**Аралық бақылау тапсырмалары**

1. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі нарықты зерттеу

2. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі мақсатты аудиторияны зерттеу

3. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі өнімді зерттеу

 4. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі жарнама және PR қызметінің тиімділігін бағалау.

5. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі брендті зерттеу

6. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі жарнамалық концепцияларды бағалау

7. Стратегиялық коммуникациялар жүйесінде қоғамдық пікірді зерттеу

8. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі дереккөздерді зерттеу

9. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі хабарламаларды зерттеу

10. Стратегиялық коммуникациялар жүйесіндегі арналарды зерттеу

11. Ұйым имиджін зерттеу: стратегиялық коммуникациялар жүйесінде

12. Халықаралық компаниядағы стратегиялық басқарудың түсінігі мен негізгі кезеңдері.

13. Стратегия ұғымы. Стратегияны таңдауға әсер ететін негізгі факторлар.

14. Компанияның стратегиялық көзқарасы мен миссиясы. Компанияның негізгі корпоративтік құндылықтары.

15. Компанияның стратегиялық мақсаттары, олардың негізгі сипаттамалары. Мақсат қою. Компанияның мақсат ағашы.

16. Стратегияны әзірлеу. Стратегияны әзірлеу пирамидасы. Бизнестің стратегиялық бірліктері.

17. Компанияның негізгі (эталондық) даму стратегиялары.

18. Саланың өмірлік циклі және тауардың өмірлік циклі туралы түсінік.

19. Саланы талдау. Саланың негізгі экономикалық сипаттамалары.

20. Бәсекелестік. Әр түрлі нарықтардағы негізгі түрлері мен қарқындылығы.

21. Бәсекелестіктің қозғаушы күштері туралы түсінік және бағалау. М. Портердің бәсекелестіктің бес факторының моделі.

22. Компанияның қолданыстағы стратегиясын талдау және бағалау. Талдаудың негізгі құралдары.

23. Компанияның іскерлік ортасы. Бәсекелестер мен серіктестердің стратегиялық топтары.

24. Сыртқы және ішкі орта факторларының компанияның бәсекеге қабілеттілігіне әсерін талдау. Талдаудың негізгі құралдары.

25. Компанияның қызметіне макроорта факторларының әсерін бағалау. PEST талдау.

26.Стратегияны құрудың негізі ретінде компанияның негізгі құзыреттері мен мүмкіндіктері. Негізгі (базистік) құзыреттерді анықтау