

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

NAMANGAN MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI

“TASDIQLAYMAN”

O'quv-uslubiy boshqarma boshlig'i



M.Bekmirzayev

22

2024 yil

IQTISODIYOT FAKULTETI

“MARKETING” KAFEDRASI

**(SIRTQI) 5230400-“MARKETING”(tarmoqlar va sohalar bo'yicha) sirtqi
ta'lim yo'nalishi**

**bitiruvchi kurs talabalari uchun mutaxassislik fanlaridan yakuniy davlat
attestatsiyasi**

SAVOLLAR TO'PLAMI

Namangan – 2024

“MARKETING” fanidan savollar

1. Marketing maqsadlariga nimalar kiradi?
2. Korxonaning marketing bo'yicha yondoshuvida asosiy e'tibor nimalarga qaratiladi?
3. Rag'batlantiruvchi marketingning vazifasi nimadan iborat?
4. Marketingning asosiy qoidasi nima?
5. Demarketingning maqsadi nimadan iborat?
6. Marketing qanday tizimni ifodalaydi?
7. Rivojlanuvchi marketingning vazifasi nimadan iborat?
8. Intensiv o'sishning mohiyati nimadan iborat?
9. O'sish imkoniyatlarining asosiy yo'nalishlari nimadan iborat?
10. Marketing kompleksi elementlariga nimalar kiradi?
11. Sotuvchi bozori nima?
12. Ayirboshlash nima?
13. Firma bozorga qanday ta'sir etishi mumkin?
14. Marketing-miks modelining qanday turlarini bilasiz?
15. Marketing kompleksi nima?
16. Marketing g'oyasi nima?
17. Remarketing qachon qo'llaniladi?
18. Konversion marketingning maqsadi nimadan iborat?
19. Bozor nima?
20. Bozorning qanday turlari mavjud?
21. Ehtiyoj nima?
22. Muhtojlik nima?
23. Raqobat nima?
24. Talab nima?
25. Bozordagi talabning qay darajaligiga qarab, unga mos marketing turlari qancha?
26. Raqobatning qanday turlari mavjud?
27. Raqobat kurashining qanday turlari mavjud?
28. Kon'yunktura nima?
29. Raqobat qanday klassifikatsiyalanadi?
30. Raqobatchilikning qanday strategiyalarini bilasiz?
31. Ta'sir etish usullari bo'yicha raqobatning qanday turlari mavjud?
32. Xarajatlar yo'nalishi bo'yicha raqobatning qanday turlari mavjud?
33. Kengaytirilgan raqobat kontseptsiyasi kim tamonidan ishlab chiqilgan?
34. Raqobat strategiyalari turlari?
35. Monopoliya deb nimaga aytiladi?
36. Oligopoliya deb nimaga aytiladi?
37. Qaysi raqobat modelida firmalar soni bitta bo'ladi?
38. Asosiy raqobatchi qanday tarzda aniqlanadi?
39. Kengaytirilgan raqobat kontseptsiyasi nechanchi yil ishlab chiqilgan?
40. Nima uchun bozorda asosiy raqobatchini aniqlash kerak?
41. Qaysi raqobat modelida narx ustidan nazorat yo'q?
42. Sof raqobat deb nimaga aytiladi?
43. Raqobatning qanday vazifalarini bilasiz?
44. Ijtimoiy-axloqiy marketingning maqsadi nima?
45. Ijtimoiy-axloqiy Marketing bozor ishtirokchilaridan Marketing siyosati doirasida qanday uch omilni o'zaro bog'liklikda qarashni talab etadi?
46. Korxonalar marketing faoliyatlarida qanday kontseptsiyalar asosida ish yuritishadi?
47. Iste'mol tovarlari bozori nimadan tarkib topgan?
48. Iste'molchilar faqat yuqori sifatli tovarlarni sotib olish shartlariga mo'ljallangan strategiya qaysi marketing kontseptsiyasiga mos keladi?

