



Стратегическое планирование маркетинговых и социальных коммуникаций.м

- 1 Основной целью любого бизнеса с точки зрения стратегического планирования является ...
- 2 Стратегия организации представляет из себя ...
- 3 К характерным чертам стратегического планирования относится то, что оно ...
- 4 Стратегическое планирование – это ...
- 5 Фактор, оказывающий решающее значение на формирование различных вариантов стратегий, – «...»
- 6 Стратегия – это ...
- 7 Согласно наиболее полному определению, стратегия предприятия – это ...
- 8 Планирование, которое направлено на обеспечение стойкой долгосрочной взаимосвязи между целями предприятия, его внутренними и рыночными возможностями, является ...
- 9 При планировании нового направления развития предприятия нужно, в первую очередь, учитывать ...
- 10 К основным подходам к формированию стратегического плана следует отнести ...
- 11 Стратегия – это, прежде всего, реакция фирмы на ... обстоятельства ее деятельности
- 12 Стратегия касается формирования общей идеи будущего, ...
- 13 К особенностям стратегического планирования относится то тем, что ...
- 14 Стратегическое планирование включает ...
- 15 Стратегическое планирование характеризуется тем, что
- 16 Важной характеристикой стратегии является то, что она включает в себя ...





- 17) Соотнесите принципы и их определения:
- 18) Соотнесите критерий и его классификацию:
- 19) Соотнесите критерий и его классификацию:
- 20) Прогнозирование это -
- 21) Вид ресурсов, учет и использование которых предполагает балансовый метод в планировании: ...
- 22) Миссия экономического субъекта в процессе разработки стратегического плана: ...
- 23) Стратегия прогнозирования научно-технического прогресса экономики в целом базируется на основе ...
- 24) Прогнозирование развития предприятия обычно осуществляется, в частности, на основе такого метода, как «...»
- 25) Стратегия отражает ...
- 26) Говоря о стратегии, можно утверждать, что ...
- 27) Принцип оптимальности заключается в ...
- 28) Прогнозирование развития предприятия обычно осуществляется на основе ... методов
- 29) К основным внутренним факторам развития организации, которые учитываются в текущий период и прогнозируются на будущее, следует отнести такие факторы, как ...
- 30) К основным внешним факторам развития организации, которые учитываются в текущий период и прогнозируются на будущее, следует отнести такие факторы, как ...
- 31) К основным характеристикам целей организации при формировании стратегического плана следует отнести ...
- 32) ..., требуют установки для них целей в стратегическом плане
- 33) Цели организации в стратегическом плане должны формулироваться ...
- 34) Согласно наиболее полному определению, SWOT-анализ – это ...





- 35) При разработке стратегического плана в первую очередь нужно учитывать ...
- 36) Соотнесите номер этапа разработки маркетинговых коммуникаций и его содержание: ...
- 37) Маркетинговые коммуникации – это ...
- 38) Целевая аудитория – это ...
- 39) Использование эмоционального призыва при разработке содержания сообщения предполагает ...
- 40) Каналы коммуникаций делят на ...
- 41) Кодирование – это ...
- 42) Ответная реакция получателя может быть ...
- 43) Формы коммуникационного воздействия в социальных коммуникациях: ...
- 44) ... коммуникация – это передача информации от отправителя к потребителю
- 45) Основа ... коммуникации – в способности, ставя себя на место другого, предвидеть его ролевое поведение и соответствующим образом ориентировать свое
- 46) первый этап разработки маркетинговых коммуникаций включает ...
- 47) На ... этапе разработки маркетинговых коммуникаций определяется целевая аудитория
- 48) На ... этапе разработки маркетинговых коммуникаций определяются цели передачи необходимой информации
- 49) На ... этапе разработки маркетинговых коммуникаций создается коммуникационное сообщение
- 50) Реализация коммуникационной программы без предварительного сбора информации ...
- 51) Коммуникационное действие – это ...
- 52) В общественной жизни распространение модных новаций, популярных идей и веяний происходит посредством ...





- 53) Участники ... относятся друг к другу как к равноправным субъектам, и между ними складывается субъект-субъектные отношения
- 54) При такой форме коммуникационного действия, как ..., субъект имеет право монолога, а реципиент не может дискутировать с коммуникантом
- 55) Второй этап разработки маркетинговых коммуникаций включает ...
- 56) Третий этап разработки маркетинговых коммуникаций включает ...
- 57) Четвертый этап разработки маркетинговых коммуникаций включает ...
- 58) Пятый этап разработки маркетинговых коммуникаций включает ...
- 59) Неверно, что управленческий монолог может быть в форме ...

