следующие параметры...

- а) цель;
- б) регулярность;
- в) норма;
- г) срок;
- д) формы;
- е) доходы;
- ж) расходы;
- з) сферы.

30. В кредитной сфере взаимодействие субъектов находится в стадии активного формирования. Этому свидетельствует:

- а) отмирание старых и возникновение новых элементов кредитно-финансовой инфраструктуры;

б) становление и развитие новых внутренних и внешних кредитных связей и отношений;

в) противоречивость качественных и количественных изменений кредитных отношений, целенаправленно регулируемых государством и саморегулируемых рынком;

г) потребность во внутрисистемном согласовании и внесистемном регулировании;

д) сформировавшаяся в различных формах кредита и методах кредитования совокупность кредитных отношений;

е) совокупность кредитно-финансовых учреждений, аккумулирующих свободные денежные средства и предоставляющих их в ссуду.

31. Социологическое объяснение сущности системы взаимодействий в кредитной сфере ориентировано на изучение их устойчивости и социальных технологий взаимного соблюдения интересов всех участников, вовлеченных в процесс кредитных взаимодействий, который детерминирован макрофакторами:

а) культурологическими;

б) отраслевыми;

в) правовыми;

г) политическими;

д) социальными;

е) социально-демографическими;

ж) финансовыми;

з) экономическими.

32. Движущий мотив кредитора по предоставлению ссуды во временное пользование:

а) эффективное использование кредитных ресурсов в денежной форме;

б) коммерческие продажи на определенный срок своих денежных средств;

в) получение дохода в форме ссудного процента;

г) удовлетворение временной потребности в дополнительных денежных ресурсах.

33. Взаимодействуя, экономические субъекты выстраивают отношения:

а) денежные;

б) стоимостные;

в) товарные;

г) финансовые;

д) кредитные.

34. Источниками формирования и развития кредитных отношений между социальными субъектами являются:

а) временное заимствование денежных средств, основанное на доминирующих общественных отношениях, связанных с движением стоимости;

б) недостаток у субъекта денежных средств для удовлетворения своих целевых потребностей;

в) наличие денежных средств превышает потребность в них у одних категорий граждан, а у других ощущается их нехватка;

г) сроки получения денежных средств не совпадают со сроками их расходования;

д) взаимодействие субъектов кредитных отношений относительно объекта кредита (ссудного капитала) и ссудного процента по нему.

35. Кредит выполняет функции:

а) воспроизводственные;

б) ипотечные;

в) потребительские;

г) перераспределительные;

д) создания кредитных институтов денежного обращения;

е) стимулирующие.

36. Кредитные установки личности формируются под влиянием факторов:

а) мотивационных;

б) институциональных;

в) личностных;

г) ценностных;

д) культурологических;

е) традиционных.

37. Современная отечественная система кредитных отношений имеет структуру ...

а) одноуровневую;

б) двухуровневую;

в) трёхуровневую;

г) четырёхуровневую.

38. Задача кредитного брокера:

а) Выбрать выгодное для него предложение;

б) Получить кредит, в том числе и имеющему определённые проблемы;

в) Проанализировать соотношение суммы планируемого заёмщиком платежа и цены покупки закладываемого имущества;

г) Проанализировать соотношение размера и стабильности дохода заёмщика в контексте размера ежемесячного погашения;

д) Проанализировать динамику процентных ставок в случае, если кредит под залог имущества выдан на основе плавающей ставки;

е) Разобраться в многообразии кредитных предложений.

39. Маркетинговый цикл финансовой компании включает четыре этапа:

а) прогнозирование развития рынка страховых услуг в целом, по отдельным сегментам и социально-демографическим группам потребителей;

б) выявление ценовых предпочтений потребителей – готовность оплачивать страховые услуги;

- в) оценка платежеспособности предприятий;
- г) разработка финансового продукта;
- д) выбор системы продаж финансовых продуктов;
- е) поддержка продаж методами рекламы и PR;
- ж) контроль удовлетворённости клиента финансовой компании с целью оптимизации ее работы и привлечения потребителя для повторных покупок.