49. Mahsulot qimmatdorligini yaratish zanjirining asoschisi kim?
50. Istemolchi uchun tovar qimmatdorligini aniqlash qanday amalga oshiriladi?
51. Qondirilganlik darajasiga ko'ra ehtiyojlar qanday turlarga bo'linadi?
52. Ikkilamchi ehtiyojlar tarkibiga qanday ehtiyojlarni kiritish mumkin?
53. Ishbilarmonlik maqsadida tovar sotib olish xaridorlarning qaysi turiga mansub?
54. Xaridorlik atvoriga ta'sir etuvchi omillarga nimalar kiradi?
55. Ehtiyojlarni qondirish shakli bo'yicha raqobatni qanday turlarini bilasiz?
56. SWOT tahlil deganda nimani tushunasiz?
57. Iste'molchini tahlil etish qanday tarkibiy qismlardan iborat?
58. Motivatsiya deganda nimani tushinasiz?
59. Iste'molchilarni jalb etish va ushlab turishda kompaniyalar nimaga e'tibor berishlari lozim?
60. Iste'molchilarni jalb etishda qo'llaniladigan usullar?
61. Qimmatdorlikni yaratish zanjirining yordamchi faoliyat turlariga nimalar kiradi?
62. Qimmatdorlikni yaratish zanjiri asosiy bo'g'inlariga nimalar kiradi?
63. Ikkilamchi marketing axboroti qanday turlarga bo'linadi?
64. Marketing tadqiqotlari o'tkazishda axborotlar qanday yordamchi tizimlar yordamida yig'iladi va taxlil qilinadi?
65. Marketing axboroti nima?
66. Birlamchi axborotlarni to'plash usullariga nimalar kiradi?
67. Marketing axborotlarini taxlil etish tizimiga nimalar kiradi?
68. Marketing axborot tizimi qanday turlarga bo'linadi?
69. Ichki ikkilamchi axborot manbalariga nimalar kiradi?
70. Qanday marketing axborotlarini yig'ish uslublarini bilasiz?
71. Tashqi ikkilamchi axborotlar qanday turlarga bo'linadi?
72. Foydalaniladigan axborotlar tartibi, uni olish usullari hamda o'tkazish uslublari jixatidan marketing tadqiqotlari qanday turlarga bo'linadi?
73. Makromuhitning asosiy omillariga nimalar kiradi?
74. Marketingni holatli tahlili deganda nimani tushunasiz?
75. Qaysi baholash usulida ob'yektiv ma'lumotga emas, balki ekspertlar mulohazasiga menejer yoki Iste'molchi fikriga asoslanadi?
76. Marketing tadqiqoti vositalariga nimalar kiradi?
77. Kompaniya iqtisodiy Marketing muhitini o'rganishda qanday asosiy mezonlarga e'tibor qaratadi?
78. Kompaniyaning Marketing mutaxassislari tomonidan Marketing muhitini o'rganishda qanday omillar tadqiq etiladi?
79. Marketingni boshqarish tushunchasining mohiyati nimadan iborat?
80. Madaniy jihatdagi omillarda nimalar hisobga olinadi?
81. Siyosiy muhitni o'rganishda qanday omillar hisobga olinadi?
82. Dala tadqiqotlari – bu?
83. Kabinet tadqiqotining maqsadi nimadan iborat?
84. Anketa so'rov usulida qanday shaklli savollardan foydalaniladi?
85. So'rov-marketingni dastlabki axborotni to'plash uslubi sifatida?
86. Turli xil ma'lumotnomalar va statistik adabiyotlarni o'rganish bozorni tadqiq qilishni qaysi turiga kiradi?
87. Korxonaning marketing muhiti bo'lib nima hisoblanadi?
88. Mikromuhit tushunchasi nimani ifodalaydi?
89. Segmentlashtirish qanday bosqichlardan iborat?
90. Bozor segmentatsiyasi nima?
91. Bozor segmentlashda demografik omillarga nimalar kiradi?
92. Makromuhitga qanday omillar kiradi?
93. Marketing muhitini qanday darajalari ajratiladi?
94. Makromuhit deganda nimani tushunasiz?

95. Mikromuhit omili o'zida nimalarni mujassamlashtiradi?
96. Maqsadli marketing qanday chora-tadbirlarni o'tkazishni ko'zda tutadi?
97. Bitta segmentga mo'ljallangan tovar taqsimlashda qanday chora ko'riladi?
98. Marketingning madaniy omili?
99. Marketingni vujudga kelishi
100. Marketing kommunikatsiyasi vositalari

