**“Marketing” fanidan savollar**

1. Marketingning mohiyati va iqtisodiyotdagi rolini batafsil yoriting
2. Marketingni vujudga kelish tarixi va rivojlanish bosqichlarini tushuntiring
3. Marketingni ilm sifatida rivojlanish bosqichlarini tushuntiring
4. Tovarni takomillashtirish kontseptsiyasini batafsil yoriting
5. Tijorat kuchlarini intensivlashtirish kontseptsiyasi
6. Ijtimoiy – etik marketing kontseptsiyasini yoriting
7. Remarketing nima tushuntiring va unga misol keltiring
8. Demarketing nima tushuntiring va unga misol keltiring
9. Sinkhromarketing tushunchasini tushuntiring va unga misol keltiring
10. Qo'llab-quvvatlovchi marketingni tushuntiring va unga misol keltiring
11. Rivojlanuvchi marketing nima tushuntiring va unga misol keltiring
12. Rag'batlantiruvchi marketing nima tushuntiring va unga misol keltiring
13. Marketing muhiti nima batafsil tushuntiring
14. Marketingni makro va mikro muhiti omillarini tushuntiring
15. Salbiy talab tushunchasi nima misol keltiring
16. Mavjud bo'lmagan talab tushunchasi nima misol keltirib tushuntiring
17. Yashirin talab tushunchasi nima misol keltirib tushuntiring
18. Pasayayotgan talab tushunchasi nima misol keltirib tushuntiring
19. To'laqonli talab tushunchasi nima misol keltirib tushuntiring
20. Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash
21. Marketing axborot tizimi nima?
22. Marketing strategiyasini tushuntirib bering va misol keltiring
23. Yangi tovar yaratishda marketing strategiyasining o'rni qanday?
24. Marketing faoliyatida rejalashtirishning mohiyati qanday?
25. Marketing strategiyasini ishlab chiqishda qaysi mezonlarga asoslanadi?
26. Marketingda strategik rejalashtirishning maqsadi va vazifalari nima?
27. Marketingda taktikal rejalashtirishning maqsadi va vazifalari nima?
28. Marketing nazorati tushunchasini tushuntiring
29. Marketing nazoratini amalga oshirish usullari qanday?
30. Marketing nazorati qanday tamoyillarga asoslanadi?
31. Korxonani o'sish strategiyasi qaysi yo'nalishda amalga oshiriladi va uni qanday bosqichlari mavjud?
32. Biznes reja va uning tarkibiy qismlarini yoritib bering
33. Marketing nazorati turlari qaysilar?
34. Talabni shakllantirish va sotishni rag'batlantirishning mohiyatini tushuntiring, misol keltiring
35. Xaridorlarga va sotuvchilarga ta'sir etish uslublari qaysilar?
36. Reklama va uning turlarini sanab o’ting
37. Marketing faoliyatiga axborot texnologiyalarini joriy etishni tushuntiring
38. Bozorni segmentlashning mohiyatini tushuntiring, misol keltiring
39. Bozorni segmentlarga ajratishning asosiy tamoyillari qaysilar?
40. Xaridorlarga ta'sir etish usullari qanday?
41. Xaridorlarga va sotuvchilarga ta'sir etish uslublarini ayting
42. Kommunikatsiya siyosatining mohiyati, mazmuni va maqsadlarini tushuntiring
43. Marketing kommunikatsiyasi kompleksi va unda reklamaning o'rni qanday?
44. Kommunikatsiya siyosatini tashkil qilish usullari
45. Narx tushunchasi va uning mohiyati qanday?
46. Narx siyosatining mohiyati
47. Xizmatlar marketingi
48. Aloqa va axborotlashtirish sohasida marketing faoliyatining asosiy xususiyatlari
49. Marketing faoliyatiga axborot texnologiyalarini joriy etish
50. Marketingda axborotlar tizimi
51. Tovarlarning yashash davri mobaynida narxlarning o'zgaruvchanligi.
52. Narxni shakllantirishga ta'sir etuvchi omillar
