

**Samarqand iqtisodiyot va servis instituti "Menejment" kafedrası**  
**"PR - menejmenti" fanidan 2025/2026-o'quv yili bahorgi semestrda yakuniy imtihon**  
**(test)da tushadigan savollar ro'yxati**

1. Brum-Duzier konsepsiyasiga ko'ra, press-reviz, broshyura va boshqa materiallarni tayyorlovchi PR mutaxassisi qanday rol ni bajaradi?
2. J. Grunig va T. Xantning qaysi modeli O'zbekistonda PRning 1-bosqichiga (1991-2005-yillar) nazariy jihatdan to'g'ri keladi?
3. Propagandaning PRdan asosiy farqi nimada?
4. O'zbekistonda PR menejmentining 3-bosqichi (2017-yildan hozirgi kungacha) qaysi turdagi muloqotga asoslanishi bilan xarakterlanadi?
5. Britaniya PR maktabi PRni qanday ta'riflaydi?
6. PR faoliyatining maqsadlari orasida tashkilotga nisbatan mavjud "ishonchsizlik to'sig'i"ni yengib o'tish qaysi vazifaga tegishli?
7. Zamonaviy boshqaruvda biznesda PRning birlamchi vazifasi nima?
8. O'zbek PR nazariyasida qaysi omil kollektivizm, iyerarxiya va andisha kabi qadriyatlarni o'z ichiga oladi?
9. O'zbekiston Respublikasining qaysi qonunlari PR menejmentining huquqiy fundamentini shakllantiradi?
10. PR faoliyatining strategiya va taktikasi ishlab chiqilishiga qaratilgan, hamkorlarni o'rganish va jamoatchilik fikrini baholashni o'z ichiga oluvchi funktsiya qaysi?
11. Inqirozli kommunikatsiyada inqiroz yuz berganda rasmiy munosabat bildirilishi shart bo'lgan ilk 1-2 soat qanday nomlanadi?
12. Qidiruv tizimlarida kompaniya haqidagi salbiy ma'lumotlarni siqib chiqarish va ijobiy fon yaratish nima deb ataladi?
13. PR-faoliyatining asosiy bosqichlaridan biri bo'lgan Asosiy bosqich o'z ichiga qaysi jarayonni oladi?
14. PR-mutaxassisiga qo'yiladigan, uning shaxsiy dunyoqarashi (siyosat, din) ustun kelishiga yo'l qo'ymaydigan, professional talab nima deb ataladi?
15. PR-jarayonini boshqarish modelidagi birinchi bosqich nima deb ataladi, u muammoni va maqsadli auditoriyalarni aniqlashni o'z ichiga oladi?
16. Ichki PR-bo'limni yaratishning asosiy afzalligi sifatida qaysi biri qayd etiladi?
17. PR-dasturini mijozga taqdim etishning yakuniy bosqichida dasturga jalb qilinishi mumkin bo'lgan barcha tomonidan uni ma'qullanishini ta'minlash jarayoni ilmiy tilda nima deb ataladi?
18. PR-agentligida mijoz loyihasini boshqaradigan va u bilan bevosita o'zaro aloqada bo'ladigan menejer qanday nomlanadi?
19. O'zbekistonda davlat organlari matbuot xizmatlari faoliyatini standartlashtirish va "Ochiqlik" siyosatini institutsional ta'minlash maqsadida 2019-yilda tashkil etilgan markaziy organ qaysi?
20. PR-faoliyati talablariga ko'ra, PR-bo'lim rahbari kim bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqaga ega bo'lishi shart?
21. F. Jefkingsga ko'ra, PR-xizmati rahbarining (direktorining) asosiy funktsiyalaridan biri qaysi?
22. "Krizisli va ziddiyatli vaziyatlar oqibatlarini bartaraf etish bo'yicha kommunikativ choralar tizimini ishlab chiqish" PR-faoliyatining qaysi umumiy yo'nalishiga kiradi?
23. PR xizmatining asosiy maqsadi nimadan iborat?
24. Tashkilotning ichki maqsadli auditoriyasiga matn bo'yicha kimlar kiradi?
25. PR xizmati rahbari tashkilotning bosh direktori bilan qanday aloqada bo'lishi shart?
26. Tashkilot rahbari PR xizmati boshlig'ini chetlab o'tib, PR mutaxassislariga bevosita topshiriq bera oladimi?
27. Matnga ko'ra, PR xizmati xarajatlarini kim nazorat qilmasligi kerak?
28. Tashqi muhitning bevosita ta'sir omillariga nimalar kiradi?
29. Rahbariyat iste'molchilarning talabini oshirish uchun qaysi tashqi omillarni hisobga olishi kerak?

