

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/414635>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Государственное и муниципальное управление (ГМУ)

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 3

1.1. Текст теоретического задания 3

1.2. Ответ на теоретическое задание 3

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 6

2.1. Текст практического задания 6

2.2. Ответ на практическую часть 7

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 12

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1. Текст теоретического задания

Теоретический вопрос. Тенденции развития корпоративных коммуникаций.

1.2. Ответ на теоретическое задание

Корпоративные коммуникации — это процесс обмена информацией и идеями между организацией и ее внутренними и внешними аудиториями. Корпоративные коммуникации включают в себя такие аспекты, как PR, маркетинг, внутренние коммуникации, корпоративная социальная ответственность, корпоративная культура и брендинг. Корпоративные коммуникации играют важную роль в формировании репутации, доверия и лояльности организации, а также в повышении ее конкурентоспособности и эффективности. В современном мире корпоративные коммуникации постоянно меняются и адаптируются к новым вызовам и возможностям. Среди основных тенденций, которые влияют на развитие корпоративных коммуникаций в настоящее время, можно выделить следующие:

- Цифровизация и удаленная работа. Пандемия COVID-19 ускорила процесс перехода к онлайн-форматам работы и коммуникации. Для многих организаций удаленная работа стала нормой, а не исключением. Это требует от корпоративных коммуникаторов использования новых инструментов и платформ для обеспечения своевременного, эффективного и безопасного обмена информацией с различными заинтересованными сторонами. Также это требует от них умения поддерживать вовлеченность, мотивацию и удовлетворенность сотрудников в условиях дистанционного взаимодействия.

- Инклюзивность и многообразие. В современном мире все большее значение приобретают вопросы социальной справедливости, равенства и уважения к различиям. Организации, которые хотят быть успешными и привлекательными для своих аудиторий, должны учитывать эти вопросы в своих корпоративных коммуникациях. Это означает, что они должны стремиться к созданию культуры инклюзивности и многообразия внутри организации, а также к демонстрации своей социальной ответственности и поддержки различных групп и инициатив в обществе.

- Аутентичность и прозрачность. В эпоху информационного переизбытка и недоверия к традиционным источникам информации, организации должны быть более открытыми и честными в своих корпоративных коммуникациях. Аудитории хотят видеть за организациями не только продукты и услуги, но и реальных людей, истории и ценности. Организации должны стремиться к созданию диалога и взаимодействия с аудиториями, а не к односторонней трансляции своего сообщения. Они должны быть готовы к обратной связи, критике и кризисам, и уметь адекватно на них реагировать.

- Креативность и инновации. В условиях высокой конкуренции и постоянных изменений, организации должны быть более креативными и инновационными в своих корпоративных коммуникациях. Они должны искать новые способы привлечения и удержания внимания аудиторий, использовать новые форматы и каналы коммуникации, экспериментировать с контентом и стилем

1. Базарова Т. и Еремина Б. Управление персоналом: Учебник для вузов/ 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2019. С. 560.
2. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. М.: Альпина Бизнес Букс, 2018. – 220 с.
3. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс.–СПб.: Питер, 2019. – с.
4. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью. –СПб.: Питер, 2018. – 240 с.
5. Ньюсом Дар, Терк Джуди Ван Слайк, Крукеберг Дин. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшенз. М.: Имидж-контакт: ИНФРА-М, 2019.
6. Почепцов Г. Коммуникативные технологии XX века. М.: Рефл-бук, К: Ваклер, 2020.
7. Чумиков А. Н. Связи с общественностью [Текст] : учебное пособие по теории и практике / А. Н. Чумиков. – 2 - е изд., знач. доп. – М. : Дело, 2018. - 243 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/414635>