

**ТЕМЫ РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

1. Коммуникации в профессиональной деятельности инженера.
2. Межкультурные коммуникации.
3. Общение как коммуникация.
4. Общение как взаимодействие.
5. Общение как творчество.
6. Вербальные и невербальные средства общения в деловой коммуникации.
7. Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе.
8. Групповые процессы в организации.
9. Теория коммуникации как система знания. Методы теории коммуникации.
10. Информация как коммуникативный процесс.
11. Информация как ресурс. Сущность ресурсного подхода.
12. Структура коммуникативного процесса.
13. Проблемы визуальной коммуникации субъекта профессиональной деятельности.
14. Коммуникации в организациях. Характеристики групповых процессов в организациях.
15. Деловое общение и его виды.
16. Психологические закономерности делового общения.
17. Деловой этикет.
18. Реклама как маркетинговая коммуникация.
19. Паблик рилейшнз как канал маркетинговой коммуникации.
20. Информационные технологии во внутренних и внешних коммуникациях.
21. Визуальные коммуникации.
22. Маркетинговые мероприятия и спонсорство.
23. Этикет и культура поведения делового человека.
24. Деловой этикет: личное и письменное общение.
25. Имидж и репутация делового человека: слагаемые и пути формирования.
26. Влияние качеств личности на процесс общения.
27. Межличностные коммуникации в профессиональной деятельности.
28. Коммуникационные стили.
29. Барьеры в межличностных коммуникациях.
30. Основные законы коммуникации. Виды коммуникации.
31. Понятие коммуникации в технических, естественных и социально-гуманитарных науках.
32. Метод моделирования в исследовании коммуникации.
33. Типология коммуникативных моделей.
34. Информатизация общества как феномен культуры.
35. Классификация и модели коммуникации.
36. Глобализация и коммуникационная среда.
37. Влияние коммуникационных технологий на развитие экономики и управления.
38. Исторические аспекты формирования теории коммуникации.
39. Коммуникативный ресурс в управлении.
40. Тенденции развития современных коммуникационных технологий.
41. Массовые коммуникации.
42. Коммуникационные сети.

*по последнему изданию
в зачетке (если 0 то 106)*

СВБ-289с

*ст. пр. Соловьева
Александра
Викторовича*

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. – М., 1994.
2. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. – М., 2003.
3. Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1998.
4. Архангельская М. Бизнес-этикет или игра по правилам. – М., 2004.
5. Афанасьев В.Г. Социальная информация. – М., 1994.
6. Багиров Э.Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды: учеб. пособие. – М., 1976.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999.
8. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – М., 1996.
9. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М., 1990.
10. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1987.
11. Бориснев С.В. Социология коммуникации. – М., 2003.
12. Борисов А.Ю. Роскошь человеческого общения. – М., 1998.
13. Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учебн. пособие. – М., 2005.
14. Буданцев Ю.П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. – М., 1979.
15. Буданцев Ю.П. Системность и изучение массовых информационных процессов. – М., 1986.
16. Буданцев Ю.П. Теория и практика журналистики и массовых информационных процессов. – М., 1993.
17. Ващекин Н.П. Информатизация общества как феномен культуры // Информатика и культура. – Новосибирск, 1990.
18. Вечер Л.С. Секреты делового общения. – Минск, 1996.
19. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы / пер. с англ. – М., 1996.
20. Войскунский А. Я говорю, мы говорим: Очерки о человеческом общении. – М., 1982.
21. Воронин А.А. Техника как коммуникационная стратегия // Вопросы философии. – 1997. - №5.
22. Гришко Н.И., Дурович А.П. Менеджер по рекламе и продвижению товаров. – М., 2010.
23. Гудушуари Г.В., Литвак Б.Г. Управление современным предприятием. – М., 1998.
24. Гундарин М.В. Книга для руководителя отдела PR: Практические рекомендации. – СПб., 2007.
25. Демин Д. Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений. – М., 2010.
26. Дридзе Т.М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // Общественные науки и современность. – 1996. - № 3.
27. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиопсихосоциологии. – М., 1984.
28. Друкер П. Эффективное управление / пер. с англ. – М., 1998.
29. Дейк ванн Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. – М., 1989.
30. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. – СПб., 1997.
31. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. – М., 1995.
32. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие.
33. Коган В.З. Человек: информация, потребность, деятельность. – Томск, 1991.
34. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. – М., 1997.
35. Коренной А.А. Информация и коммуникация. – Киев, 1986.
36. Кривокопа Е.И. Деловые коммуникации: Учеб. пособие. – М., 2012.
37. Кузнецов Н.А., Мухелишвили Н.Л., Шрейдер Ю.А. Информационное взаимодействие как объект научного исследования // Вопросы философии. – 1999. - № 1.
38. Роджерс Э., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях: пер. с англ. – М., 1980.
39. Яковлев А. Раскрутка и продвижение сайтов. Основы, секреты, трюки. – СПб., 2007.

