

**Перелік питань та завдань
до випускників магістерської освітньо-наукової програми
«Соціальні комунікації».**

Кожен білет включає 2 питання теоретичного характеру. Третє питання – стосується методології дослідження, яку використав студент при підготовці магістерської роботи.

I та II питання білету

1. Аналіз тенденцій співпраці медіаорганізацій та держави.
2. Блогерство як феномен нової журналістики.
3. Глобалізаційні і локальні процеси у медіа організаціях.
4. Сучасні тенденції розвитку української телевізійної галузі.
5. Ринок українських періодичних видань: тенденції трансформації.
6. Ринок українських радіоорганізацій: тенденції трансформації.
7. Медіорганізації як освітній соціальний інститут.
8. Проблематика діяльності медіагалузі
9. Медіахолдинги України: тенденції розвитку.
10. Тенденції концентрації медіа.
11. Технології сучасної журналістики.
12. Структура поняття «соціальні комунікації».
13. Наукові засади розвитку соціальних комунікацій.
14. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія соціальних комунікацій.
15. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія журналістики.
16. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: теорія та історія видавничої справи та редагування.
17. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: прикладні соціальнокомунікаційні технології.
18. Науки про соціальні комунікації та паспорти наукових спеціальностей: соціальна інформатика.
19. Соціальнокомунікаційний метод досліджень.
20. Поняття про соціальнокомунікаційні інститути та їх види.
21. Поняття про суспільну комунікаційну систему.
22. Соціальнокомунікаційна діяльність: структура, предмет, організація.
23. Професіоналізація кадрів у системі соціальних комунікацій.
24. Соціальні комунікації в системі соціальної інженерії.
25. Соціальноінформаційний підхід у методології соціальнокомунікаційних досліджень.
26. Масова комунікація в системі соціальних комунікацій.
27. Журналістика в системі соціальних комунікацій.
28. Використання синтезу кількісних та якісних методів управління економічною безпекою підприємства
29. Ефективність управління зростанням за допомогою ефективної бізнес-стратегії ЗМІ та підприємства рекламної сфери
30. Комплексна оцінка готовності до змін у ЗМІ та підприємств рекламної сфери
31. Контролінг в системі стратегічного управління підприємством (редакцією)

- 32.Методики роботи груп експертів, сценування та планування у форсайті
- 33.Методологічно-теоретичні засади збору об'єктивних стратегічних даних для ЗМІ та рекламного менеджменту
- 34.Механізми адаптивного управління змінами: методологічні підходи та організаційні рішення
- 35.Моделювання поведінки лідера для успішної реалізації у ЗМІ рекламної кампанії
- 36.Напрями захисту ЗМІ від ризиків економічної безпеки
- 37.Невербальна мова переговорів
- 38.Оптимізація використання ресурсів редакцій ЗМІ та підприємства рекламної галузі
- 39.Оптимізація підходів роботи з майбутнім - трендами, тенденціями, прогнозами у менеджменті в ЗМІ
- 40.Оптимізація поведінки лідера в умовах кризис-менеджменту у редакції
- 41.Організація і підготовка переговорного процесу
- 42.Орієнтація, оцінка і навчання персоналу ЗМІ
- 43.Особливості розробки комплексу заходів щодо управління економічною безпекою підприємства за визначеним станом фінансово-економічної стійкості редакції ЗМІ
- 44.Переговори як локальний конфлікт
- 45.Поведінка лідера у ЗМІ
- 46.Процес підбору, відбору і найму персоналу у ЗМІ
- 47.Системний підхід в описі редакцій ЗМІ
- 48.Складність та ризиковий характер впровадження інноваційних проектів у ЗМІ в умовах невизначеності зовнішніх та внутрішніх факторів.
- 49.Стресменеджмент у редакціях ЗМІ: проблеми та перспективи їх вирішення
- 50.Стратегічні напрямки менеджменту у ЗМІ
- 51.Загальноорганізаційний менеджмент у ЗМІ: преса, радіо, телебачення, інтернет-медіа.
- 52.Творчий менеджмент у ЗМІ.
- 53.Агітація та пропаганда: сутність, функції, види
- 54.Пропаганда та агітація в демократичних суспільствах: соціальні комунікації чи засоби маніпулювання?
- 55.Агітаційно-пропагандистські технології інформаційного впливу та соціалізації
- 56.Агітаційно-пропагандистський контент: види та жанри, особливості застосування
- 57.Поняття екстраполяції наукових результатів.
- 58.Формалізація результатів наукових досліджень.
- 59.Принцип відбору методів наукового дослідження.
- 60.Соціально-комунікаційний підхід у наукових дослідженнях.
- 61.Поняття відтворюваності наукового дослідження.
- 62.Тотожність та відмінність методів синтезу та узагальнення.
- 63.Тотожність та відмінність методів аналізу та індукції.
- 64.Методи валідазації та верифікації результатів наукового дослідження.
- 65.Взаємовключеність методів.
- 66.Метод аналізу та його різновиди.
- 67.Метод контент-аналізу.
- 68.Кореляція підходів та методів.

69. Основні якісні методи дослідження у галузі соціальних комунікацій.
70. Метод моделювання: переваги та недоліки.
71. Особливості застосування системного підходу.
72. Розкрийте сутність методу спостереження.
73. Анкетування: різновиди та процедура проведення.
74. Процедура проведення глибинного інтерв'ю.
75. Методи вивчення ефективності медіаконтенту.
76. Загальнонаукові методи дослідження.
77. Особливості вибірки респондентів для проведення фокус-груп.

III питання білету

Обговорення методів дослідження, що використовує у своїй кваліфікаційній роботі випускник магістратури (за матеріалами автореферату кваліфікаційної роботи випускника, автореферат випускник подає секретареві ЕК до початку роботи ЕК).