Вопросы магистры РиСО

1. Охарактеризуйте современный этап развития социальных коммуникаций. Какое концептуальное обоснование могло бы его охарактеризовать
2. Каковы тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМК
3. Что такое СМК и как они связаны с трансформацией современных массмедиа. Возможна ли концептуализация СМК?
4. Массмедиа ХХI века как система?
5. Что такое интегрированные маркетинговые Коммуникации. Что входит в понятие канала маркетинговых коммуникаций?
6. Проблемы языка в современных масс-медиа.
7. Язык и речь в интернете: личность, общество, коммуникация, культура
8. Профессиональная этика и профессиональные стандарты.
9. Субординация как отражение ценностей корпоративной культуры. Аксиология менеджмента.
10. Назовите принципиальные отличия культуры рубежа XX–XXI вв. Какое влияние оказывает глобализация на развитие аудиовизуальной культуры?
11. Назовите и объясните особенности современных форматов аудиовизуального искусства.
12. Трансформация технологии формирования имиджа на площадках новых медиа
13. Социальные сети как эффективный канал информирования о товарах и услугах
14. Региональные политические коммуникации в условиях трансформации российской политической системы
15. Особенности информационно-коммуникативного пространства политики в современной России
16. В чем суть корпоративной GR-стратегии. Основные этапы формирования GR-стратегии
17. Формы и виды GR-коммуникации с исполнительными органами власти
18. Коммуникативные аспекты конструирования социокультурного пространства города
19. Коммуникация как средство социокультурного проектирования
20. Государственная культурная политика как элемент медиапространства
21. Феномен массовой коммуникации в системе медиапространства – культурологический аспект
22. Конфликты и их влияние на организационное поведение
23. Преодоление конфликтов в организации
24. Основные участники рынка медиаиндустрии
25. Технологический аспект развития международной медиаиндустрии
26. Актуальность концепции корпоративной культуры в современном менеджменте.
27. Имиджевая структура корпоративной культуры.
28. Подготовка к переговорам: планирование переговорного процесса.
29. Стратегии переговоров: открытого сотрудничества, активного соперничества, аналитическая стратегия, выбор команды, участники и роли переговорщиков.
30. Информационно-коммуникационные технологии в урбанистических формах жизнеустройства
31. Урбанистическое пространство в коммуникативной оптике
32. Миф, Событие и Спектакль в социокультурных коммуникациях
33. Элитарная и массовая культура в системе политических коммуникаций
34. Базовые принципы обработки больших данных.
35. Ритуалы в системе медиа
36. Механизмы конструирования ритуальной медиареальности