40. При разработке финансового продукта к исследуемым предметам относятся:

- а) оценка потребностей населения в финансовых продуктах, механизма их возникновения, включая социально-демографический анализ;
- б) оценка «полей» – фактическое пользование страховыми продуктами и намерение ими пользоваться;
- в) оценка «горячего» и «холодного» спроса на финансовые и, в частности, на страховые услуги;
- г) выбор системы продаж финансовых продуктов;
- д) оценка удовлетворённости клиента финансовой компании с целью оптимизации ее работы и привлечения потребителя для повторных покупок;
- е) оценка продаж методами рекламы и PR;
- ж) страхи населения.

41. При выборе системы продаж финансовых продуктов необходимы исследования по следующим темам:

- а) эффективные методы продажи продуктов, предпочтения населения по способам взаимодействия со страховой компанией;
- б) динамика каналов продаж, позволяющая понять, какие из них развиваются наибольшими темпами;
- в) выбор наиболее подходящей системы продаж для той или иной социально-демографической группы;
- г) оценка платёжеспособности предприятий;
- д) общая разносторонняя оценка уровня дохода населения, отдельных территориальных и социально-демографических групп;
- е) конкуренция между компаниями в целом по рынку и территориям – брендовая структура рынка и его отдельных территориальных и социально-демографических сегментов.

42. На этапе поддержки продаж методами рекламы и PR необходимы исследования по следующим темам:

- а) выбор наиболее подходящих носителей для коммуникаций финансовой компании с теми или иными социально-демографическими группами;
- б) готовность оплачивать страховые услуги;
- в) исследования в области спроса юридических лиц на страхование;
- г) замер и анализ аудитории СМИ;
- д) наиболее эффективные методы коммуникации с потребителем – оценка потребительского восприятия различных видов коммуникаций;
- е) оценка платежеспособности предприятий.

43. При замере удовлетворенности клиента финансовой компании представляют интерес следующие направления исследований:

- а) брендовая структура рынка и его отдельных территориальных и социально-демографических сегментов;
- б) готовность рекомендовать своего страховщика друзьям и знакомым;
- в) намерение пользоваться услугами тех или иных страховых компаний, если возникнет потребность в страховых услугах;
- г) оценка потребностей населения в финансовых продуктах, включая социально-демографический анализ;
- д) отношение потребителей к различным брендам в соответствии с факторами выбора страховщика, а также в соответствии с основными ценностями, наиболее важными для потребителя;
- е) ценовые предпочтения потребителей – готовность оплачивать страховые услуги.

44. Знаковые услуги, потребление которых отвечает высокому уровню жизни – это:

- а) доля накоплений в расходах;
- б) доля продовольствия в расходах семьи на конечное потребление;
- в) марка, возраст, мощность автомобиля;
- г) наличие домашней прислуги;
- д) наличие добровольного страхования, купленного за собственный счёт;
- е) поездки за границу два раза в год или чаще;
- ж) посещение фитнес-клуба, косметического салона;
- з) стоимость недвижимости в собственности семьи.

45. Источники данных для проектирования страховых продуктов – это:

- а) креативный workshop;
- б) ответы на прямой вопрос об уровне дохода, полученные в ходе социологических исследований;
- в) самооценка уровня доходов респондентов;
- г) наличие в семье знаковых предметов потребления;
- д) исследование политики конкурирующих компаний на финансовых рынках;
- е) качественные исследования финансовых и нефинансовых потребностей населения при помощи фокус-групп.