“Marketing tadqiqotlari” fanidan

1. Marketing tadqiqotlari tushunchasi nima?
2. Bozorda marketing tadqiqotlarini o'tkazish deganda nimani tushunasiz?
3. Raqamli marketing tushunchasi nimani anglatadi?
4. Marketing tadqiqotlarini yuqori darajada tashkil etish?
5. Marketing tadqiqotlarining vazifalari nimalardan iborat?
6. Marketingda iste'molchilar deganda tushuniladi?
7. Marketingning asosiy vazifalari nimalardan iborat?
8. Nima uchun marketing bo'yicha mutaxassis bozorni segmentlaydi?
9. Mahsulotni xaridorlarga etkazish deganda nimani tushunasiz?
10. Korxonada uchun marketingning qanday funksiyalari mavjud?
11. Marketing maqsadlarini tariflash nima?
12. Xaridor bozori qanday holatda bozordagi vaziyatni boshqaradi?
13. Marketingning asosiy vositalari bu?
14. Marketing tadqiqotlarini o'tkazishda umumiy bosqichlar tavsifi nimalardan iborat?
15. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish zaruriyati uchun nimaga etiborni kuchaytirish kerak?
16. Marketing tadqiqotlarini o'tkazishda ehtiyojlar qanday aniqlanadi?
17. Muammoni aniqlash bosqichlari nimalardan iborat?
18. Marketing tadqiqotlarida qaysi raqobat darajalari dolzarb hisoblanadi?
19. Mahsulot raqobatbardoshligi va marketing faoliyati samaradorligi qiyoslanadigan atribut tushunchasi nimadan iborat?
20. Segmentlash jarayonida biror–bir sabablarga ko'ra ishlab chiqaruvchilar mensimaydigan bozorning alohida qismlari topilishi nima deb nomlanadi?
21. Bozorda tovarning joylashtirishning asosiy maqsadi nimada?
22. Marketing faoliyatiga nimalar kirmaydi?
23. Muammoni mantiqan yo'naltirish modeli uslubi nimalardan iborat?
24. Marketing tadqiqotlarini shakllantirish maqsadlari nimalardan iborat?
25. “Asosiy imkoniyat” tushunchasi nima?
26. Tarmoqda katta bozor ulushiga ega bo'lgan tashkilot qanday nomlanadi?
27. Marketing axborotlar tizimi bu?
28. Bozor tadqiqotlarida yuzaga keluvchi qanday o'ziga xos xatolarni bilasiz?
29. Marketing tadqiqotlarida sotish tizimini o'rganish nima?
30. Bozorning klassik yoki demografik segmentlanishi qaysi mezonlar guruhi asosida ajratiladi?
31. Marketing tadqiqotlarini o'tkazishning asosiy yo'nalishlari bu?
32. Marketing tadqiqotlarida ijtimoiy uslub nima?
33. Marketing tadqiqotlarini o'tkazishning asosiy yo'nalishlari maqsadi?
34. Marketingni o'zaro aloqaviy kontseptsiyalarining asosiy g'oyasi bu?
35. Marketing tadqiqotlarida sotish tizimini tushuntiring?
36. Bozorda iste'molchilarning xatti-harakatlarini qaysi omillar guruhi bilan aniqlanadi?
37. Qanday holda maqsadli bozorga kirib borishda ommaviy qamrab olish strategiyasini qo'llash maqsadga muvofiq emas?
38. Bozor segmentatsiyai deb nomlanadi:?
39. Marketing maqsadlarini tariflashdan avval nima qilish zarur?
40. Kim bozor tadqiqotlari ijrochisi rolini bajaradi?
41. To'lovga layoqatli talab darajasi yoki iste'molchining ehtiyojini to'liq qondirish?

