

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/96900>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Социология коммуникаций

-

Корпоративные риски – пробелы, связанные с трудовым, производственным и управленческим процессами компании. Глобальные риски – проблемы, связанные с производством однородной продукции. Они актуальны не только для одной компании, а для нескольких организаций. Локальные риски – затрагивают не организацию, а отдельный сектор ее сотрудников (например, массовые увольнения). Оценка репутационных рисков Основное мероприятие, которое проводится при работе с репутационными рисками – их потеря. Оценка репутационных потерь – это определение того, насколько велик шанс потерять имидж компании при совершении того или иного действия. Для того, чтобы больше раскрыть тему, рассмотрим оценку репутационных рисков на конкретном примере. Владелец банка «Тинькофф» Олег Тиньков при конфликте с персоналом или клиентами тщательно оценивает, какие потери может нанести то или иное его слово. И только после анализа он публикует свои заявления. Этапы анализа репутационных рисков: Обработка информации: отзывы, комментарии, возможные последствия. На основе полученных данных формируется прогноз: какие мероприятия принесут репутационные потери, а какие – нет. Публикуется информация о том, к каким последствиям может привести то или иное мероприятие. Формирование должностной инструкции, которая регламентирует действия персонала. Что делать, если репутация компании пошатнулась.

Во избежание репутационных рисков руководители нанимают специалистов, которые будут заниматься их анализом. Для управления репутационными рисками нанятые сотрудники используют три метода: Уклонение от рисков. Это избегание конфликтных ситуаций. Самый предпочтительный, но самый сложный метод управления рисками. Наличие недовольных клиентов – нормально, а нравится всем – практически невозможно. Минимизация рисков. Это снижение вероятности репутационных потерь и их последствий. Регулировать действие сотрудников проще с помощью должностных инструкций. Просто требуется сформировать варианты сотрудничества с клиентами: прописать, что можно делать, а что нельзя; как вести себя со сложными клиентами и как проводить работу с возражениями. Передача рисков. Простыми словами это перекладывание вины на других участников. В России этот метод встречается чаще всего. Суть его простая: кто провинился – того увольняют. Возможно, основная проблема не заключалась в этом сотруднике. И, вероятнее всего, не он решал, как нужно действовать. Но клиенты увидели виновного, а компания сняла с себя ответственность. Особенности работы с репутационными рисками Репутация компании создается из следующих аспектов: Результативность трудового процесса. Ценовой сегмент компании. Эффективность сотрудников. Оптимальное использование ресурсов. В целом репутация – один из ключевых инструментов привлечения аудитории. Если о компании думают в положительном ключе, то к ней будет приходить больше клиентов. Если думают плохо – то потребуются провести некоторые мероприятия для удержания и привлечения клиентов. Именно поэтому для управления репутационными рисками требуется уделить внимание следующим аспектам: Действия персонала на местах. Не каждая организация способна сказать потребителю: «Не добавите страховку – не получите кредит»; Отзывы в социальных сетях. Необходимо контролировать все комментарии, детально прорабатывая как негативные, так и позитивные отзывы; Общий имидж – то, как о компании думают партнеры, персонал, клиенты. Как удержать репутацию компании Любая компания заинтересована в том, чтобы ее репутация в глазах аудитории, инвесторов, сотрудников и партнеров была на высшем уровне. Имидж предприятия может быть под строгим руководством при формировании механизма управления рисками. Задача механизма – формирование необходимых результатов при любых, даже самых негативных условиях. Определенные цели и задачи формируются уже с учетом направления деятельности. Они должны соответствовать требованиям еще на стадии оценки рисков.

В зависимости от стратегической миссии, которая поставлена перед компанией, механизм управления рисками может быть нацелен на решение различных проблем: сохранение дохода, реабилитация компании, удержание стабильных результатов, последующий рост организации. Первоочередной задачей при этом становится обеспечение реабилитации компании. Другими словами, наступление риска не должно

сформировать финальный спад деятельности предприятия. Для продолжения деятельности компания должна сформировать систему управления, а также наладить экономические и производственные ресурсы. Более того, компания должна владеть юридической силой продолжения своей деятельности. Для обеспечения непрерывной положительной репутации компании на экономическом рынке и при формировании системы управления рисками необходимо уделить внимание направлению деятельности и действиям определённой компании, ситуациям, которые могут привести к разрывам этих процессов, а также материальным и нематериальным ресурсам.

АО "Авиакомпания Сибирь".

АО "Авиакомпания Сибирь" упоминается в следующих СМИ: Агентство новостей «Интерфакс (Москва. 7 декабря 2019) INTERFAX.RU - ПАО "Авиакомпания "Сибирь" будет переименовано в АО "Авиакомпания "Сибирь" и перестанет, таким образом, быть публичной компанией.

"Изменить полное фирменное наименование публичного акционерного общества на акционерное общество "Авиакомпания "Сибирь"", - говорится в сообщении эмитента, соответствующее решение 6 декабря принял его единственный акционер - ЗАО "Группа компаний С7".

Также, согласно решению акционера, ПАО "Авиакомпания "Сибирь" должно обратиться в Сибирское главное управление ЦБ "с заявлением об освобождении его от обязанности раскрывать информацию, предусмотренную законодательством РФ о ценных бумагах".

Авиакомпания "Сибирь" (летает под брендом S7 Airlines) - второй крупнейший авиаперевозчик РФ. Вместе с авиакомпанией "Глобус" входит в группу S7, принадлежащую супругам Владиславу и Наталии Филевым.