46. Большой объём социологических исследований страховая компания проводит на этапе продвижения страхового продукта на рынок. Сюда входят:

- а) анализ конкуренции между компаниями в целом по рынку и по территориям;
- б) выбор наиболее перспективных носителей информации о компании;
- в) замер аудитории СМИ и её социально-демографического распределения;

г) исследование брендовой структуры рынка и его отдельных территориальных и социально-демографических сегментов;

д) прогнозирование развития рынка страховых услуг в целом, по отдельным сегментам и социально-демографическим группам потребителей;

е) тестирование креатива для рекламных роликов, макетов для прессы.

47. Для оценки качества работы компании используются следующие подходы:

а) опросы населения в целом;

б) контроль при помощи «тайных покупателей»;

в) контроль собственных бизнес-процессов силами персонала компании;

г) изменение работы страховой компании так, чтобы она точнее соответствовала ценностным ожиданиям потребителей;

д) донесение до потребителя факта соответствия страховщика наиболее важным для потребителя качествам и ценностям;

е) определение, в какой степени компания соответствует наиболее значимым ценностям для той или иной социально-демографической группы.

48. Основные темы для социологического исследования качества работы финансовых компаний – это...

а) удовлетворённость работой компании, причины неудовлетворённости;

б) соответствие компании факторам выбора;

в) готовность потребителя рекомендовать свою компанию друзьям и знакомым;

г) анализ баз CRM по текучести и рентабельности клиентов;

д) опросы потребителей, завершивших цикл пользования финансовыми продуктами;

е) контроль собственных бизнес-процессов силами персонала компании.

49. Определил применение денег в экономике с позиций их социальной укоренённости...

а) М. Вебер;

б) М. Грановеттер;

в) Г. Зиммель;

г) К. Маркс;

д) К. Поланьи.

50. Наиболее существенное влияние на изучение феномена денег оказали три теории:

а) металлическая;

б) номиналистическая;

в) количественная;

г) меркантилистская;

д) товарная;

е) содержательная.

51. Одним из наиболее распространённых подходов к сущности денег является характерная для марксизма и его последователей трактовка...

а) деньги – это инструмент, выполняющий функции рыночной экономики;

б) сущность денег – в выявлении их наиболее общих свойств, характеризующих их содержание, вне зависимости от разнообразия форм и видов данного продукта;

в) деньги – это средство, выражающее ценности товарных ресурсов, участвующих в данное время в хозяйственной жизни общества, универсальное воплощение ценности в формах, соответствующих данному уровню товарных отношений;

г) деньги – это товар особого рода, всеобщего эквивалента стоимости для других товаров;

д) деньги – это инструмент экономических отношений в обществе, являющийся: мерой стоимости, средством обмена, удобной формой накоплений, средством платежа.

52. В современной отечественной науке сложилось несколько подходов к пониманию сущности денег:

а) исторический;

б) социальный;

в) функциональный;

г) стоимостной;

д) научный;

е) товарный;

ж) эквивалентный;

з) инструментальный.

53. В зависимости от занимаемого статуса в обществе инвесторы могут быть:

а) индивидуальными;

б) групповыми;

в) корпоративными;

г) государственными;

д) институциональными.

54. Субъекты инвестиционной деятельности исполняют социальную роль:

а) вкладчиков;

б) доверителей;

в) заказчиков;

г) кредиторов;

д) покупателей;

е) сберегателей;

ж) производителей.

55. Внутренними источниками инвестиций являются:

а) высокие процентные ставки по личным вкладам;

б) бюджетное финансирование;

- в) банковский кредит;
- г) амортизационные отчисления;
- д) продажа акций приватизированных предприятий;
- е) эмиссия ценных бумаг.

56. Факторами инвестиционной активности населения являются:

- а) прибыль;
- б) банковский кредит;
- в) высокие процентные ставки по личным вкладам;
- г) продажа акций приватизированных предприятий;
- д) продажа акций инвестиционных фондов;
- е) привлечение денежных средств населения на жилищное строительство.

57. Два типа участников социального взаимодействия...