42. Ideal bozor segmenti qanday asosiy tavsiflarga ega?
43. "Bozor ulushi" degan atama nima bilan bog'liq?
44. Bozorda tovarning joylashtirishning asosiy maqsadi nimada?
45. Bozor segmentatsiyasining qaysi mezonlari ko'p ishlatiladi?
46. Ishlab chiqarish tovarlari iste'molchilarini segmentlash uchun yanada muhim mezon hisoblanadi?
47. Bozorni segmentlashning qaysi belgilari psixografik mezonlarni o'z ichiga oladi?
48. Muloqot doiralari bu?
49. Bozor nima maqsadda o'rganiladi:?
50. Iste'molchilarning keng tarqalgan va narxi qulay bo'lgan tovar(xizmat)larga yaxshi munosabatda bo'lishi bu marketing kontseptsiyasini amalga oshirish asosidir?
51. Siz iste'molchilarni o'rganishning nechta muhim yo'nalish ajratishingiz mumkin?
52. Bozorni mahsulot ko'rsatkichlari bo'yicha segmentlash qachon foydalaniladi?
53. Xaridorlar boshqa mahsulotlardan foydalanishlari mumkinligidan iborat bo'lgan tarmoqda raqobat kuchini belgilovchi omillardan biri qanday nomlanadi?
54. Marketing tadqiqotlarini maqsadi?
55. Iyerarxik ehtiyoj tizimi asosida motivatsiyalash nazariyasining muallifi kim?
56. A'zolari umumiy qadriyatlar, qiziqish va xulq-atvorga ega bo'lgan nisbiy tartiblashtirilgan va barqaror ijtimoiy guruh qanday nomlanadi?
57. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish zaruriyati uchun nimaga etiborni kuchaytirish kerak?
58. Psixologik omillar tarkibiga nima kiradi?
59. MARKETING axborot tizimi - bu?
60. Axborot manbalariga nimalar kiradi?
61. Marketing axboroti tizimining mohiyati?
62. Marketing axborot tizimi amal qilishi uchun tashkil etilishi lozim bo'lgan asosiy jarayonlar ro'yxati, nimalardan iborat?
63. Bir turda o'tkazilgan ekspert so'rovlari necha guruhga bo'linadi?
64. Firmangiz uchun iste'molchilar orasida anketa so'rovini o'tkazish dolzarbligini sababi nima?
65. Anketalardagi savollar qanday shaklda bo'ladi?
66. Marketing bo'yicha mutaxassislar bozor tadqiqotlarining qanday kabinetdan tashqari usullarini qo'llaydilar?
67. Marketingli kuzatish (razvedka) nima?
68. Tovarni sinovdan o'tkazish nimani nazarda tutadi?
69. Kerakli axborot qanday bo'lishi mumkin?
70. Qaysi ekspert baholash usullari, ekspertlar fikrlarining o'zaro ta'siri va muhokama ishtirokchilarining avval aytib o'tilgan nuqtai nazarni rad etishni xohlamasliklari kabi qator kamchiliklar bilan aziyat chekadi?
71. Marketing axborot tizimining faoliyat ko'rsatishidan maqsad?
72. Ichki hisobot tizimi qanday axborotlarni taqdim etadi?
73. An'anaviy OAVlarga nimalar kiradi?
74. Tovar raqobatbardoshligi bu?
75. Mahsulot raqobatbardoshligi va marketing faoliyati samaradorligi qiyoslanadigan atribut tushunchasi nimadan iborat?
76. Raqobat kurashida muvaffaqiyatning asosi sifatida marketologlar nimani tushunadilar?
77. Raqobatchilarning faoliyatini o'rganish uchun amalga oshiriladi?
78. Makromuhitning asosiy omillari quyidagilardan iborat?
79. Muayyan bozor yoki muayyan firma uchun tashqi muhitning "makro" omillariga nimalar kiradi?
80. Firmaning raqobatli ustunliklarini taminlashning asosiy yo'nalishlarini sanab o'ting?
81. Qaysi omillar firmaning savdolar hajmiga alohida ko'rsatkich sifatida ta'sir etishi mumkin?
82. Ma'lum toifadagi tovarlar markasining taniqliligi to'g'risida to'plangan malumotlari tahlilidan olingan axborotlar qaysi maqsadlarda foydalaniladi?

83. Bitta tovar guruhi ichida tovarlarning o'zaro almashuvchanligiga qanday omillar ta'sir etadi?
84. Qanday raqobatchi kuchlar korxonaning bozordagi holatiga ta'sir etishi mumkinligini ko'rsatuvchi raqobatbardoshlik modeli qanday nomlanadi?
85. Tarmoqning o'zida raqobat kurashini tavsiflovchi beshinchi guruh omillari qanday nomlanadi?
86. Tarmoqning o'zida raqobat kurashini tavsiflovchi to'rtinchi guruh omillari qanday nomlanadi?
87. Oligopoliya bozori nima bilan tavsiflanadi?
88. O'rindosh tovarlar hisoblanadi?
89. Marketingni o'zaro aloqaviy kontseptsiyalarining asosiy g'oyasi bu?
90. Iste'mol tovarlari bozori quyidagilardan iborat?
91. Modellar banki nima uchun zarur?
92. Bozor dinamikasi ko'rsatkichining normal qiymati qanday chegaralarda yotadi (Tm)?
93. Matematik usullar asosida bozorni bashoratlash qanday nomlanadi?
94. Sotuv hajmini bashorat qilishning retrospektiv tahlil bilan eng kam bog'liq bo'lgan usuli bu: ?
95. Qaysi mezon savdo hajmi o'zgarishiga omillar tasirini baholash uchun xizmat qiladi?
96. Vaqtinchalik qatorlar tahlili qanday qonuniyatlarni aniqlashga qaratilgan?
97. Qanday trendlar tenglamasini bilasiz?
98. Tovarlarini shaxsiy iste'moli uchun eng zarur segmentatsiya mezonlari?
99. Kommunikatsiya vositalaridan foydalanib axborotni iste'molchilar guruhiga etkazish qaysi kommunikatsion model uchun xarakterli?
100. PR-tadbirlar qanday masalalarni o'z ichiga oladi?

