**ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«НОВЫЕ МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ»**

**Семинар 1. Тема: «Объект, предмет и методы теории коммуникации»**

1. Основные подходы к понятию «коммуникация».
2. Объект и предмет теории коммуникации.
3. Законы и категории теории коммуникации.
4. Методы и функции теории коммуникации.

**Литература**

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.

2. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

3. Почепцов, Г. Г. Теория Коммуникации / Г. Г. Поцепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер, 2011. – 656 с.

**Семинар 2. Тема: «Коммуникативистика как наука, изучающая коммуникации»**

1. Коммуникативистика как наука.
2. Основные этапы развития теории коммуникации.
3. Теории «волшебной пули» и «подкожной инъекции».
4. Теория двухступенчатого потока информации.
5. Теория «спираль молчания».
6. Теория диффузии.
7. Теория установления повестки дня.

**Литература**

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.

2. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

3. Почепцов, Г. Г. Теория Коммуникации / Г. Г. Поцепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер, 2011. – 656 с.

**Семинар 3. Тема: «Теории сетевой коммуникации и новых медиа»**

1. Виды, формы и каналы коммуникации.
2. Сетевые модели коммуникации.
3. Коммуникация в цифровую эпоху.
4. Теория новых медиа.

**Литература**

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.

2. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

3. Почепцов, Г. Г. Теория Коммуникации / Г. Г. Поцепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер, 2011. – 656 с.

**Семинар 4. Тема: «Межличностная и межгрупповая коммуникация в бизнесе»**

1. Межличностная коммуникация. Внутренняя коммуникация в организации.
2. Формы деловой коммуникации.
3. Коммуникация в малых группах.
4. Обсуждения в процессе принятия решений.
5. Управленческие конфликты и способы их разрешения

**Литература**

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.

2. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

3. Почепцов, Г. Г. Теория Коммуникации / Г. Г. Поцепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер, 2011. – 656 с.

**Семинар 5. Тема: «Массовая коммуникация в бизнесе»**

1. Средства, инструменты и формы осуществления массовой коммуникации в бизнесе.
2. Факторы выстраивания массовой коммуникации.
3. Новые медиа в процессе налаживания взаимодействия бизнеса с иными субъектами.
4. Повестка дня и налаживания коммуникации с массовой аудиторией в бизнесе.

**Литература**

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.

2. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

3. Почепцов, Г. Г. Теория Коммуникации / Г. Г. Поцепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер, 2011. – 656 с.

**Семинар 6–7. Тема: «Маркетинговые коммуникации: виды и инструменты»**

1. Маркетинговые коммуникации.
2. Типы маркетинговых исследований.
3. Виды маркетинговых коммуникаций.
4. Брендинг.
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

**Литература**

1. Аникеев, С. Н. Методика разработки плана маркетинга / С. Н. Аникеев. – М. : Фолиум : Информ-Студио, 2011. – 316 с.

1. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.
2. Блэк С. «Паблик рилейшнз – что это такое?» / С. Блэк. – М. : Агенство печати «Новости», 1990. – 240 с.
3. Барнс, Б. Стратегические бренд-коммуникационные кампании / Б. Барнс, Д. Шульц. – М. : Издательский Дом Гребенникова, 2013. – 506 с.
4. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Д. Бернет, С. Мориарти. – СПб: Питер 2011. – 864 с.

6. Коу, Д. Маркетинг и продажи В2В / Д. Коу. – М. : ООО «Издательство «РОСМЭН-ПРЕСС», 2014. – 239 с.

7. Ульяновский, А. В. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума / А. В. Ульяновский. – М. : Эксмо, 2012. – 432 с.

**Семинар 8–9. Тема: «Использование новых медиа в продвижении продукта на рынке»**

1. Новые медиа как среда продвижения продукта.
2. Социальные сети и SMM.
3. Контент-маркетинг и блоггинг.
4. Контекстная реклама.
5. Корпоративные медиа.
6. Вирусный маркетинг.

**Литература**

1. Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Гуров. – М. : Вершина, 2011. – 152 с.

2. Фегеле, З. Директ-маркетинг: 99 практических советов, как найти потребителя / З. Фегеле. – М. : Интерэксперт, 2011. – 254 с.

**Семинар 8. Тема: «Современные тенденции развития медиасферы»**

1. Понятие и развитие концепции «Корпоративная ответственность бизнеса».
2. Социальный учёт, аудит и отчётность.
3. Социальная ответственность бизнеса.
4. Новые медиа в GR-коммуникации.
5. Конкуренция в медиасреде.
6. Тенденции развития медиа в мире и Республике Беларусь.

**Литература**

1. Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Гуров. – М. : Вершина, 2011. – 152 с.

2. Фегеле, З. Директ-маркетинг: 99 практических советов, как найти потребителя / З. Фегеле. – М. : Интерэксперт, 2011. – 254 с.