53. Yuqori narx strategiyasi qanday o'rnatiladi?
54. Past narx strategiyasi deganda nimani tushunasiz?
55. Tovarlarni tarqatish xususiyatlari nimalardan iborat?
56. Chakana savdo va ulgurji savdoni mazmunini izohlab bering.
57. Marketing dasturi haqida tushuncha
58. Marketing dasturini ishlab chiqish bosqichlari
59. Marketing dasturining tarkibi
60. Biznes reja va uning tarkibiy qismlari
61. Marketing nazorati turlari
62. Marketing dasturini namunaviy tuzilmasi
63. Marketing dasturini ishlab chiqish bosqichlariBozor segmentatsiyasining mohiyati nima?
64. Bozor segmentatsiyasining ahamiyati nima?
65. Bozor segmentatsiyasining asosiy turlari nimalardan iborat?
66. Geografik segmentatsiya qanday amalga oshiriladi?
67. Psixografik segmentatsiya nima va qanday foydalaniladi?
68. Demografik segmentatsiya qanday xususiyatlarga ega?
69. Xulqiy segmentatsiyaning o‘rni qanday?
70. Maqsadli bozor segmentlarini tanlashda qanday yondashuvlar mavjud?
71. Marketing-miks nima?
72. Marketing-miksning asosiy elementlari qanday?
73. Marketing-miksni tashkil etishda qanday omillar e'tiborga olinadi?
74. Marketing-miksni shakllantirishda mahsulotning o‘rni qanday?
75. Marketing-miksda narxning rolini qanday baholash mumkin?
76. Marketing-miksda tarqatishning ahamiyati qanday?
77. Marketing-miksda reklama va rag‘batlantirishning o‘rni qanday?
78. Marketing-miksning o‘zgaruvchanligi va moslashuvchanligi qanday ta'sir qiladi?
79. Marketing-miksni jahon bozoriga moslashtirish qanday amalga oshiriladi?
80. Marketing-miksni boshqarishda kompaniya resurslarining roli qanday?
81. Bozor konyunkturasi nima?
82. Bozor konyunkturasining shakllanish omillari qanday?
83. Bozor konyunkturasini tahlil qilish usullari nimalardan iborat?
84. Bozor konyunkturasini bashorat qilish usullari qanday?
85. Bozor konyunkturasiga ta'sir etuvchi iqtisodiy omillar qanday?
86. Bozor tahlilida konyunkturani shakllantiruvchi asosiy omillar qanday?
87. Konyunkturani tahlil qilishda qanday statistik vositalar qo‘llanadi?
88. Marketing muhiti tushunchasi nima?
89. Korxonaning marketing muhiti qanday tahlil qilinadi?
90. Marketing muhiti va uning komponentlari nimalardan iborat?
91. Mikromuhit va makromuhit o‘rtasidagi farq nimada?
92. Korxonaning ichki marketing muhiti qanday tahlil qilinadi?
93. Korxonaning tashqi marketing muhiti qanday o‘zgaradi?
94. SWOT-tahlil usulining marketing muhiti tahlilidagi o‘rni qanday?
95. PEST-tahlil nima va u qanday qo‘llaniladi?
96. Marketing muhiti tahlilida demografik omillar qanday ahamiyatga ega?
97. Iqtisodiy omillar marketing muhiti tahlilida qanday ta'sir ko‘rsatadi?
98. Reklama tushunchasi qanday tasniflanadi?
99. Reklama maqsadi va vazifalari qanday?
100. Reklamaning funksiyalari qanday?
101. Reklama turlari va vositalari nimalardan iborat?
102. Reklama faoliyatini tashkil etishning asosiy bosqichlari qanday?
103. Tovar nima va uning ehtiyojni qondirishdagi roli qanday?
104. Tovarlar va xizmatlarning asosiy tasnifi qanday?
105. Tovarning raqobatbardoshligini qanday baholash mumkin?
106. Tovarning yashash davri qanday bosqichlarga bo‘linadi?
107. Yangi tovar ishlab chiqish jarayonida qanday strategiyalar qo‘llanadi?
108. Tovar siyosatining asosiy yo‘nalishlari qanday?
109. Savdo markalarini boshqarishda qanday usullar qo‘llanadi?