

Секция «Возможности и границы применения искусственного интеллекта в менеджменте»

Совершенствование корпоративных коммуникаций кафедры с помощью искусственного интеллекта

Тазетдинова Г.Г.¹, Марченкова К.С.²

1 - Ульяновский государственный университет, Институт экономики и бизнеса, Ульяновск, Россия, *E-mail: gazinurova14@mail.ru*; 2 - Ульяновский государственный университет, Институт экономики и бизнеса, Ульяновск, Россия, *E-mail: marcenkovakristina0@gmail.com*

Совершенствование корпоративных коммуникаций кафедры вуза с помощью искусственного интеллекта

В современном мире эффективные корпоративные коммуникации играют ключевую роль в достижении стратегических целей любой организации. А искусственный интеллект, в свою очередь, становится все более и более востребованным и важным инструментом в любой работе, способствующим, например, организации и разнообразию коммуникационных процессов. В контексте данных отношений между людьми, искусственный интеллект может создавать чат-боты, обучать персонал при помощи создания индивидуальных заданий и обрабатывая большие объемы данных предоставлять емкую информацию по различным вопросам.

Однако, несмотря на наличие современных технологий, многие компании продолжают сталкиваться с проблемами в области корпоративных коммуникаций. Это может проявляться в недостаточной скорости обмена информацией, неэффективном управлении внутренними процессами, а также в низком уровне вовлеченности сотрудников. Кроме того, традиционные методы коммуникации часто не учитывают индивидуальные потребности сотрудников, что может приводить к недопониманию и снижению мотивации.

Данные процессы актуальны и для высших учебных заведений и входящих в их структуру подразделений.

Поэтому целью нашего исследования в рамках ознакомительной практики стал анализ возможностей применения искусственного интеллекта для совершенствования корпоративных коммуникаций кафедры менеджмента и теории экономики УлГУ.

Наши задачи:

1. Изучить современное состояние корпоративных коммуникаций кафедры и выявить их недостатки.
2. Проанализировать возможности применения искусственного интеллекта в различных аспектах корпоративных коммуникаций кафедры.
3. Разработать рекомендации по внедрению ИИ-решений для улучшения взаимодействия между студентами, сотрудниками и управления информационными потоками.
4. Оценить потенциальные риски и ограничения, связанные с использованием ИИ в корпоративных коммуникациях.

Нами был проведен опрос среди студентов кафедры об эффективности существующих корпоративных коммуникаций, а также проанализированы группы в социальных сетях на предмет их актуальности, современности и содержательности.

Резюмируя результаты исследования, следует констатировать, что так или иначе, но все взаимодействующие с кафедрой лица используют электронные порталы для информационно-коммуникационной деятельности. Однако, данные технологии развиты слабее, чем, например, у всего Ульяновского государственного университета.

Просмотрев платформы, мы выяснили, что сейчас наблюдается критически низкий уровень активности: публикации крайне нерегулярны, представленная информация устарела и не соответствует актуальным событиям, взаимодействия с аудиторией практически

отсутствует. Это, конечно же, приводит к снижению узнаваемости кафедры, уменьшению потенциальных и существующих абитуриентов и студентов, а также упущенной возможности для привлечения новых учеников.

Для исправления ситуации необходимо разработать и внедрить:

- Регулярность. Рекомендуется публиковать посты не реже 2-3 раз в неделю, чередуя различные форматы: информационные статьи, короткие видеоролики, опросы, конкурсы и т.п.

- Визуально привлекательный контент. Качественные и актуальные, современные фотографии, видео.

- Активное общение с аудиторией. Отвечать на комментарии, проводить опросы и конкурсы.

- Отслеживание эффективности публикаций и в целом результат работ. Оперативно вносить коррективы.

- Анонсы мероприятий. Вебинары, конференции, иные интересные события должны заблаговременно публиковаться и содержать подробную информацию: место, время, программу и способы регистрации.

- Создание площадки в социальной сети Телеграм. Данная социальная сеть является самой популярной на современное время и по результатам опроса, людям было бы удобнее ей пользоваться, что гарантирует высокий уровень информационно-коммуникационной деятельности.

Возможности искусственного интеллекта позволят оптимизировать такие процессы, как написание постов, сбор информации для создания интересных аналитических статей по профилю кафедры, разработка оригинального дизайна, проведение исследования, анализа информации и в целом создания эффективных инструментов для развития корпоративных коммуникаций кафедры.

Только современный, системный подход позволит достичь заметных результатов в онлайн-пространстве и поддерживать имидж нашей кафедры.