**“Iqtisodiyot” kafedrasi uslubiy seminarida ko‘rib chiqilgan. Bayon № 6a “12” \_\_\_01\_\_2023 y**

**“T A S D I Q L A Y M A N”**

**“Iqtisodiyot” kafedrasi mudiri**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ E.A.Muminova**

**“\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022 yil**

**“Marketing” fanidan**

**yakuniy nazorati savollari**

1. **Marketing va uni rivojlanishining asosiy bosqichlari.**

*Tayanch iboralar: marketing, uning rivojlanish bosqichlari, marketing tamoyillari va funktsiyalari*

1. **Strategik marketing.**

*Tayanch iboralar: marketing strategiyasi, strategiya turlari, strategiyaning zamonaviy ko’rinishlari, marketing strategiyasida o’sish variantlari,*

1. **Komunikatsiya siyosati.**

*Tayanch iboralar: komunikatsiya siyosatining mohiyati, mazmuni va maqsadlari, reklama haqida tushuncha, reklama tarqatish usullari*

1. **Tovar taqsimoti.**

*Tayanch iboralar: tovar, tovar taqsimoti to’g’risida tushuncha, tovar taqsimotini shakllantirish usullari, tovar taqsimoti kanallari, distibyuter, dillerlar va brokerlar*

1. **Marketing strategiyasi turlari.**

*Tayanch iboralar: Ommaviy, yo’naltiruvchi, differentsial marketing strategiyalari.*

1. **Bozor segmentatsiyasi.**

*Tayanch iboralar: maqsadli bozorni tanlash, segmantatsiyalash mezonlari, segmentatsiyalash yo’nalishlari va usullari*

1. **Marketing faoliyatini axborot bilan ta’minlash.**

*Tayanch iboralar: axborot tushunchasi, marketing axboroti va uni to’plash, marketing tadqiqotlari va uni amalga oshirsh bosqichlari.*

1. **Narx va narx siyosati.**

*Tayanch iboralar: narxlashtirish mohiyati va maqsadlari, narxlashtirishda xarajatlar va talab, narx belgilash usullari*

1. **Tovar va tovar siyosati.**

*Tayanch iboralar: tovar haqida tushuncha, xaridor tomonidan tovarga qo’yiladigan asosiy talablar, tovarni yashash davri kontseptsiyasi*

1. **Sotish siyosati.**

*Tayanch iboralar: sotish siyosati tushunchas, sotishni rag’batlantirish mazmuni, ulgurji va chakana savdo.*

1. **Marketing faoliyatini axborot bilan ta’minlash.**

*Tayanch iboralar: axborot tushunchasi, marketing axboroti va uni to’plash, marketing axborot tizimini tashkil qilish, birlamchi va ikkilamchi ma’lumotlar*

1. **Tovar va tovar siyosati.**

*Tayanch iboralar: tovar haqida tushuncha, xaridor tomonidan tavarga qo’yiladigan asosiy talab, tovar dizayni*

1. **Marketing va uni rivojlanishining asosiy bosqichlari.**

*Tayanch iboralar: marketing, uning rivojlanish bosqichlari, marketing kontseptsiyasi va uning turlari.*

1. **Tovar siyosati.**

*Tayanch iboralar: tovar tushunchasi, tovar siyosati turlari, tovar dizayni.*

1. **Narx belgilash maqsadlari.**

*Tayanch iboralar: Narx tushunchasi, maqsadlar va narx belgilash usullari.*

1. **Strategiyada iqtisodiy o’sish.**

*Tayanch iboralar: Iqtisodiy o’sish tushunchasi,o’sish turlari.*

1. **Marketing strategiyasi turlari.**

*Tayanch iboralar: ommaviy, yo’naltiruvchi, differentsial marketing strategiyalari.*

1. **Narx belgilash maqsadlari.**

*Tayanch iboralar: Narx tushunchasi, maqsadlar va narx belgilash usullari.*

1. **Marketing kompleksi (4P)**

*Tayanch iboralar: marketing kompleksi mazmuni va uni shakllantirish.*

1. **Vertikal marketing tizimi tushunchasi.**

*Tayanch iboralar: VMT ni tashkil etish ahamiyati, VMT turlari.*

1. **Marketing tadqiqotlari.**

*Tayanch iboralar: tadqiqotlar, tadqiqotlarni o’tkazish uslublari,birlamchi va ikkilamchi ma’lumotlar.*

1. **Marketing turlari va vazifalari.**

*Tayanch iboralar: marketingni tamoyillari, remarketing, demarketing, rivojlanuvchi marketing va boshqa marketing turlari,ularning xususiyatlari.*