“Strategik marketing” fanidan

1. Individ shaxsning madaniy darajasiga asosan o'ziga xos shaklga kirgan muhtojlik nima deyiladi?
2. Ehtiyojlar ishlab chiqarish jarayoniga munosabati bo'yicha qanday turlarga bo'linadi?
3. Marketing strategiyasini amalga oshirishning birinchi bosqichi nima?
4. Bozor munosabatlarining tiklanish va shakllanish davrida tadbirkorlik tuzilishda ko'plab korxonalar qaysi strategiyani ushlab turdi?
5. Pozitsiyalashtirish strategiyasi nima?
6. Marketing bosimi nolga teng bo'lganda talab darajasi qanday bo'ladi?
7. Doimiy ehtiyojdagi asosiy tovarlarga nimalar kiradi?
8. Impulsiv tarzda sotib olinadigan tovarlarga quyidagilardan qaysi biri misol bo'la oladi?
9. Favqulotda vaziyatlar uchun xarid qilinadigan mahsulotlarga quyidagilardan qaysi biri kiradi?
10. Dastlabki tanlov asosida olinadigan tovarlarga quyidagilardan qaysi biri misol bo'la oladi?
11. Tovar hayotiylik davri necha bosqichdan iborat?
12. Tovarning bozorga kirib kelish davrida xaridorlar kimlar bo'ladi?
13. Tovarning pasayish bosqichida xaridorlar kimlar bo'ladi?
14. Tovar hayotiylik davrini bosqichlarini ko'rsating
15. Tovar hayotiylik davrining qaysi bosqichida mahsulot hajmining ortishi ishlab chiqarish hajmining kamayishi kuzatiladi?
16. Tovar hayotiylik davrining qaysi bosqichida raqobat kuchli bo'ladi?
17. Tovarning o'sish bosqichida marketingni maqsadi nima?
18. Belgilangan uslubiy doirasida, haqiqiy axborot asosida, uni ehtimol bo'lgan xatolarini baholash bilan bajarilgan talab, tovar taklifi va narx rivojlanishi istiqbollarni ilmiy asosda oldindan ko'ra bilishdir nima?
19. Bashorat qilishning necha xil usuli bor?
20. Bashorat qilishning qaysi usulida prognozni shakllantirish uchun foydalaniladigan jarayonlar ochiq uslubda bayon qilinmaydi va ular prognoz qiluvchidan ajralmasdir?

21. Bashorat qilishning qaysi usulida prognozlash jarayonlari ochiq ifodalangan bo‘lib, boshqalar tamonidan ham ijro etishi mumkindir va ular ham muqarrar ravishda xuddi shu prognozni ifodalaydilar?
22. Qaysi baholash usulida ob‘ektiv ma‘lumotga emas, balki ekspertlar mulohazasiga menejer yoki iste‘molchi fikriga asoslanadi?
23. Tovar yoki markaning firmaga o‘zining bevosita raqobatchilariga nisbatan ma‘lum bir afzallik beradigan xarakteristika va xususiyatlaridir
24. Kengaytirilgan raqobat konsepsiyasi kim tamonidan ishlab chiqilgan?
25. Kengaytirilgan raqobat konsepsiyasi nechanchi yil ishlab chiqilgan?
26. Quyidagi raqobatchilar tahlilini ketma ketlikda joylashtiring 1. Raqobatchilar xarakterini oldindan ko‘ra bilish. 2. Tayanch raqobatchilarni baholash. 3. Bozorning tuzilishi va tavsiflanishini aniqlash. 4. Tayanch raqobatchilar xarakteristikasini tavsiflash va aniqlash. 5. Potensial raqobatchilarni aniqlash
27. Halol raqobat deb nimaga aytiladi?
28. Oligopoliya deb nimaga aytiladi?
29. Monopoliya deb nimaga aytiladi?
30. Qaysi raqobat modelida firmalar soni bitta bo‘ladi?
31. Qaysi raqobat modelida narx ustidan nazorat yo‘q?
32. Raqobat strategiyasi maqsadi?
33. BKG matritsasida nechta mezondan foydalaniladi?
34. “Sog‘in sigirlar”, “Itlar”, “So‘roq belgisi”, “Yulduzlar” bu nima?
35. BKG matritsasining qaysi guruhi sekin o‘shish, yuqori ulushga to‘g‘ri keladi?
36. BKG matritsasining qaysi guruhi sekin o‘shish, kichik ulushga to‘g‘ri keladi?
37. BKG matritsasining qaysi guruhi tezkor o‘shish, kichik ulushga to‘g‘ri keladi?
38. BKG matritsasining qaysi guruhi tezkor o‘shish, yuqori ulushga to‘g‘ri keladi?
39. Asosiy bozorga nisbatan o‘shish qanday o‘shish hisoblanadi?
40. O‘shish strategiyasi nima?
41. Qaysi o‘shish strategiyasi tegishli firmaning faoliyat doirasi egallab turgan tarmoqda etarlicha mustahkam bo‘lganda, aynan o‘sha tarmoq miqyosida rivojlanish yo‘llarini nazarda tutadi?
42. Qaysi o‘shish strategiyasi tegishli firmani o‘zi faoliyat ko‘rsatayotgan tarmoq imkoniyatlariga nisbatan boshqa tarmoq yo‘nalishida rivojlanishi samarali yoki maqsadga muvofiq bo‘lgan holda belgilanadi?
43. Kotler F. firmaning bozordagi ulushidan kelib chiqqan holda raqobatchilik strategiyasini necha guruhga ajratgan?
44. “Lider” strategiyasi, “Kurashga chaqiruvchi”, “Lider orqasidan boruvchi” strategiya, “Mutaxassis” strategiyasi bular nima?
45. Strategik marketing elementlariga nimalar kiradi?
46. Bozorni segmentlashning asosiy maqsadi nimadan iborat?
47. Bozorni segmentlashning qanday yo‘li mavjud?
48. Kotler F. fikricha necha darajali bozor tuzilmalari aniqlanadi?
49. Pozitsiyalashning asosiy maqsadi nimadan iborat?
50. Pozitsiyalash jarayonida qanday vazifalar bajariladi?
51. Segment jozibadorligi qanday ko‘rsatkichlar bilan baholanadi?
52. Segmentlarning jozibadorligini baholashda qaysi usulni qo‘llash maqsadga muvofiq?
53. Tovarni bozorda pozitsiyalash korxonada faoliyatini tabaqalashdan boshlanadi. Korxonada takliflari necha yo‘nalish bo‘yicha tabaqalashtiriladi?
54. Tovarni bozorda pozitsiyalashda korxonada takliflari qanday yo‘nalish bo‘yicha tabaqalashtiriladi?
55. Iste‘molchilarning xulq-atvoriga nechta psixologik omil ta‘sir ko‘rsatadi?
56. Iste‘molchilarning xulq-atvoriga qanday psixologik omil ta‘sir ko‘rsatadi?
57. Iste‘molchilarning xaridorlik xulq-atvori qanday shaxsiy omil ta‘sirida o‘zgaradi?
58. Tovar tabaqalarining tavsiflovchi qanday mezonlar mavjud?