- а) коммерческий партнёр;
- б) общественный партнёр;
- в) публичный партнёр;
- г) посреднический партнёр;
- д) правовой партнёр;
- е) частный партнёр.

58. Субъекты инвестиций представлены двумя группами:

- а) активные;
- б) корпоративные;
- в) муниципальные;
- г) государственные;
- д) пассивные;
- е) частные.

59. Конфигурациями сформированных мотивов инвесторами могут быть:

- а) максимизация безопасности;
- б) максимизация доходности;
- в) максимизация ликвидности;
- г) безопасность надёжности;
- д) максимизация стоимости;
- е) безопасность ликвидности;
- ж) ликвидность доходности;
- з) капитальная стоимость.

60. Четыре противоположных принципа вложения ликвидных средств:

- а) высокостоймостные, но низкодоходные;
- б) низкодоходные и низконадёжные активы;
- в) высокодоходные, но низконадёжные активы;
- г) низкодоходные, но высоконадёжные активы;
- д) высокодоходные и высоконадёжные активы;
- е) низкодоходные, но высоколиквидные активы;
- ж) высоколиквидные, но низкостоймостные активы.

61. В основе инвестиционного поведения лежат две установки:

- а) представление о своём статусе;
- б) представление о своём доходе;
- в) представление о своей роли;
- г) представление о степени риска;
- д) представление о налоговых ставках;
- е) представление о максимальной ликвидности.

62. Типы инвестиционного поведения домохозяйств:

- а) альтернативный инвестор;
- б) решительный инвестор;
- в) сберегательный инвестор;
- г) деинвестор;
- д) малоимущий инвестор;
- е) нерешительный инвестор;
- ж) фондовый инвестор.

63. Современные экономико-социологические концепции рынка:

- а) рынок как переплетение социальных сетей;
- б) рынок как совокупность институтов;
- в) рынок как реализация властных отношений;
- г) рынок как набор культурных конструкций;
- д) рынок как государственно-правовое регулирование отношений;
- е) рынок как социальная ответственность бизнеса;
- ж) рынок как инструмент решения национально-конфессиональных проблем.

64. У истоков сетевого подхода в экономической социологии стояли:

- а) Х. Уайт;
- б) М. Грановеттер;
- в) М. Вебер;
- г) Ю. Хабермас;
- д) Т. Веблен.

65. Сетевые подходы нашли применение в разных областях социологии рынков и теории хозяйственных организаций:

- а) при анализе рынков труда;
- б) при анализе дистрибьюторов и продавцов продукции;
- в) при анализе глобальных товаропроизводящих цепей;
- г) при объяснении феномена этнического предпринимательства;
- д) при изучении цепей поставок;
- е) при изучении цепей стоимости;
- ж) при анализе сетевого маркетинга.

66. Причины жизнеспособности сетевых образований. Постоянные контакты позволяют участникам сетей:

- а) выступать элементом согласованных действий по созданию рынка;
- б) обмениваться полезной информацией;
- в) осуществлять взаимоконтроль;

- г) образовывать и выстраивать особый отраслевой рынок;
- д) оперативно разрешать конфликтные ситуации;
- е) поддерживать конкурентное напряжение;
- ж) оперативно заполнять возникающие рыночные ниши;
- з) формировать структуры представительства коллективных интересов.

67. Институты в рыночной экономике – это...

- а) совокупность регулятивных принципов;
- б) совокупность легитимных правовых и социальных норм;
- в) правила ограничения и стимулирования повседневных действий участников рынка;
- г) способ рыночного обмена;
- д) способ однозначно интерпретировать правила поведения участников рынка;
- е) способ эффективно координировать свои действия с другими участниками рынка.

68. Течение нового институционализма в социологии возникло в США и было тесно связано с ...

- а) теорией контрактации;
- б) теорией конвергенции;
- в) теорией организации;
- г) теорией экономического детерминизма;
- д) теорией ограниченности рациональности хозяйственных агентов.

