**Internet biznes menejment**

**Yakuniy savollar**

1. Zamonaviy iqtisodiyotda internet biznes tushunchasi va mohiyati.
2. Global tarmoq bu .Global tarmoqning afzallik va kamchilliklarini tahlil qiling?
3. Internet biznesning davlat tomonidan qo’llab quvvatlanishi va unga yaratilayotgan imkoniyatlar.
4. Internet biznes menejmentda iste'molchi va uning jamiyatda tutgan o’rni.
5. Elektron biznesni tashkil etish va rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari.
6. E-biznes va E- tijorat o’rtasidagi farqlarni keltiring?
7. Internet biznesda mijozlarga xizmat ko‘rsatish jarayonini boshqarishning o‘ziga xos jihatlari qanday?
8. Maqsadli auditoriyani qanday topish va jalb qilish mumkin?
9. Internet biznesda marketingning roli tushuntirib bering?
10. E-biznes va ananaviy biznesni solishtiring va afzallik va kamchiliklarini tahlil qiling?
11. SMM yordami bilan hal qilish mumkin bo'lgan asosiy vazifalar tahlili qanday amalga oshiriladi?
12. O‘zbekistonda marketingni rivojlanishi va qo‘llanilishi haqida nimalarni bilasiz?
13. SMM ning asosiy vazifalarini yoriting?.
14. Tadbirkor uchun internet imkoniyatlari.(aniq misollar yordamida yoriting).
15. Internet auditoriyasini tahlil qiling ?
16. Internetda biznesning rivojlanishiga to’siqlar va imkoniyatlarni solishtiring?
17. Internet biznesda "foydalanuvchi tajribasi" (UX) va "foydalanuvchi interfeysi" (UI) nima uchun muhim?
18. Internet biznesda marketing imkoniyatlarini tahlil qiling ?
19. Internet biznes menejmentida mijozlar ehtiyojlarini tahlil qilishning samarali usullari qanday?
20. Internet biznesning xalqaro bozorlarga kirib borishidagi asosiy qiyinchiliklar va ularni yengib o‘tish strategiyalarini tahlil qiling.
21. Mobil ilovalar va veb-platformalar orqali biznesni boshqarishning afzalliklari va kamchiliklarini tahlil qiling.
22. Internet kompaniyalarida biznes reja ishlab chiqish va uni ananaviy biznes rejadan farqi?
23. Elektron tijoratda yetkazib berish zanjiri menejmentining o‘ziga xos jihatlarini izohlang.
24. Reklama strategiyasida mahsulotni joylashtirish nimani anglatadi?
25. O’zbekistonda internetdan foydalanuvchilarni tahlil qiling?
26. Sayt auditoriyasi va uni turlari.
27. Internet biznesda mijoz ma’lumotlarini himoya qilish uchun qanday choralarni ko‘rish kerak?
28. Kriptovalyuta va blokcheyn tushunchalarini misollar bilan tushuntirib bering?
29. SMM-ijtimoiy media marketing, Ijtimoiy tarmoqlar rivojiga ta’sirini tahlil qiling?
30. Internet biznes kelajagi va imkoniyatlarini aniq misollar yordamida yoritib bering?
31. Sun’iy intellekt.Afzallik va kamchiliklarini tahlil qiling?
32. Lokal tarmoq tushunchasi, tarmoq strukturasi va tarmoq resurslaridan foydalanish.
33. Internet biznesda logistika va uni tendensiyalari.
34. Internetda biznesning rivojlanishiga to’siqlar va imkoniyatlarni solishtiring?
35. Dunyo bo’ylab internet foydalanuvchilarini tahlil qiling ?
36. Internetda Reklama faoliyatining axloqiy tamoyillari va ularni nazorat qilish.
37. Sun’iy intellect bu imkoniyat yoki xavf –xatar.(aniq misollar yordamida yoriting)
38. Internetda biznesni SWOT tahlil qiling?
39. SMM-ijtimoiy media marketing, Ijtimoiy tarmoqlar rivojiga ta’siri.
40. O’zbekistonda va xorijda raqamli iqtisodiyot va elektron biznesni rivojlantirish xususiyatlari.
41. Elektron tijorat uchun to'lov tizimlari.
42. Elektron pochta marketing va uni xususiyatlari.
43. SMM-ijtimoiy media marketing, Ijtimoiy tarmoqlar rivojiga ta’siri.
44. Xorijiy va O’zbekistondagi elektron tijorat kompaniyalarini solishtiring?
45. Saytni reklama qilish usullarini batafsil yoriting?
46. Elektron tijorat texnologiyalarini joriy etish xususiyatlari.Elektron tijorat samaradorligi.
47. Internet-biznesda yangi mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqish va joriy etish jarayonining asosiy bosqichlari qanday?
48. Elektron tijorat xavfsizligi, kiberxujumlar va ularni bartaraf qilish yo’llari.
49. Elektron biznesni tashkil etish va rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari.
50. Elektron pullar va ularni paydo bo’lish zaruriyati.
51. Brend, tovar belgisi, logotip tushunchasi. Brend shakllanishining asosiy bosqichlari.
52. Elektron biznesni rivojlantirishda sun’iy intellektning o‘rni. Transmilliy va mintaqaviy kompaniyalar misolida.
53. Merechendayzing va uning vazifalarini misollar bilan tushuntiring?
54. Brend paydo bo’lishi tarixi va rivojlanitirish yo’llari.
55. Elektron tijoratning geografik tuzilishini tavsiflang. O’zbekiston global axborot makonida qanday o'rinni egallaydi?
56. Maqsadli auditoriyani aniqlash va uni Internetda izlash metodikasi.
57. Elektron tijorat (B2A, B2G, C2A, C2G segmentlari) nuqtai nazaridan biznes va fuqarolar hukumat bilan qanday hamkorlik qiladi?
