

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ (2020)

### Перелік питань на підсумкову атестацію (державний екзамен)

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 фортсайті
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.Свобода слова як пропагандистська технологія
- 57.Агітаційно-пропагандистський контент: види та жанри, особливості застосування
- 58.Поняття екстраполяції наукових результатів.
- 59.Формалізація результатів наукових досліджень.
- 60.Принцип відбору методів наукового дослідження.
- 61.Соціально-комунікаційний підхід у наукових дослідженнях.
- 62.Поняття відтворюваності наукового дослідження.
- 63.Тотожність та відмінність методів синтезу та узагальнення.
- 64.Тотожність та відмінність методів аналізу та індукції.
- 65.Методи валідації та верифікації результатів наукового дослідження.
- 66.Взаємовключеність методів.
- 67.Метод аналізу та його різновиди.
- 68.Метод контент-аналізу.
- 69.Кореляція підходів та методів.
- 70.Основні якісні методи дослідження у галузі соціальних комунікацій.
71. Метод моделювання: переваги та недоліки.

72. Особливості застосування системного підходу.
73. Розкрийте сутність методу спостереження.
74. Анкетування: різновиди та процедура проведення.
75. Процедура проведення глибинного інтерв'ю.
76. Методи вивчення ефективності медіаконтенту.
77. Загальнонаукові методи дослідження.
78. Особливості вибірки респондентів для проведення фокус-груп.
79. Специфіка роботи журналіста у «гарячих» точках. Український та світовий досвід
80. Медіаландшафт української військової періодики
81. Система офіційної періодики Міністерства оборони України
82. Система військового радіомовлення
83. Правила обмеженого висвітлення інформації із зон бойових дій
84. Жанрові, тематичні домінанти висвітлення військової тематики у загальнонаціональних медіа
85. Українські журналісти: життя під кулями
86. Комунікаційні технології висвітлення інформації із зон бойових дій
87. Принципи реалізації гібридної війни та шляхи протидії різних форм інформаційних війн
88. Систематизація та узагальнення практичних рекомендацій і практичних застосувань комунікаційних технологій, комунікаційних прийомів для ведення комунікаційного процесу в умовах військових дій
- 89.