59. Tashkilotning xaridorlik xulq-atvorining nechta turi mavjud?
60. Tashkilotning xaridorlik xulq-atvorining qanday turlari mavjud?
61. Bozorning maqsadli segmentlarida tovarni poziziyalashning qanday turlari mavjud?
62. Strategiyani baholash va firma mavqeini aniqlashda qanday uslublar mavjud?
63. Strategik xo‘jalik zonani tanlashda eng asosiy muammo nima hisoblanadi?
64. Kurashga chaqiruvchi strategiyaning maqsadi nima?
65. Lider orqasidan boruvchi strategiyasining maqsadi nima?
66. Motivatsiya deganda nimani tushinasiz?
67. Interaktiv reklama deganda nimani tushinasiz?
68. Sotish funksiyalari qaysi amallarning bajarilishini ko‘zda tutadi?
69. Sotish kanalida qanday oqimlar mavjud?
70. Sotish kanaliga kirish mumkin vositachilar
71. Yangi tovarni ishlab chiqish uchun birinchi bosqichda nima qilinadi?
72. Yangi tovarlarni ishlab chiqish uchun ikkinchi bosqichda nima qilinadi?
73. Miya hujumi uslubi kim tomonidan ishlab chiqilgan?
74. Yangi tovarlar haqidagi g‘oyalarni saralash egri chizig‘i kim tomonidan ishlab chiqilgan?
75. Tovarni xarid qilishga qaysi omillar ta‘sir qiladi?
76. Marketingda ovoz chiqarib o‘tish mumkin bo‘lgan so‘z, harf yoki ularning birikmasi nima hisoblanadi?
77. Markaning tanib olinadigan, lekin o‘qilmaydigan qismiga nima deyiladi?
78. Marka yoki uning huquqiy jihatdan himoyalangan, sotuvchiga marka nomi va marka belgisidan mutlaq foydalanish huquqini beradigan qismi nima deyiladi?
79. Innovatsiya jarayoni o‘z ichiga qaysi bosqichlarni oladi?
80. Marketing strategiyasi – bu?
81. Bozorni qamrab olish strategiyasiga qaysi strategiya kirmaydi?
82. Asosiy strategiya turlaridan biri bo‘lib hisoblanadi?
83. Marketing strategiyasi mohiyati?
84. Marketing kompleksiga qaysi strategiya taaluqli emas?
85. Korxonaning “bozor salohiyati” deganda nima tushuniladi?
86. Real bozor sig‘imi deganda nimani tushunasiz?
87. SWOT – tahlilning asosiy vazifalariga nimalar taaluqli emas?
88. SWOT matritsasi qaysi asosiy parametrlarni ko‘radi?
89. Agar firma butun bozorga bitta tovarni taklif etsa, unda bu
90. Differensiallanmagan marketing nimani taklif etadi?
91. Qaysi marketing strategiyasi ushbu tavsifnomaga to‘g‘ri keladi: kichik bozor salohiyati, uncha katta bo‘lmagan bozor ulushi, tor tovar assortimenti, marketinga o‘rtacha xarajatlar, tor narx diapazoni?
92. Maqsadli segmentni baholash jarayonining birinchi bosqichida nima hisobga olinadi?
93. Maqsadli segmentni baholash jarayonining ikkinchi bosqichida nima hisobga olinadi?
94. Maqsadli bozorni baholash jarayonining uchinchi bosqichida nima hisobga olinadi?
95. Agar firma bitta tovarni iste‘molchi guruhiga taklif etsa, unda bu:
96. Agar foydaga mo‘ljallab, firma alohida segmentga mos tovarni taklif etsa, bu strategiya qanday strategiya bo‘ladi?
97. Agar firma bitta tovarni bozorining turli segmentlariga turli xil funksional xususiyatlari bilan taklif etsa, unda bu strategiya qanday strategiya bo‘ladi?
98. Firmaning diversifikatsiyali rivojlanishi yo‘nalishlari qanday uslublar asosida amalga oshiriladi?
99. Agar firma aniq sotuv bozorini to‘liq qamrab olishida mo‘ljallansa, bunda ushbu strategiya:
100. “Bozorga chuqurroq kirish” asosiy strategiyasi strategik yo‘nalishiga nisbatan qaysi o‘shida amalga oshiriladi?