1. **Strategiyada iqtisodiy rivojlanish.**

*Tayanch iboralar: iqtisodiy rivojlanish tushunchasi, rivojlanish variantlari.*

**25.** **Elektron tijorat tizimi.**

*Tayanch iboralar:elektron tijorat tizimi tushunchasi, raqamli iqtisodiyot,elektron tijorat tizimi shakllari, elektron tijorat tizimini davlat tomonidan tartibga solinishi.*

**26.Marketingda reklama**

*Tayanch iboralar: reklama tushunchasi, uning tarixi, reklamani tarqatish vositalari.*

**27.** **Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari**

*Tayanch iboralar:marketingni vujudga kelishi, uning rivojlanish bosqichlari,marketing kontseptsiyalari.*

**28. Marketingni asosiy funktsiyalari**

*Tayanch iboralar:marketing tushunchasi, uning tamoyillari, tashkiliy-tahliliy, ishlab chiqarish, sotish va nazorat funktsiyasi.*

**29.Tovarni yashash davri kontseptsiyasi**

*Tayanch iboralar: tovarni hayot tsikli, hayot tsiklida qo’llaniladigan marketing elementlari,tovarni takomillashtirish*

**30.Zamonaviy marketing turlari**

*Tayanch iboralar: marketing tushunchasi, uning ahamiyati, marketingni zamonaviy turlari.*

**31.Mahsulotga narx belgilash**

*Tayanch iboralar: narx tushunchasi, narx turlari, narx vazifalari, narx belgilash usullari.*

**32. Marketingni ijtimoiy-ahloqiy kontseptsiyasi**

*Tayanch iboralar: marketingni moxiyati, marketing kontseptsiyasi tushunchasi,ijtimoiy-ahloqiy kontseptsiyaning mazmuni*

**33.Marketing evolyutsiyasi**

*Tayanch iboralar: marketing tushunchasi, uning rivojlanish tarixi, tamoyillari va vazifalari.*

**34. Marketingda boshqarish tushunchasi**

*Tayanch iboralar: marketingda boshqarish tushunchasi, boshqarishning tarkibiy qismlari, marketing majmuasi*

**35. Marketingni ishlab chiqarish va sotish kontseptsiyasi**

*Tayanch iboralar:marketingni ahamiyati, ishlab chiqarish va sotish kontseptsiyalarining mazmuni va ularning ahamiyati*

**36. Marketingni raqamlashtirish**

*Tayanch iboralar: raqamli iqtisodiyot, marketingni raqamlashtirish ahamiyati, elektron tijorat tizimi va uning shakllari*

**37.** **Marketing tadqiqotlari va axborotlar tizimi**

*Tayanch iboralar: marketingda axborotlarning ahamiyati, marketing tadqiqotlari tushunchasi va ularning o’tkazish bosqichlari*

**38.** **Marketingda bozor segmentatsiyasi**

*Tayanch iboralar:segmentatsiya tushunchasi,segmentatsiya maqsadi va vazifalari, uning ahamiyati, mezonlari.*

**39.** **Marketingda tovar siyosati.**

*Tayanch iboralar:tovar tushunchasi va uning turlari,tovar siyosati va uning turlari.*

**40.****Marketingda kommunikatsiya siyosati***.*

Tayanch iboralar: kommunikatsiya tushunchasi, maqsadi, vazifasi, uning elementlari

**41. Strategik marketingni o’rni va ahamiyati**

*Tayanch iboralar: strategiya tushunchasi, uning turlari, strategiyani ishlab chiqish bosqichlari.*

**42.** **Marketingda SWOT tahlili**

*Tayanch iboralar: marketing tadqiqotlari tushunchasi, tadqiqot bosqichlari,* *SWOT tahlilini amalga oshirish ahamiyati.*

**43. Marketingda internetdan foydalanish imkoniyatlari**

*Tayanch iboralar: internet asosiy reklama vositasi sifati. Brending va internet. Internet reklamaning asosiy muammolari. Internet reklamadan foydalanishning o’ziga xos xususiyatlari. Google va Yandeks qidiruv tizimlari va reklamalardan ulardan samarali foydalanish*.

**44.** **Marketingda ijtimoiy tizimlar**

*Tayanch iboralar:ijtimoiy tizimlarning ahamiyati,Telegramm, Odnokllasniki, Tvitter,Facebook/*

**Tuzuvchi: Davlyatova G**

**Savollar etarli emas. Bir birini takrorlovchi savollar mavjud. Bitta savol qaytarilyapti.**