

SUHBAT JARAYONIDA BERILADIGAN NAMUNAVIY SAVOLLAR TO'PLAMI

ELEKTRON TIJORAT TA'LIM YO'NALISHI

I. Mamlakatda elektron tijoratga oid amalga oshirilayotgan islohotlarning mohiyati va ahamiyatini tushunish.

1. Elektron tijorat tushunchasi
2. Elektron tijoratning O'zbekistondagi o'rni va ahamiyati.
3. O'zbekistonda elektron tijoratning huquqiy asoslari
4. Elektron to'lovlarning turlari (Payme, Click, Upay, Zoomrad)
5. Elektron tijoratda marketing
6. Elektron tijorat va an'anaviy tijorat o'rtasidagi farq
7. Elektron pochta xizmati
8. Elektron hukumat tushunchasi
9. Internet orkali ma'lumotlarni tarqatish
10. Internet auditoriyasi nima?
11. Tadbirkor uchun internet imkoniyatlari nimalardan iborat
12. O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat" to'g'risidagi qonunning mazmun va mohiyati
13. O'zbekiston Respublikasining "To'lovlar va to'lov tizimlari to'g'risida"gi qonunining qabul qilinishi
14. Elektron tijoratda veb-saytlarning o'rni va ahamiyati
15. Elektron tijoratda internet do'konlarning ahamiyati
16. Elektron tijoratda reklamaning o'rni
17. Elektron tijoratda mobil' ilovalardan foydalanishning o'rni va zarurati nimalardan iborat
18. Elektron tijorat va elektron biznes tushunchalarini izohlang
19. Elektron tijoratni amalga oshirish orqali tadbirkorlarga yaratilgan shart-sharoitlar
20. Tadbirkor uchun internet imkoniyatlari
21. Elektron to'lovlar va an'anaviy to'lovlar farqi
22. Internet imkoniyatlarining taraqqiyoti
23. Elektron tijoratda ijtimoiy kanallardan foydalanish kichik biznes va yakka tadbirkorlar uchun muhim ahamiyati.
24. Elektron tijoratda tadbirkorlarga mijozlarni jalb etish, ular bilan muloqot qilish imkoniyatlari
25. Elektron pullar va ularning vazifalari

II. Bakalavriat ta'lim yo'nalishini tanlashda motivasiya (soha kasbining mohiyati va ijtimoiy ahamiyatini tushunish, unga doimiy qiziqish ko'rsatish):

1. Elektron tijoratning vujudga kelishi. Ularning turlari, ahamiyati va elektron biznesda tutgan o'rni

2. E-hujjatlar va ularning aylanishi.
3. E-hujjat klassifikatsiyasi haqida umumiy tushuncha.

Klassifikatsiyaga bo'lgan talab.

4. Elektron raqamli imzo. E-imzoga qo'yiladigan asosiy talab va qoidalar
5. An'anaviy biznesni raqamlashtirishga bo'lgan talab
6. E-marketingning yaratilish tarixi.
7. Internet do'konlarda foydalanuvchilar rollari va huquqlari
8. Veb saytlarni yaratish bosqichlari
9. Veb saytlarda resurslar bilan ishlash
10. Internetda ma'lumotlar bazasi bilan ishlash
11. Ma'lumot almashish protokollari va xizmatlari
12. Elektron do'konlarda axborot qidiruvi
13. Elektron do'konlar uchun dasturiy ta'minotlar
14. Elektron do'kon yaratish jarayonlari va ularga qo'yiladigan talablar

III. Shaxsiy-kasbiy xususiyatlar (o'qishga qobiliyat, kasbiy vazifalarni hal qilishda amaliy faoliyat, intizomlilik, hamjihatlik, mas'uliyatlilik, qaror qabul qilishda mustaqillik darajasi, shaxsiy yutuqlar mavjudligi, shuningdek, o'z ustida ishlash va ijodkorlik qobiliyatlari);

1. Elektron tijorat fanining predmeti va vazifalari
2. Elektron tijoratning mazmuni va asosiy tushunchalari. Elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari
3. Elektron tijorat faoliyatini boshqarish
4. Elektron tijorat faoliyatini normallashtirish va mehnatni ilmiy asosda tashkil etish.
5. Elektron tijorat infrastrukturasi tashkiliy tuzilishi, segment turlari
6. Internet foydalanuvchilari statistikasi.
7. Elektron tijorat faoliyatini rejalashtirish.
8. Elektron tijorat faoliyatida uslubiy ishlar
9. Elektron tijoratning asosiy jarayonlari
10. Elektron tijorat faoliyatini boshqarishda motivatsiya
11. Elektron tijorat faoliyatini boshqarish tamoyillari
12. Elektron tijorat faoliyatini boshqarish funksiyalari
13. Elektron tijorat faoliyatini boshqarish shakllari va usullari
14. Elektron tijorat faoliyatini boshqarishning ijtimoiy-psixologik asoslari.

IV. Tanlangan bakalavriat ta'lim yo'nalishi sohasidagi bilim va kasbiy ko'nikmalarning mavjudligi:

1. O'quvchilarning internet ma'lumotlarini tahlil qilish usullari

2. Internetda axborot qidiruvi tushunchasi va rivojlanish tarixi
3. Veb saytda axborot qidiruvi asoslari
4. Veb saytlarda axborot qidiruvini tashkil etish
5. Avtomatlashtirilgan tijorat tizimlarini yaratish bosqichlari
6. Elektron tijorat tizimlari xarakteristikasi
7. Elektron tijorat tizimlari klassifikatsiyasi.
8. Veb vitrinalar va ulardan foydalanish
9. INTERNET tarmog'ida e-hujjatlarni aylantirish
10. E-hujjat tushunchasi, kelib chiqishi
11. E-hujjatning vazifalari va tayanch belgilari.
12. E-imzoning paydo bo'lishi.
13. O'zbekistonda e-imzoning vazifalari va mazmuni.
14. E-hujjat tushunchasi va asosiy turlari.
15. E-reklama haqida umumiy tushuncha, uni tashkil etish va yo'lga qo'yish
16. Kreativ va kontekstli reklama tushunchasi va ularning ahamiyati
17. Elektron tijoratda axborot bilan ta'minlash jarayonlari va ularni boshqarish.