**“marketing” fanidan savollar 4-kurs**

1. Tovarlarni tarqatish tarmoqlari qanday tuzilgan?
2. Tovar harakati va taqsimot kanallarining turlari qanday?
3. Chakana savdo va ulgurji savdo o‘rtasidagi farq nima?
4. Sotish siyosati qanday tashkil etiladi?
5. Savdo tarmoqlarini tanlashda qanday omillar inobatga olinadi?
6. Merchandizing va uning asosiy turlari qanday?
7. Sotuvni rag‘batlantirishning asosiy usullari nimalardan iborat?
8. Sotish siyosatidagi innovatsiyalar qanday amalga oshiriladi?
9. Xalqaro marketing tushunchasi va mohiyati qanday?
10. Xalqaro marketingning rivojlanish bosqichlari qanday?
11. Xalqaro marketingni tashkil etishda qanday strategiyalar qo‘llanadi?
12. Xalqaro marketingda transmilliy korporatsiyalar qanday faoliyat yuritadilar?
13. Marketing strategiyalarining turlari qanday bo‘linadi?
14. Portfel tahlili nima va qanday qo‘llanadi?
15. BKG matritsasi qanday ishlaydi?
16. Raqobatbardoshlik va jalb etuvchanlik matritsasi nima?
17. Marketingning asosiy funksiyalari va kompaniyadagi marketing faoliyatining mazmuni.
18. Marketingdagi segmentasiyani aniqlash, ahamiyati va asosiy turlari.
19. Marketing kommunikasiyalariga oid an'anaviy qarashlar nimalar?
20. Marketing miksi 4P va unga ta'sir etuvchi omillar.
21. Marketing miksidagi narx siyosat.
22. Boston modeli marketing miksida.
23. Tashkilotlarda marketing kommunikasiyalarini qo‘llashning ahamiyati.
24. SWOT tahlili marketing strategiyasini ishlab chiqishda muhim usul sifatida.
25. Reklama marketing kommunikasiyalaridagi roli.
26. Marketing kommunikasiyalarida qo‘llaniladigan umumiy strategiyalar.
27. SWOT-tahlili marketingda qo‘llanilishi.
28. Xaridor tomonidan marketing axborotini baholash model'lari.
29. SWOT таҳлилининг аниқ мазмуни ва унинг маркетингдаги аҳамияти қандай?
30. Товарнинг ҳаёт цикллари қандай босқичларга бўлинади?
31. Брендинг нима ва у қандай йўсинда амалга оширилади?
32. Маркетинг кампаниясини бошлаш учун қандай тадқиқотлар олиб борилади?
33. Рақобатчиларни таҳлил қилишнинг усуллари қандай?
34. Цифровий маркетингнинг асосий инструментлари қандай?
35. SEO (Search Engine Optimization) нима ва унинг аҳамияти қандай?
36. Маркетингда контент стратегиясининг ўрни қандай?
37. Маркетингни талабга мослаштириш ва фойда олиш учун қандай усуллардан фойдаланиш мумкин?
38. Bozor segmentatsiyasining mohiyati va ahamiyati qanday?
39. Bozor segmentatsiyasining turlari nimalardan iborat?
40. Bozorni segmentlashtirishning asosiy tamoyillari haqida gapirib bering.
41. Maqsadli bozor segmentlarini tanlashda qanday omillarni hisobga olish kerak?
42. Marketing-miks elementlarining tarkibi va jarayonini tushuntiring.
43. Marketingda strategik rejalashtirishning maqsadi va vazifalari qanday?
44. Marketing-miks tushunchasining ahamiyati qanday?
45. Taktik rejalashtirishning roli va o'rni haqida qanday fikrda ekanligingizni tushuntiring.
46. Marketing nazorati va uning turlari haqida izoh bering.
47. Bozor konyunkturasi haqida tushuncha bering
48. Bozor konyunkturasi holati va kelgusidagi rivojlanish ko'rsatkichlarini qanday baholash mumkin?
49. Konyunkturani shakllantiruvchi omillar qanday?
50. Bozor konyunkturasini bashorat qilish uslublari qanday?
51. Reklama strategiyasini ishlab chiqish jarayoni qanday?
52. Reklama kanallari va vositalarini tanlashda qanday omillarni hisobga olish kerak?
53. Reklama mazmunini yaratishda qanday qoidalar mavjud?
54. Bozor tahlilini qanday amalga oshirish kerak va uning raqobatbardoshlikka qanday ta'siri bor?
55. Raqobatchilarni o‘rganishda qanday usullarni qo‘llash mumkin?
56. Strategik tovarlarni boshqarishning asosiy tamoyillari qanday?
57. Porterning beshta kuchi nazariyasi nima va u qanday ishlaydi?
58. Bozor konyunkturasini bashorat qilish usullari qanday?
59. Bozor konyunkturasiga ta'sir etuvchi iqtisodiy omillar qanday?
60. Bozor tahlilida konyunkturani shakllantiruvchi asosiy omillar qanday?
61. Konyunkturani tahlil qilishda qanday statistik vositalar qo‘llanadi?
62. Marketing muhiti tushunchasi nima?
63. Korxonaning marketing muhiti qanday tahlil qilinadi?
64. Marketing muhiti va uning komponentlari nimalardan iborat?
65. Mikromuhit va makromuhit o‘rtasidagi farq nimada?
66. Korxonaning ichki marketing muhiti qanday tahlil qilinadi?
67. Korxonaning tashqi marketing muhiti qanday o‘zgaradi?
68. SWOT-tahlil usulining marketing muhiti tahlilidagi o‘rni qanday?
69. PEST-tahlil nima va u qanday qo‘llaniladi?
70. Marketing muhiti tahlilida demografik omillar qanday ahamiyatga ega?
71. Iqtisodiy omillar marketing muhiti tahlilida qanday ta'sir ko‘rsatadi?
72. Reklama tushunchasi qanday tasniflanadi?
73. Reklama maqsadi va vazifalari qanday?
74. Reklamaning funksiyalari qanday?
75. Reklama turlari va vositalari nimalardan iborat?
76. Reklama faoliyatini tashkil etishning asosiy bosqichlari qanday?
77. Tovar nima va uning ehtiyojni qondirishdagi roli qanday?
78. Tovarlar va xizmatlarning asosiy tasnifi qanday?
79. Tovarning raqobatbardoshligini qanday baholash mumkin?
80. Tovarning yashash davri qanday bosqichlarga bo‘linadi?
81. Yangi tovar ishlab chiqish jarayonida qanday strategiyalar qo‘llanadi?
82. Tovar siyosatining asosiy yo‘nalishlari qanday?
83. Savdo markalarini boshqarishda qanday usullar qo‘llanadi?
84. Marketingda axborotlar tizimi
85. Tovarlarning yashash davri mobaynida narxlarning o'zgaruvchanligi.
86. Narxni shakllantirishga ta'sir etuvchi omillar
87. Yuqori narx strategiyasi qanday o'rnatiladi?
88. Past narx strategiyasi deganda nimani tushunasiz?
89. Tovarlarni tarqatish xususiyatlari nimalardan iborat?
90. Chakana savdo va ulgurji savdoni mazmunini izohlab bering.
91. Marketing dasturi haqida tushuncha
92. Marketing dasturini ishlab chiqish bosqichlari
93. Marketing dasturining tarkibi
94. Biznes reja va uning tarkibiy qismlari
95. Marketing nazorati turlari
96. Marketing dasturini namunaviy tuzilmasi
97. Marketing dasturini ishlab chiqish bosqichlariBozor segmentatsiyasining mohiyati nima?