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник // e.lanbook.com/view/book/56231/
2. Коммуникология: социология массовой коммуникации // e.lanbook.com/view/book/56231/

Домашнее задание №1

Эссе «Фирменный стиль организации»

Задание.

1. Найдите в источниках и охарактеризуйте понятие (понятия) фирменного стиля организации.
2. Напишите эссе по данным понятия, привлекая свой жизненный опыт (опыт родственников, друзей, примеры из кинофильмов, художественной литературы) для описания ситуации применения данных понятий на практике.

Домашнее задание по теме №2

Эссе «Понятие корпоративного имиджа»

Задание.

1. Найдите в источниках и определите понятие «корпоративный имидж», а также понятия, его составляющие: «слагаемые имиджа», «правила формирования имиджа».
2. Напишите эссе по выбранным понятиям, привлекая свой жизненный опыт (опыт родственников, друзей, примеры из кинофильмов, художественной литературы) для описания ситуации применения данных понятий на практике.

Домашнее задание по теме №3

Эссе «Блог компании»

Задание.

1. Найдите в источниках и определите понятие «блог компании», охарактеризуйте правила его ведения.
2. Опишите в эссе примеры блогов, в которых отражены правила их ведения.

Домашнее задание по теме №4

Эссе «Сайт компании»

1. Найдите в источниках и определите понятие «сайт компании», охарактеризуйте основные правила его создания и продвижения.
2. Опишите в эссе примеры ситуаций соблюдения / несоблюдения в профессиональной деятельности правил создания и продвижения сайтов компаний. Укажите роль корпоративного сайта в деятельности современной организации, особенности его контента и дизайна.

Домашнее задание по теме №5

Эссе «PR-кампания»

Задание.

1. Выявите и определите понятие, цели, задачи и средства PR-кампании.
2. Опишите в эссе данные категории на примере конкретной PR-кампании.

Домашнее задание по теме №6

Эссе «Социальные медиа»

Задание.

1. Выявите и определите понятие «социальные медиа».
2. Опишите в эссе данное понятие, выявляя значение социальных медиа для современного бизнеса.

Домашнее задание по теме №7

Эссе «Рекламная кампания»

Задание.

1. Выявите и определите понятия «реклама», «рекламная кампания».
2. Опишите в эссе ситуации подготовки и проведения рекламных кампаний, выявляя их значение для современного бизнеса.

Домашнее задание по теме №8

Эссе «Деловой разговор по телефону»

Задание.

1. Выявите и определите понятия «деловое общение», «разговор по телефону как вид делового общения».
2. Опишите в эссе ситуации, привлекая свой жизненный опыт (опыт родственников, друзей, примеры из кинофильмов, художественной литературы) для описания ситуации применения данных понятий на практике.

Домашнее задание по теме №9

Эссе «Деловое письмо»

Задание.

1. Выявите и определите понятия «деловое общение», «письмо как вид делового общения», «формы деловых писем», «речевой этикет делового письма».
2. Опишите в эссе ситуации, привлекая свой жизненный опыт (опыт родственников, друзей, примеры из кинофильмов, художественной литературы) для описания ситуации применения данных понятий на практике.

