

Коммуникационный проект 143 группа

1. стратегически продуманная система действий, направленная на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений с помощью коммуникационных стратегий
2. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение поставленных целей и задач (позиционирование, контакт с целевой аудиторией с использованием различных каналов продвижения)
3. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение поставленных корпоративных целей
4. проект, направленный на ознакомление людей и нахождение путей решения определённой проблемной ситуации; стремление получать выгоду может сопровождать коммуникационный проект, однако не является его первоочередной целью. Основа всего – проблема.
5. комплекс мероприятий, ограниченных по времени, проводимых с целью создания/изменения образа социальных явлений, событий
6. комплекс мероприятий, целью которых является создание и поддержание общественного мнения об организации, и осуществляется в определенный промежуток времени
7. совокупность коммуникационных действий, имеющих определенную цель и набор задач, рассчитанных на определенный промежуток времени и выполняемых в соответствии с планом проекта
8. система действий, направленных на достижение некоторых корпоративных целей
9. стратегически продуманная система действий, направленная на достижение каскада корпоративных целей, направленная на установление эффективной коммуникации и получения фидбэка
10. продуманная система действий, направленная на достижение коммуникационных целей
11. комплекс заранее продуманных действий для реализации коммуникационных целей
12. комплекс мероприятий, направленных на установление устойчивой коммуникации с общественностью по определенному поводу
13. система действий, направленных на достижение различных целей, в первую очередь коммуникативных (создание связи между клиентом и компанией, формирование или изменение имиджа компании)
14. комплекс взаимосвязанных мероприятий, ограниченных по времени и нацеленных на достижение определенных коммуникационных задач, его результатом может быть создание какого-либо продукта, необходимо прежде всего учитывать качественные результаты
15. подразумевает под собой наличие некоего фидбэка, ограничен по времени, имеет конкретные цели и определенные задачи, не ставит задачу получения прибыли, скорее желает донести идею до общества
16. целенаправленная, ограниченная во времени деятельность, предполагающая создание уникального продукта, разработку коммуникационной стратегии и, впоследствии, изменение исходного состояния, которая, при этом, не ставит улучшение коммерческих показателей главной целью
17. это комплекс мер и мероприятий, в рамках которых решаются коммуникационные, а не маркетинговые задачи, а главная задача – это решение каких-то проблем, а не продвижение товара или бренда
18. совокупность мероприятий, связанных одними коммуникационными задачами, проект ограничен во времени и ресурсах, на выходе обязательно присутствует продукт

19. проект, в процессе создания которого креаторы определяют коммуникационную стратегию для достижения обозначенного результата, в процессе создания обязательно появляется новый продукт