69. В числе ведущих исследователей нового институционализма следует отметить:

- а) У. Бейкера;
- б) Н. Биггарта;
- в) П. Димаджио;
- г) Д. Макгрегора;
- д) Ф. Херцберга;
- е) Т. Веблена.

70. В мире рынка в качестве основной формы ценности выступает...

- а) информация;
- б) квалификация участника;
- в) покупательная способность участника;
- г) денежная оценка;
- д) способность участника продать товар.

71. Анализ властных отношений включает два важнейших измерения:

- а) качество государственного регулирования хозяйства;
- б) степень участия государства в рыночной деятельности;
- в) отношения между участниками рынка;
- г) уровень стихийной самоорганизации участников рынка;
- д) уровень воздействия крупных корпоративных структур;
- е) отношения участников рынка с государством.

72. Хозяйственная культура представляет собой совокупность трёх

аспектов:

- а) поведенческий;
- б) мотивационный;
- в) когнитивный;
- г) ценностный;
- д) символический;
- е) стихийный.

73. Предмет индивидуального потребления

- а) виртуальный или физический продукт
- б) виртуальный, физический продукт или услуга
- в) виртуальный, физический продукт или виртуальная услуга
- г) все ответы правильны

74. Какое утверждение верно:

- а) в каждом акте потребительского выбора «экономический человек» демонстрирует свою автономию
- б) потребительский выбор «экономического человека» обусловлен общественными потребностями всего социума
- в) «экономический человек» делает свой потребительский выбор в соответствии с действиями других потребителей
- г) все ответы правильны

75. В структуре потребления выделяются такие мотивы действия, как

- а) соперничество
- б) власть
- в) уважение
- г) все ответы правильны

76. Какие черты потребления характеризовали эпоху СССР

- а) всеобщее изобилие
- б) дефицит и очередь
- в) доступность всех продуктов и услуг
- г) доступность дефицитных товаров

77. Процедура, с помощью которой измеряемый объект сравнивается с некоторым эталоном и получает числовое выражение в некотором масштабе или шкале - это:

- а) интерпретация
- б) измерение
- в) проработка проблемы
- г) постановка целей и задач исследования

78. Геттоизация имеет место, когда

- а) иммигранты, прибыв в чужую страну, в силу тех или иных внутренних или внешних причин замыкаются в собственном кругу, сводя к минимуму общение с окружающим обществом и его культур

б) иммигранты, прибыв в чужую страну полностью принимают образцы потребительских практик

в) иммигранты, прибыв в чужую страну не хотят следовать нормам и правилам потребительского поведения

г) все ответы правильны

79. Потребление – это:

а) использование всех полученных средств на реализацию социокультурных потребностей человека

б) использование полезных свойств того или иного блага на социальное воспроизводство потребностей человека

в) использование полезных свойств того или иного блага, сопряженное с удовлетворением личных потребностей человека и расходом (уничтожением) стоимости данного блага

г) все ответы правильны

80. Ассимиляция - это

а) способ преодоления трудностей потребительского выбора

б) процесс, противоположный геттоизации

в) способ преодоления культурного шока

81. Один из создателей теории рационального выбора:

а) Дж. Коулман

б) У. Пауэлл

в) Х. Олдрич

г) Д. Мак-Грегор

82. Какие мотивационные регуляторы поведения активнее всего включаются в наиболее сложных жизненных ситуациях?