“Iqtisodiy nazariya” fanidan

1. Iqtisodiyot nazariyasi qanday fanlar jumlasiga kiritiladi?
2. Iqtisodiyot nazariyasining vazifalarini aniqlang?
3. Iqtisodiyotni o'rganishda qanday ko'rsatkichlar qo'llaniladi?
4. Merkantalizm maktabining asosiy g'oyasi nima?
5. Iqtisodiyotning mohiyati nima?
6. Iqtisodiyot nazariyasining predmetini aniqlang?
7. Hayotiy jarayonlar ichida ustuvor ahamiyatga ega bo'lgan ehtiyojlarni aniqlang?
8. Sotsial-iqtisodiy ehtiyoj bu?
9. Ehtiyojlarning cheksizligi nimadan iborat?
10. Turmush darajasi nima?
11. Sotsial-iqtisodiy ehtiyojlarga nimalar kiradi?
12. Ehtiyoj qanday omillarga bog'liq?
13. Ehtiyojlar yuksalishining ko'rsatkichlariga nimalar kiritilmaydi?
14. Sotsial-ma'naviy ehtiyojlar tarkibiga nimalarni kiritish mumkin emas?
15. Ishlab chiqarish omillari nima?
16. Hozirgi G'arb madaniyatlarida iqtisodchilar iqtisodiy resurslarga nimalarni kiritadilar?
17. Moddiy ishlab chiqarishga quyidagilarning qaysi biri kiritilmaydi?
18. Nomoddiy ishlab chiqarishga quyidagilarning qay biri kiritilmaydi?
19. Yalpi ichki mahsulot nima?
20. Mehnat unumdorligining omillari nima?
21. Iqtisodiy o'sish tushunchasini aniqlang?
22. Mikroiqtisodiy o'sish ko'rsatkichlariga nimalar kiradi?
23. Mikroiqtisodiy o'sishga qaysi ko'rsatkich mos keladi?
24. Iqtisodiy o'sishning omillariga nimalar kiritilmaydi?
25. Qaysi omillar ekstensiv o'sish deyiladi?
26. Qaysi omillar intensiv o'sish deyiladi?
27. Milliy boylik tushunchasi?
28. Iqtisodiy potentsial omillar?
29. Tovar ishlab chiqarish degani
30. Tovar ishlab chiqarish nimaga asoslanadi?
31. Pul nima?
32. Qiymat qonunining ijtimoiy taraqqiyotdagi eng muhim vazifasi nima?
33. Tovarning hususiyati nimadan iborat?
34. Mulkiy munosabatlar deganda nimani tushunasiz?
35. Mulkchilik ob'ektiga nimalar kiradi?
36. Sotsial – iqtisodiy tizim qanday izoxlanadi?
37. Mulkiy jihatdan qaraganda sotsial-iqtisodiy tizimlarni qanday toifalarga ajratish mumkin?
38. Mono-iqtisodiyot qanday izohlanadi?
39. Poliiqtisodiyot tizimi nima?
40. Totalitar rejali iqtisodiy tizim hususiyatlari?
41. Qaysi xolat bozor iqtisodiyotiga xos emas?
42. Bozor iqtisodiyotini harakatga soluvchi vosita?
43. Bozor munosabatlari iqtisodning jadal borishini ta'minlovchi qanday kuchni yuzaga chiqaradi?
44. Ko'rsatilganlardan qaysi biri bozor iqtisodiyotiga o'tishning shakllariga to'g'ri kelmaydi?
45. Bozor iqtisodiyotiga o'tish yo'llarining xususiyatlariga xos belgini aniqlang
46. Uzbekistonning bozor iqtisodiyotiga o'tishda asosiy tamoyillari?
47. Bozor – bu
48. Bozor ob'ektining tarkibiga quyidagilardan nimani kiritish mumkin emas?
49. Bozorning sub'ektlari – ishtirokchilari kimlar?
50. Bozorning vazifalari qanday?

