**СПИСОК ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

**по учебной дисциплине «Новые медиа и коммуникации в управлении бизнесом»**

1. Существующие подходы к определению понятия «коммуникация».
2. Объект и предмет теории коммуникации.
3. Законы и категории теории коммуникации.
4. Методы и функции теории коммуникации.
5. Основные этапы развития теории коммуникации.
6. Теории «волшебной пули» и «подкожной инъекции».
7. Теория аккумуляции.
8. Теория двухступенчатого потока информации.
9. Теория «спираль молчания».
10. Теория диффузии.
11. Теория культивирования.
12. Теория информационных барьеров.
13. Теория установления повестки дня.
14. Теория обретения пользы и удовлетворения.
15. Теория зависимости
16. Структурные модели коммуникации.
17. Виды, формы и каналы коммуникации.
18. Сетевые модели коммуникации.
19. Коммуникация в цифровую эпоху.
20. Теория новых медиа.
21. Межличностная коммуникация. Внутренняя коммуникация в организации.
22. Формы деловой коммуникации.
23. Коммуникация в малых группах.
24. Обсуждения в процессе принятия решений.
25. Конфликты в коммуникациях и их разрешение.
26. Средства, инструменты и формы осуществления массовой коммуникации в бизнесе.
27. Факторы выстраивания массовой коммуникации.
28. Новые медиа в процессе налаживания взаимодействия бизнеса с иными субъектами.
29. Повестка дня и налаживания коммуникации с массовой аудиторией в бизнесе.
30. Типы маркетинговых исследований.
31. Виды маркетинговых коммуникаций.
32. Брендинг.
33. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
34. Новые медиа как среда продвижения продукта.
35. Социальные сети и SMM.
36. Контент-маркетинг и блоггинг.
37. Контекстная реклама.
38. Корпоративные медиа.
39. Вирусный маркетинг.
40. Понятие и развитие концепции «Корпоративная ответственность бизнеса».
41. Социальный учёт, аудит и отчётность.
42. Социальная ответственность бизнеса.
43. Новые медиа в GR-коммуникации.
44. Конкуренция в медиасреде.
45. Тенденции развития медиа в мире и Республике Беларусь.