а) потребности

б) интересы

в) ценности

г) все ответы правильны

83. Потребление как социальное действие характеризует:

а) ориентация на значимого другого

б) адекватность

в) учет интересов и потребностей подчиненных

г) все ответы правильны

84. «Маркетинговая революция» - это:

а) разоблачение "экономического" человека

б) ориентация потребителей прежде всего на те продукты, которые участвовали в рекламных компаниях

в) увеличение количества независимых маркетинговых агентств

г) все ответы правильны

85. Поставленную самой жизнью противоречивую ситуацию, носящую массовый характер и затрагивающую интересы тех или иных социальных общностей, групп и социальных институтов, принято называть:

а) социальной гипотезой

- б) социальной проблемой
- в) предметом исследования
- г) объектом исследования

86. Система логически последовательных методологических, методических и организационных процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении или процессе - это:

- а) социологическое исследование
- б) социометрия
- в) социологический опрос
- г) социальная технология

87. Выделение основных, центральных или ключевых понятий темы исследования, выражающих узловые точки проблемы и раскрытие их содержания - это:

- а) разработка инструментария
- б) интерпретация понятий
- в) операционализация понятий
- г) социологическое исследование

88. Промежуточная стратегия потребительского выбора состоит в том, что

- а) иммигранты обогащают потребительские предпочтения новыми элементами
- б) иммигранты стремятся усвоить новую для них культуру потребления, но в то же время и обогащают ее той, которую принесли с собой
- в) иммигранты в потребительскую культуру элементы своей культуры
- г) все ответы правильны

89. Частичная ассимиляция - это

- а) частичное усвоение норм и практик культуры потребления
- б) частичный отказ от своей культуры потребления
- в) освоение новой культуры потребления лишь в отдельных областях
- г) все ответы правильны

90. Колонизация - это

- а) вооруженный захват рынков сбыта
- б) навязывание иммигрантами своих культурных ценностей, норм, языка местным жителям
- в) насильственный захват потребительского рынка незаконными способами
- г) все ответы правильны

2 Вопросы в открытой форме

1. Сформулировал концепцию статусных групп и протестантской этики

2. Предложил концепцию роскоши _____

3. С позиции социологического номинализма к пониманию общества потребления подходит: _____

4. Выдвинул идею товарного фетишизма, сформулировал закон возвышения потребностей по мере их удовлетворения _____

5. Постоянство потребительских практик обеспечивается габитусом «приобретенной системой порождающих схем». Так считал: _____

6. Поддержание "праздного класса" и "низших классов" в структуре потребления представлено в работах _____

7. Совокупность ролей и статусов, предназначенных для удовлетворения той или иной потребности, - это социальный _____

8. Характеризует такой процесс передачи информации окружающим как «произвольное самовыражение» в общезначимых символах _____

9. Утверждение, что "люди в первую очередь должны есть, пить, иметь жилище и одеваться, прежде чем быть в состоянии заниматься политикой, наукой, искусством, религией и т.д.», принадлежит _____

10. Выделил способы разрешения конфликта индивида с чуждой окружающей средой _____

11. Сформулировал концепцию статусных групп и протестантской этики _____

12. Предложил концепцию роскоши _____

3. Вопросы на установление последовательности

1. Расположите в хронологическом порядке, по времени их возникновения следующие научные дисциплины:

Философия

Социология

Менеджмент

Социология финансового поведения

4. Вопросы на установление соответствия

1. Укажите соответствие исследовательских задач функциям социологии финансового поведения

№ п/п	Исследовательские задачи	№ п/п	Функции
1	Формирование и корректировка финансовых установок населения	А	Гуманистическая
2	Сбор, систематизация и накопление баз данных о финансовых установках населения для использования их в финансовой сфере экономики	Б	Преобразовательная
3	Выводы и рекомендации социологических исследований	В	Информационная

	социальных институтов, социальных организаций и процессов в социальной системе финансовой сферы экономики используются для социально-экономического обоснования социальных изменений на микро, мезо- и мегауровне		
4	Выделение возникающих в обществе социальных проблем, разработка методов определения фактических параметров социального развития, обеспечение стабильности и равновесия в обществе на основе разработки и принятия эффективных организационных решений	Г	Мировоззренческая
		Д	Прогностическая

2. Укажите соответствие исследовательских задач функциям социологии финансового поведения