51. Monopollashgan bozorning xillariga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?
52. Ayirboshlash miqyosi jihatidan bozor qaysi bozorlarga bo'linadi?
53. Bozorning yetuklik darajasiga qarab qanday darajalarga bo'lish mumkin?
54. Talab nima?
55. Talabga ta'sir qiluvchi omillarga qaysi biri kirmaydi?
56. Bozorda taklif qilinadigan tovar hajmiga narxdan tashqari ta'sir qiladigan omillarga qaysi biri kirmaydi?
57. Nomukammal raqobat turini tushuntiring?
58. Narxni aniqlang?
59. Narx vazifalari qanday?
60. Moliyaviy resurslar turi qanday?
61. Moliyaning vazifalari nimadan iborat?
62. Davlat moliyasining tarkibi qanday?
63. Davlat daromadlarining manbalarini aniqlang?
64. Soliqning vazifalariga qaysi ko'rsatkichlar kiritilmaydi?
65. Byudjet daromatlarining manbalari qanday?
66. Byudjet xarajatlarining ishlatilishiga kayst omil kiritilmaydi?
67. Bozor iqtisodiyotida taqsimot turiga qaysi biri kiritilmaydi?
68. Taqsimot natijasida mulk egalari qaysi bulmaydigan narsani aniklang?
69. Turmush darajalari bu
70. Ish haqi nimani ifodalaydi?
71. Turmush darajasiga ta'sir etuvchi omillarga qaysi biri kirmaydi?
72. Jahon xujaligi nima?
73. Jahon xo'jaligini moddiy asosini tashkil etuvchi omil?
74. Xalqaro iqtisodiy munosabatlarning asosiy shakllariga kiritish mumkin emas?
75. Jahon bozorining tarkibi?
76. Jahon bozorlari orqali mamlakatlar orasida taqsimlanadi?
77. Umum jahon krediti qanday yunalishda boradi?
78. Jahon xo'jaligida qanday valyuta kursi ma'qul topilgan?
79. Mulkchilik sub'ekti turlari?
80. Mulkchilik shakllarini ifodalab bering?
81. Xususiy mulk nima?
82. O'zbekistonda qaysi soha xususiy mulk bo'la olmaydi?
83. Davlat mulki turlariga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?
84. Aralash mulk tarkibiga quyidagilardan qaysi biri kiritiladi?
85. Mulkni davlat tasarrufidan chiqarishning maqsadi
86. O'zbekistondan boshqa davlatlarda uchramaydigan mulk turi qaysi?
87. Taklif omili nima?
88. Bozor muvozanati deb ataladi, qachonki
89. Talab va taklif muvozanatini kim ta'minlaydi?
90. Tadbirkorlik deb nimaga aytiladi?
91. Tadbirkorlikning muhim belgilariga quyidagilardan qaysi biri kiritilmaydi?
92. Har qanday iqtisodiy tizimlarda "nima", "qanday" va "kim uchun" degan fundamental savollar mikro va makro darajada hal etiladi.
93. Rebranding nima?
94. Bozor tizimida noyob ne'matlar muammosi nechta tamoyillar orqali yechiladi?
95. Bozor talabiga quyidagi omillardan qaysi biri ta'sir ko'rsatmaydi?
 96. Inflyatsiya nima?
 97. Deflyatsiya nima?
 98. Revalvatsiya nima?
 99. Devalvatsiya?
100. Bozor muvozanati qachon yuz beradi?