58. Elektron tijorat tizimining infratuzilmasi deganda nimani tushunasiz?
59. Jahonda internet-marketingning rivojlanish bosqichlari.
60. Kriptovalyuta va blokcheyn tushunchalari.
61. B2B elektron tijorat segmenti kontseptsiyasiga nimalar kiradi, uning O’zbekistonda rivojlanish istiqbollari qanday?
62. Kontent marketing nima va uning internet biznesda ahamiyati qanday?
63. Nima uchun iste'molchi tendentsiyalarini tahlil qilish juda muhim?
64. E-biznes va E- tijorat o’rtasidagi farqlarni keltiring?
65. C2C sektorini tavsiflang. Uning xususiyati nimada?
66. Internetda maqsadli auditoriyasini shakllantirish va tahlil qilish usullari.
67. Biznesda raqobat deganda, bu nimani anglatadi?
68. E-mail marketingning asosiy afzalliklari va kamchiliklarini izohlang.
69. Internet marketing strategiyasini ishlab chiqishda qaysi asosiy tamoyillarga e’tibor berish kerak?
70. Internet marketingda mijozlarni segmentatsiyalash qanday amalga oshiriladi?
71. Kompaniya veb-saytiga tashrif buyuruvchilarni jalb qilish usullari.
72. Elektron tijoratda raqobatchilar marketing strategiyalarini tahlil qilib, ularning kuchli va zaif tomonlarini aniqlang.
73. Raqamli marketing vositalaridan foydalanishning mijozlarning xarid qilish qarorlariga ta’sirini izohlang.
74. Internet tarmog'ida intellektual mulkni huquqiy tartibga solish muammosining dolzarbligi nimada?
75. Internet do‘konlarda mijoz tajribasini yaxshilash uchun personalizatsiya qanchalik muhim va bu qanday amalga oshiriladi?
76. Google Analytics’dan foydalanib, veb-saytning marketing samaradorligini qanday tahlil qilish mumkin?
77. Kompaniyada yangi mahsulot chiqarilgan bo‘lsa, uni targ‘ib qilish uchun Google Ads reklama kampaniyasini qanday tashkil qilash mumkin?
78. O’zbekistonda elektron biznesning rivojlanish bosqichlari.
79. Mahsulotni joylashtirish nima va undan qanday foydalaniladi?
80. Elektron tijoratning geografik tuzilishini tavsiflang. O’zbekiston global axborot makonida qanday o'rinni egallaydi?
81. Bozorda tovarlarni ilgari surish vositasi sifatida reklamaning xususiyatlari, uning asosiy turlari.
82. B2B elektron tijorat segmenti kontseptsiyasiga nimalar kiradi, uning O’zbekistonda rivojlanish istiqbollari qanday?
83. An'anaviy biznes modellari bilan solishtirganda onlayn biznesni yuritishning asosiy afzalliklari va qiyinchiliklari qanday?
84. Onlayn biznes strategiyasini shakllantirishda qanday asosiy jihatlar e'tiborga olinishi kerak?
85. Onlayn biznes muvaffaqiyatini baholash uchun qanday ma'lumotlarni tahlil qilish usullari va ishlash ko'rsatkichlari qo'llaniladi?
86. Kontent marketingi, ijtimoiy media va SEO kabi onlayn biznes uchun qanday marketing strategiyalari eng samarali hisoblanadi?
87. Onlayn biznesda mijozlarni ushlab turishga qanday omillar ta'sir qiladi va sodiqlikni oshirish uchun qanday usullar qo'llaniladi?
88. Qanday texnologik vositalar va echimlar sizning onlayn biznesingizni, jumladan CMS, CRM va elektron tijoratni boshqarishga yordam beradi?
89. Onlayn biznes samaradorligini oshirish uchun qanday jarayonlarni optimallashtirish va avtomatlashtirish usullari qo'llaniladi?
90. Qanday xavf va tahdidlar onlayn biznesni yuritish bilan bog'liq, jumladan kiberxavfsizlik va ma'lumotlarni himoya qilish?
91. Qanday tendentsiyalar va innovatsiyalar onlayn biznesning kelajagiga ta'sir qilishi kutilmoqda va ularga tayyorgarlik ko'rish uchun qanday strategiyalarni qo'llash mumkin?
92. Internet-biznes menejeri onlayn loyihalarni muvaffaqiyatli boshqarish uchun qanday asosiy ko'nikmalar va malakalarga ega bo'lishi kerak?
93. Mijozlar shikoyatlarini boshqarish orqali savdo va yetkazib berish sifatini qanday yaxshilash mumkin?
94. Zamonaviy elektron savdo platformalarining an’anaviy savdo tizimlaridan ustunliklari va kamchiliklarini tahlil qiling.
95. Yetkazib berish jarayonida logistika muammolarining oldini olish usullarini tahlil qiling.
96. Global yetkazib berish zanjiri va uning mahalliy yetkazib berish tizimidan farqlari qanday?
97. Korxonalarda CRM tizimlari (Customer Relationship Management) muloqot jarayonida qanday qo‘llaniladi?
98. Raqamli aloqa vositalaridan foydalanishda xavfsizlik muammolari va ularni bartaraf etish usullarini izohlang.
99. Korxonalarda muloqotni avtomatlashtirishning ijobiy va salbiy jihatlarini tahlil qiling.
100. Elektron pochta orqali korporativ muloqotni samarali boshqarish uchun qanday tamoyillarga amal qilish kerak?