№ п/п	Исследовательские задачи	№ п/п	Функции
1	Проведение эмпирических исследований в социальной системе экономической сферы для решения практических задач по изучению финансовых установок населения	А	Познавательная
2	Проведение эмпирических исследований в социальной системе экономической сферы для выявления социальных проблем и проведения радикальных преобразований	Б	Прикладная
3	Формирование и корректировка финансовых установок населения	В	Критическая
4	Получение достоверности и приращение социологической теории на основе репрезентативности эмпирической базы, определённая направленность	Г	Мировоззренческая

	комплексов социологических исследований в финансовой сфере экономики, которые в связи с необходимостью включают в себя как теоретический, так и эмпирический материал		
		Д	Преобразовательная

3. Укажите соответствие исследовательских методов...

№ п/п	Общие методы	№ п/п	Составные методы
1	Специфические	А	Метод наблюдения
2	Междисциплинарные	Б	Метод идеализации
3	Общенаучные	В	Метод гипотезы
		Г	Эксперимент
		Д	Статистический метод
		Е	Метод моделирования
		Ж	Системно-структурный метод
		З	Диалектический метод
		И	Феноменологический метод
		К	Трансцендентальный метод

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016). Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи. Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале (для зачета) или в оценку по 5-балльной шкале (для экзамена) следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100–85	отлично
84–70	хорошо
69–50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ

Компетентностно-ориентированная задача № 1

«Деньги – это не просто нейтральный и чистый посредник в обмене продуктов и услуг, как это представляется классикам и неоклассикам экономической теории. Они обладают культурными и символическими связями, порожденными их использованием в качестве формы богатства и их бытием в качестве основы власти, их концептуализацией в отношении к проблемам свободы, счастья и добродетели, сохранением ими позиций как основы доверия и, наконец, их существованием как таковым.

Согласны ли Вы с этим высказыванием? Поясните свой ответ.

Поясните высказывание: «Люди производят разные денежные средства для разных типов социального взаимодействия».

Компетентностно-ориентированная задача № 2

Выберите интересный Вам тип молодежной субкультуры и опишите ее с позиции культуры потребления. А именно, систему ценностей, социальные нормы, идеалы, образцы, язык. В чем проявляется дуальность культуры? Опишите компоненты культуры потребления. Какие формы культуры потребления вам известны? Кратко опишите их.

Компетентностно-ориентированная задача № 3

По Р. Мертону, несоответствие деятельности социального института характеру общественных потребностей ведет к снижению значения его служебной роли, к вырождению его отдельных функций в ритуальную деятельность. Приведите примеры дисфункций социальных институтов, существующих сейчас в России.

Компетентностно-ориентированная задача № 4

Крупная европейская компания по производству лекарств на этикетке средства от головной боли, распространяемого в арабских странах, изобразила символический ряд: грустное лицо, упаковка лекарства, веселое лицо. Продукция спросом не пользовалась. С точки зрения концепции символического интеракционизма оцените эту ситуацию. С чем связан неуспех продукции?

Компетентностно-ориентированная задача № 5

На уровне здравого смысла мы делим факты на:

- а) биологические (сон, еда, дыхание),
- б) психологические (любовь, наслаждение, ненависть),
- в) социологические.

Приведите 5 примеров социологических фактов. Ответ аргументируйте, используя социологические теории.

Компетентностно-ориентированная задача № 6

Существенное отличие человеческого общества от общества животных состоит в том, что животные в лучшем случае собирают, между тем как люди производят. Уже одно это, правда, основное отличие делает невозможным перенесение законов животного общества на человеческое общество» (Ф.Энгельс). В чем суть концепций эволюционизма?

Почему это отличие Ф. Энгельс считает основным?

В силу каких причин невозможно перенесение законов из области биологии на социальную сферу?

Можно ли полностью исключить биологические факторы из общественной жизни? Аргументируйте свою позицию.

