

**Виды сервисов,
обеспечивающих
коммуникацию в Интернете,
их преимущества и
недостатки**

Подготовил презентацию Ким Б. Группа : БОЯ21-ППА1905

Сервисы Интернета, их недостатки и преимущества :

Электронная почта

Преимущества:

- 1.Простота в использовании
- 2.Инструмент для рекламы
- 3.Хранение данных



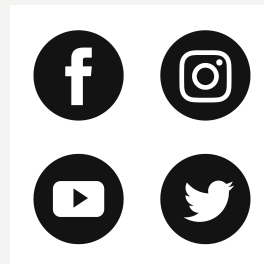
Недостатки:

- 1.Спам
- 2.Взлом
- 3.Необходим доступ в интернет

Социальные сети

Преимущества:

- 1.Возможность общаться с друзьями и коллегами на расстоянии
- 2.Инструмент для саморазвития, изучения иностранных языков, чтения интересных книг, прослушивания музыки
- 3.Можно продвигать и развивать свой бизнес



Недостатки:

- 1.Проведённое время
- 2.Зависимость от Интернета
- 3.Со временем теряются навыки реального общения

Блоги

Преимущества:

1. Доступность информации
2. Не требуется образование и квалификация
3. Частота поступления новой информации на площадку



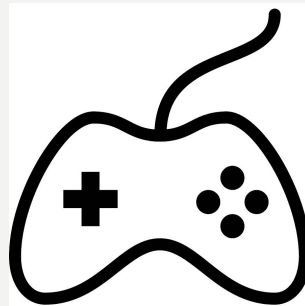
Недостатки:

1. Финансовые проблемы
2. Посещаемость
3. Обучаемость

Онлайн игры

Преимущества:

1. Компьютерные игры дают возможность отвлечься от проблем
2. Отдых
3. Развитие интеллекта, внимания, реакции, пространственной ориентации и логического мышления



Недостатки:

1. Многие игры бывают жестокими и агрессивными, оттуда человек перенимает эту агрессию
2. Проблемы со зрением
3. Опасность формирования игровой зависимости

Сайт знакомств

Преимущества:

1. Экономия времени
2. Шанс пообщаться с людьми, с которыми в реальной жизни вы бы не познакомились
3. Большое количество потенциальных партнеров



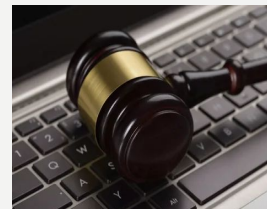
Недостатки:

1. Мало информации
2. Расстояние
3. Небезопасность

Интернет аукционы

Преимущества:

1. Большой выбор товаров
2. Легкий поиск, подробное описание
3. Более низкие цены



Недостатки:

1. Более высокая конкуренция
2. Трудно возратить фальшивую работу аукциону и вернуть свои деньги
3. Покупка товара осуществляется у разных продавцов, поэтому каждому из них нужно платить за почтовую пересылку

Сайты по поиску работу

Преимущества:

1. Выгодно. Сайты предоставляют информацию о работе совершенно бесплатно
2. Гибкий поиск. Очень легко найти необходимую вакансию
3. Удобно. Ведь заняться поиском вакансии можно в любое время суток, при этом не нужно даже будет покидать пределы своего дома



Недостатки:

1. Не каждый работодатель размещает информацию о вакансиях в открытом доступе
2. Вероятность нарваться на мошенников
3. Необходимость большого количества времени для размещения своего резюме на всех заинтересовавших сайтах поиска работы

Некоторые виды коммуникаций:

Устная коммуникация – звуковая словесная коммуникация, не опосредованная или опосредованная техническими средствами (телефон, радио, диктофон и др.). Основой устной коммуникации является устная речь – первичная форма существования языка, отличающаяся от письменной речи и устного воспроизведения ранее записанного текста как внешним оформлением, так и внутренними механизмами продуцирования и восприятия.

Документная коммуникация соответствует элементарной схеме коммуникационной деятельности только в случае непосредственной переписки между коммуникантом и реципиентом. Появление почты означает подключение посреднического звена. Если же коммуникант использует издательские службы для публикации своего произведения, а реципиент обращается в книжный магазин или библиотеку, чтобы получить это произведение, требуются специальные посреднические службы

Внутренние коммуникации - это любые коммуникации внутри организации. Они могут быть устными или письменными, непосредственными или виртуальными, личными или групповыми. Эффективные внутренние коммуникации всех направлений - сверху вниз, снизу вверх и по горизонтали - это одна из основных задач любой организации. Хорошая внутренняя коммуникация позволяет установить ролевые взаимодействия и распределить ответственность работников

Внешние коммуникации любая компания не может жить без внешних коммуникаций. Времена, когда достаточно было только производить хороший товар или услугу и тут же их продавать, безвозвратно «канули в лету». Потребителю уже не достаточно знать, что у компании нужный ему товар. Потребитель подсознательно ждет, чтобы его удивили, угадали его потребности, развеселили, вдохновили и порадовали. И для этого есть масса инструментов, которые позволяют не только донести от компании до общественности совокупность нужных «сообщений», чтобы люди «понимали» компанию и ее продукт, но и сформировать особое отношение к ней



Спасибо за внимание!!!