Сайт «Ведомости». Как авиакомпания «Сибирь» превратилась из полубанкрота в успешный бизнес.

Перевозчик едва не разорился в кризис 2009 года, сейчас же компания фактически погасила все долги. Осенью прошлого года, когда судьбу «Трансаэро» решало правительство страны, совладелец группы S7 Владислав Филев неожиданно объявил о готовности выкупить разорившегося конкурента. Он намеревался приобрести 51% авиакомпании, объединить ее с входящими в S7 авиаперевозчиками «Сибирь» и «Глобус», после чего конвертировать часть долга «Трансаэро» в 49% объединенной компании. Но сделка так и не состоялась – совладельцы «Трансаэро» не смогли высвободить из-под обременений 51% акций компании для продажи.

S7 предлагала эту сделку не из одного только желания избежать монополизации рынка «Аэрофлотом», которому в итоге и передали «Трансаэро», уверяет знакомый Филева. В группе считают, что смогут сохранить операционную деятельность «Трансаэро»: «было понимание, что нужно сделать для этого и достаточное количество собственных средств», продолжает собеседник «Ведомостей».

Группа S7 не публикует консолидированной отчетности. По РСБУ отчитывается лишь сама «Сибирь». Из этой отчетности следует, что уже по итогам 2013 г. авиакомпания имела нулевой чистый долг, напоминает заместитель гендиректора ИК «Регион» Анатолий Ходоровский. А на отрицательный чистый долг авиакомпания вышла в 2014 г., следует из ее отчета. При кредиторской задолженности в 6,8 млрд руб. у компании на счетах скопилось более 8 млрд руб. «То, что у S7 такое количество средств на счетах, говорит только об одном – компания умеет грамотно строить свой бизнес, что позволяет стабильно генерировать существенный денежный поток», – говорит Ходоровский.

На сайте whoiswhopersona.info.

S7 Airlines (эс сэвэн эйрлайнс, юридическое название — ОАО «Авиакомпания „Сибирь“») — третья по величине российская авиакомпания. Базируется в новосибирском аэропорту «Толмачево», формируя региональные хабы в Иркутске и Домодедово. Входит в Группу компаний С7 («S7 Group»); участник глобального авиационного альянса «oneworld».

Собственники ОАО «Авиакомпания «Сибирь»

Контрольный пакет акций ОАО «Авиакомпания «Сибирь», а это 70 %, принадлежит группе компаний «S7 Group». Государство владеет 25,5 %. Остальные акции — у менеджмента «S7 Airlines».

Руководство ОАО «Авиакомпания «Сибирь»

Владимир Обьедков — генеральный директор.

Официальный сайт: <http://www.s7.ru/>

Официальный сайт компании aviakompaniya.com.

Авиакомпания S7 Airlines (ОАО «Авиакомпания «Сибирь») сейчас является одним из ведущих и динамично развивающихся российских авиаперевозчиков с базовым аэропортом «Толмачево» г. Новосибирска. Она входит в группу «S7 Group» и в третий крупнейший в мире авиационный альянс «Oneworld». Компания имеет два узловых международных аэропорта в г. Иркутске и в «Домодедово» (Москва).

Основные направления

Компания выполняет регулярные авиарейсы, как по внутренним авиалиниям, так и в Европу, страны Ближнего Востока и Азиатско-Тихоокеанского региона:

Внутренние авиарейсы:

Астрахань, Анапа, Братск, Барнаул, Улан-Удэ, Владивосток, Владикавказ, Казань, Екатеринбург, Иркутск, Магнитогорск, Кемерово, Магадан, Краснодар, Курган, Минеральные Воды, Махачкала, Москва,

Список литературы

Литература:

1. Вишняков Я.Д., Радаев Н.Н. Общая теория рисков 2-е издание, испр. - М.: Издательский центр "Академия", 2019. - 368 с.
2. Воробьев С.Н., Балдин К.В. Управление рисками в предпринимательстве. - 3-е изд. - М.: "Дашков и Ко", 2015. - 772с.
3. Никуличева Н.Ю. Право юридических лиц на деловую репутацию и его гражданско-правовая защита. Автореф. дис. ... канд. юр. наук. Новосибирск, 2016.
4. Основы теории коммуникации. - М., 2018. - С.91-116. 2 Кант И. Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане // Т.6. - С.11.
5. Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации. Спб, 2017. - С.17-32.

Электронные ресурсы:

6. Агентство новостей «Интерфакс»/ Электронный ресурс. Режим доступа: interfax.ru. (Дата обращения 03.04.2020)
7. Сайт «Ведомости» Электронный ресурс. Режим доступа: vedomosti.ru (Дата обращения 03.04.2020)
8. whoiswhopersona.info Электронный ресурс. Режим доступа: interfax.ru. (Дата обращения 03.04.2020)
9. Официальный сайт авиакомпании Электронный ресурс. Режим доступа: aviakompaniya.com (Дата обращения 03.04.2020)
10. Сайт www.aviaport.ru Электронный ресурс. Режим доступа: aviaport.ru (Дата обращения 03.04.2020)
11. Сайт vc.ru/marketing Электронный ресурс. Режим доступа: vc.ru/marketing. (Дата обращения 03.04.2020)
12. Сайт kommersant.ru Электронный ресурс. Режим доступа: kommersant.ru (Дата обращения 03.04.2020)
13. Сайт aviaforum.ru Электронный ресурс. Режим доступа: aviaforum.ru (Дата обращения 03.04.2020)
14. Google Alerts. Электронный ресурс. Режим доступа: Google Alerts. (Дата обращения 03.04.2020)

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/96900>