Компетентностно-ориентированная задача № 7

Термин «социальная организация» многозначен. Он употребляется в трех основных смыслах:

1) как элемент социальной структуры – искусственное объединение институционального характера, занимающее определенное место в обществе и предназначенное для выполнения четко очерченных функций;

2) вид деятельности – процесс, связанный с целенаправленным воздействием на объект через констатацию соответствующих функций элементов системы, упорядочиванию связей, дефиницию целей и задач и т.д.;

3) степень внутренней упорядоченности, согласованности частей целого – определенная структура, строение, тип связей как способ соединения элементов в систему и т.д.

Раскройте каждый из перечисленных аспектов употребления этого понятия? Проиллюстрируйте его живыми примерами.

Компетентностно-ориентированная задача № 8

Опишите 2 примера потребительского поведения или потребительских практик (из списка, на выбор) в разрезах любых 2-х теоретических концепций:

1) экономическая модель потребления;

2) любая из стратификационных теорий или концепций стилей жизни (Фезерстоун, Бурдье, В.Ильин);

3) любая из концепций Франкфуртской школы;

4) концепция симулятивной реальности или общества постмодерна (Бодрийар, Джеймисон).

Компетентностно-ориентированная задача № 9

Экономическая модель потребителя. Последовательно опишите, какие блага вы потребили в течение настоящего дня, пользуясь определением и критериями потребления В. Радаева.

Укажите, в каких случаях вы действовали согласно модели рационального автономного субъекта (осознание потребности – получение информации – выбор из альтернатив согласно соотношению цена / качество).

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкале:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
100-85	Отлично
84-70	Хорошо
69-50	Удовлетворительно
49 и менее	Неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

1 балл выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее

решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

3 ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ)

1. Финансовое поведение населения: история становления объекта исследования, понятие, подходы к исследованию.
2. Субъекты финансового поведения: индивид, домохозяйство, экономическая семья.
3. Сбережения и инвестиции. Сбережение и одалживание.
4. Функция потребления.
5. Тестирование гипотез.
6. Неоклассические модели сберегательного поведения: общее и особенное.
7. Модель перманентного дохода М.Фридмана
8. Гипотеза жизненного цикла Ф.Модильяни.
9. Место и роль психологических переменных в моделировании сберегательного поведения.
10. Социальные функции денег Зиммеля.
11. Социология финансов Голдшильда.
12. Теория относительного дохода Дьюзенберри.
13. Социально-психологическая модель Фёрнхэма.
14. Социальная множественность денег В. Зелизер.
15. Основные проблемы при сборе данных о доходах и сбережениях домохозяйств и пути их возможного преодоления.
16. Формулировки вопросов анкеты о доходах, материальной обеспеченности, потреблении, сбережениях и их формах.
17. Понятие финансовых стратегий домохозяйства.
18. Инвестиционные инструменты и институты современной рыночной системы.
19. Цели и задачи маркетинговых исследований финансового поведения и прогнозирование продвижения того или иного финансового инструмента
20. Модель сберегательного поведения Дж. Катоны.
21. Психологический подход к исследованию финансовых пирамид:

Критерии оценки:

- 8 баллов выставляется обучающемуся, если он показал знания особенностей предмета социологии, ее роли, функций в современном обществе; структуры и понятийного аппарата общей социологической теории; типологии основных источников возникновения и развития; корректно выражает и аргументированно обосновывает основные положения предметной области; способен анализировать, критически оценивать, выбирать и использовать современные социологические методы изучения социальной реальности;

- 6 баллов выставляется обучающемуся, если он показал знания особенностей предмета социологии, использовал узловые термины и понятия социологической науки при анализе исторических событий и процессов;

способен анализировать, критически оценивать, выбирать и использовать современные социологические методы изучения социальной реальности;

- 4 балла выставляется обучающемуся, если он знает особенности предмета социологии, ее роли, функций в современном обществе; умеет использовать узловые термины и понятия социологической науки; владеет навыками работы с библиографией.