

УТВЕРЖДЕНО  
кафедрой психологии  
протокол от 25.06.2024 №18  
\_\_\_\_\_ Н. А. Шестиловская

**ЗАЧЕТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ**  
**по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии**  
**в профессиональной деятельности»**  
**для магистрантов 1 курса заочной формы получения образования,**  
**обучающихся по специальности магистратуры 7-06-1012-01**  
**«Физическая культура и спорт»**  
**в 2024/2025 учебном году**

Контроль осуществляется в форме устного ответа на вопросы с  
учетом рейтинговой системы.

1. Социально-коммуникативные технологии, их особенности и классификация.
2. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.
3. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе.
4. Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание.
5. Социально-перцептивные ошибки, причины их возникновения и способы преодоления.
6. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
7. Искажение информации, причины возникновения и способы преодоления.
8. Установление контакта с аудиторией и его особенности.
9. Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия (слуховое, визуальное и кинестетическое восприятие).
10. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
11. Техники и приёмы конструктивного слушания.
12. Модели поведения в межличностном взаимодействии.
13. Управление событиями как социально-коммуникативная технология.
14. Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности.
15. Модерация как социально-коммуникативная технология.

16. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.
17. Моделирование поведенческой гибкости как индивидуальный процесс.
18. Концепция модели Т.О.Т.Е.
19. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности.
20. Синтоническая модель общения: основные принципы и механизмы.
21. Трансактный анализ Э. Берна.
22. Теория управления впечатлениями. Процесс «управления впечатлениями».
23. Барьеры общения как факторы, затрудняющие процесс коммуникации и их типология.
24. Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности.
25. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.
26. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
27. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.
28. Особенности действия механизмов общественного настроения.
29. Психологические факторы и механизмы формирования образа человека и взаимоотношений в профессиональной деятельности.
30. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.
31. Особенности тренировки поведенческой гибкости.
32. Специфика теории обмена.
33. Теория символического интеракционизма в управлении.
34. Применение психоаналитической теории при оценке взаимодействия людей.
35. Психологические предпосылки, факторы и механизмы организации сотрудничества.
36. Кооперация и конкуренция как формы взаимодействия в профессиональной деятельности.
37. Рациональные и эмоциональные характеристики убеждающего воздействия и условия эффективности убеждения.
38. Внушение как целенаправленное неаргументированное воздействие и условия эффективности внушения.
39. Феномены суггестии и прикладное значение исследований социальной суггестии.

40. Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.
41. Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации.
42. Высокоинтенсивные и низкоинтенсивные социально-коммуникативные технологии.
43. Проблема общения в современном мире.
44. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.
45. Коммуникация в узком и широком смысле слова.
46. Особенности коммуникативного процесса между людьми, влияние позиции партнеров на эффективность коммуникативного процесса.
47. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе.
48. Объекты и субъекты социальной перцепции.
49. Психологические факторы и механизмы формирования образа человека и взаимоотношений в профессиональной деятельности.
50. Приёмы и техники установления контакта с аудиторией.
51. Анализ стратегий и тактик аргументации в общении.
52. Роль языка в системе коммуникационных средств.
53. Понятие язык, стиль, лингвистический вкус.
54. Особенности технология визуальной репрезентации.
55. Специфика невербального этикета общения.
56. Классификация уровней коммуникации.
57. Основные составляющие в общении: визуальный контакт.
58. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
59. Правила конструктивного слушания.
60. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.
61. Модели поведения в межличностном взаимодействии.
62. Типология стереотипности поведенческих реакций.
63. Классификация моделей восприятия, мышления, поведения.
64. Алгоритм поведения успешных людей: постановка целей, чувствительность, гибкость.
65. Формы барьеров по Н.И. Шевандрину.
66. Поведенческие барьеры общения по Ю.П. Платонову.
67. Положительные и отрицательные факторы, проявляющиеся при снятии психологических барьеров в общении.
68. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности.

69. Универсальные процессы, влияющие на построение человеком моделей окружающей среды.

70. Универсальный процесс моделирования: обобщение (генерализация).

71. Универсальный процесс моделирования: исключение (стирание, забывание).

72. Универсальный процесс моделирования: искажение (фантазирование).

73. Метамодель как система прояснения модели мира человека

74. Техники уточнения смыслового содержания, сказанного собеседником.

75. Использование приема присоединение в практике общения и взаимодействия.

76. Использование приема якорения в практике общения и взаимодействия.

77. Использование приема переформирования при разрешении конфликтных ситуаций.

78. Использование приема выбор без выбора при разрешении конфликтных ситуаций.

79. Использование приема метафоры при разрешении конфликтных ситуаций.

80. Виды организации коммуникативного пространства: символический, визуальный, событийный, мифологический.

## **СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### **ОСНОВНАЯ**

1. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учеб. и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. – М. : Юрайт, 2020. – 463 с.

2. Яскевич, Я. С. Философские проблемы социальной коммуникации : учеб. пособие / Я. С. Яскевич. – Минск : Выш. шк., 2017. – 286 с.

### **ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ**

3. Андреева, Г. М. Социальная психология : учеб. для студентов высших учеб. заведений, обучающихся по направлению с специальности «Психология» / Г. М. Андреева. – Изд. 5-е, испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 362 с.

4. Бландел, Р. Эффективные бизнес-коммуникации .Теория и практика в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб. : Питер, 2000. – 384 с.

5. Вацлавик, П. Психология межличностных коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – СПб. : Речь, 2000. – 320 с.

6. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник/ О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 272 с.
7. Горянина, В. А. Психология общения : учеб. пособие для студентов фак. соц. работы / В. А. Горянина. – 2-е изд., стер. – М. :Academia, 2004. – 415 с.
8. Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
9. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент / А. Б. Зверинцев. – СПб. : Изд-во Буковского, 1995. – 288 с.
10. Лабунская, В. А. Психология затрудненного общения / В. А. Лабунская, Ю. А. Менджерицкая, Е. Д. Бреус. – М. : Академия, 2001. – 288 с.
11. Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева, Т. Я. Анисеева, Ю. В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2004. – 316 с.
12. Основы теории коммуникаций : учебник / под ред. проф. М. А. Васирика. – М. :Гардарики, 2003. – 615 с.
13. Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб. : Питер, 2001. – 528 с.
14. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 221 с.
15. Почепцов, Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 528 с.
16. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. :Рефл-бук, 2001. – 656 с.
17. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2002. – 200 с.
18. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2002. – 698 с.
19. Сухов, А. Н. Социальная психология [Электронный ресурс] / А.Н. Сухов, А.А. Дергач. – М., 2001. – Режим доступа: <http://yurpsy.com/files/biblio/spisy/spisy.htm>. – Дата доступа: 30.01.2023.
20. Чалдини, Р. Психология влияния / Роберт Чалдини ; [пер. с англ. Е. Бугаева и др.]. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 294 с.