Домашнее задание по теме №10

Эссе «Выставочная деятельность»

Задание.

1. Выявите и определите понятия «маркетинговые коммуникации», «выставочная и ярмарочная деятельность как форма маркетинговой коммуникации».
2. Опишите в эссе ситуации, привлекая свой жизненный опыт (опыт родственников, друзей, примеры из кинофильмов, художественной литературы) для описания ситуации применения данных понятий на практике: подготовка к выставке, привлечение посетителей, рекламные материалы, подведение итогов.

Требования к выбору и оформлению контрольной работы и эссе (домашнего задания)

Домашнее задание (эссе) является обязательным также как и контрольная работа. Студентом выполняется одно эссе по выбору (на любую из предложенных тем) в печатном виде и сдается в течение семестра. Регистрировать данную работу в деканате не нужно.

Объем работы должен быть не менее 5-ти страниц (и более) формата А-4, но не совпадать с объемом контрольной работы. Особого оформления для эссе не требуется. Его необходимо сопроводить титульным листом (как для к/р). Эссе выполняется на основе указанной литературы. В конце работы должен быть приведен список литературы, которой студент воспользовался (в алфавитном порядке, пронумерован, указаны выходные данные и т.д., как для к/р). Можно воспользоваться и другими источниками, не указанными в предложенном списке. Книги должны иметь учебный и научный, равновесный предложенным источникам характер.

Эссе должно включать в себя теоретическую (определение основных понятий) и практическую (примеры жизненных ситуаций, примеры из художественной литературы или кинофильмов для иллюстрации обозначенной проблематики) части.

Студент должен быть готов к отчету к/р и эссе. Вопросы преподавателя будут касаться не только содержания самой работы, но и содержания источников, на которые ссылается студент. Отчитать работы можно во время консультаций, проводимых в семестре (см. расписание).

Требования к оформлению **контрольной работы**: работа должна состоять из 3-х основных частей: введения, основной части и заключения с выводами.

Введение предполагает постановку проблемы, т.е. четкую формулировку **актуальности, цели и задач работы**. Оно также может содержать краткую историографическую справку по исследуемой проблеме: когда и кем впервые в науке был поставлен данный вопрос, какие ученые в своих работах за всю историю изучения обращались к данной теме.

Основная часть предполагает раскрытие темы и предварительные выводы по параграфам.

Заключение должно содержать выводы по всей работе, сделанные студентом самостоятельно.

К/р выполняется самостоятельно, от первого лица, с использованием местоимения «я»: «Я думаю...» и слов «автор работы считает...». Текст не может быть безличным или выполняться от третьего лица («мы...»). **Студент несет административную и моральную ответственность за текст, который он сдает.**

К/р предполагает следующий формат: объем от 10 до 16 страниц печатного текста на листах формата А-4, шрифт Times New Roman, кегль 12 или 14, междустрочный интервал полуторный. Поля: левое – 2 см, верхнее, правое и нижнее – 1,5 см. Нумерация проставляется по центру страницы вверху.

Наличие ссылок на литературу в тексте является обязательным. Наиболее приемлемым вариантом оформления ссылок является следующий: (3, с. 5-6), где первая цифра в скобке – порядковый номер книги в списке литературы, а вторая цифра – номер страницы в источнике, где находится используемый студентом материал. **Список литературы оформляется по ГОСТу**, а не в произвольном порядке.

Выбор темы к/р должен осуществляться по последней цифре номера зачетной книжки. Например, если номер заканчивается цифрой 3, то студент может выбрать тему под номерами 3, 13, 23 или 33 и т.д. Номер зачетной книжки указывается на титульном листе работы.

Для эссе этот порядок не является обязательным. Студент может выбрать любую тему эссе из предложенных, за исключением темы к/р, **т.е. тема домашнего задания не должна совпадать с темой к/р.** Темы эссе и к/р одного студента не должны перекликаться или совпадать. **Содержание к/р и эссе не должно совпадать с содержанием любой другой работы иного студента, т.е. должно выполняться самостоятельно!**