1. Відстежте філософію/місію будь-якої організації, охарактеризуйте актуалізовані цінності. Опишіть шляхи їх відтворення в організованих комунікаціях. АБО:

2. Запропонуйте власний варіант філософії (місії, цінностей) умовної чи реальної структури представте основний месідж їх втілення. 3. Запропонуйте свою ідею для розробки комунікаційної концепції, визначте мету, цільову аудиторію, стейкхолдерів та основний месидж. 4. Розробіть SWOT-аналіз з позиції аналізу комунікацій. 5. Визначте репутаційні стратегії компанії. 6. Запропонуйте якісь комунікаційні тактики/заходи вреалізації комунікцаійної стратегії (тут враховуйте наявність різних цільових аудиторій). 7. Охарактеризуйте напрямки реалізації соціальної відповідальності. 8. Опишіть організацію кризових комунікацій. (Це все доцільно робити на прикладі однієї компанії реальної чи самостійно вигаданої/уявної)