30. Umumiy tashqi muhit (bilvosita ta'sir omili) sifatida texnologiya nimani aks ettiruvchi element sifatida qaraladi?
31. Iqtisodiy omilni prognoz qilishda, agar inflyatsiya kutilsa, kompaniya rahbariyati qanday chorani ko'rishni lozim?
32. PR xizmatiga qaysi bo'linma bilan yaqin hamkorlikda ishlash va tashkilotning kadrlar siyosatiga aralashish huquqi berilgan?
33. J. Gruning va T. Xantning qaysi kommunikatsiya modelida maqsad "Propaganda" hisoblanadi?
34. PR-ta'sirining uch bosqichli zanjiri to'g'ri ketma-ketlikda keltirilgan qatorni toping.
35. Kommunikativ mahsulotni yaratishda PR-mutaxassisi hisobga olishi shart bo'lgan eng muhim omillardan biri nima?
36. "Fikr yetakchilari" modeliga ko'ra, odamlar o'z tasavvurlarini o'zgartirishi uchun xabarni kim bilan muhokama qilishi kerak?
37. Ichki firma kommunikatsiyasining asosiy vazifasi nima?
38. R. Yakobson va I. Even-Zoxarning kommunikatsiya modelida "Kod" nimani anglatadi?
39. Kommunikatsiyaning qaysi turida matnni oldindan puxta o'ylab, faktlar va aniq ma'lumotlarga tayanib tuzish muhim hisoblanadi?
40. Vizual va voqeaviy kommunikatsiyaning ustunligi nimada?
41. Tashkiliy kommunikatsiyaning qaysi turi "Tashkilot va tashqi muhit o'rtasidagi kommunikatsiyalar" deb hisoblanadi?
42. Virtual ofisni yaratish tamoyillaridan biri sifatida qaysi holat tavsiya etiladi?
43. Imidj so'zining inglizcha ma'nosi nima?
44. PR sohasida imidjning qaysi funksiyasi jamoatchilik ongida maqbul obrazni mahsulot yoki kompaniya bilan bog'lashga xizmat qiladi?
45. Tashkilot imidji tushunchasining mazmuni nechta tarkibiy qismni o'z ichiga oladi?
46. Imidjev xususiyatlaridan qaysi biri ob'yektni mavjud stereotipik tasavvurlarga "moslash" hisoblanadi?
47. Imidjga asosiy yondashuvlar qatoriga qaysi biri kirmaydi?
48. Tashkilotning umuman olgandagi imidji, uning reputatsiyasi va barqarorlik darajasi qaysi imidj turiga kiradi (Funksional yondashuvga ko'ra)?
49. A.N. Chumikovning korporativ imidj modelida "katta uyning poydevori (fundamenti)" nima deb ataladi?
50. Chumikov modelida firma xodimlari amal qiladigan axloqiy-etik, ishbilarmonlik normalari va prinsiplarni yaratish qaysi tarkibiy qismga taalluqli?
51. Tashkilot imidjini boshqarishning afzalliklari qatoriga matnda berilganlardan qaysi biri kiradi?
52. Imidjni boshqarish tizimini joriy etishdan oldin qanday muhim qadam amalga oshiriladi?
53. Kompaniya qiymatining 70-80% ni tashkil etadigan asosiy element nima?
54. Qaysi funktsiya korporativ uslubning tovarlarni shunga o'xshash mahsulotlar massasidan ajratib ko'rsatishini anglatadi?
55. Kompaniyaning "ichki Imidji" nimani anglatadi?
56. Imidjni shakllantirishning asosiy vositasi hisoblanuvchi, rang, grafik, shrift va dizayn elementlari majmui nima deb ataladi?
57. Qaysi vosita "dizaynerlik usullari, shu jumladan qadoqlashni yaratish, vitrinalar, ofislarni bezash"ni o'z ichiga oladi?
58. "Tashrif qog'ozi, korporativ blanka, prezentatsiya papkasi" korporativ uslubni ishlab chiqishning qaysi bosqichiga kiradi?
59. Quyidagilardan qaysi biri korporativ uslubning asosiy elementi hisoblanmaydi?
60. PR-tadbirlarga qaysi tadbir turi kiradi?
61. Korporativ uslub elementlaridan to'g'ri foydalanish bo'yicha batafsil qo'llanma.
62. "Imidj ishonchli bo'lishi va ob'ekt haqidagi ma'lumotlarga zid kelmasligi kerak" degan talab nimani aks ettiradi?



63. Korporativ uslubning "Identifikatsiyalash funksiyasi" nimani anglatadi?
64. Korporativ imidjning asosiy mohiyati nimada?
65. Rahbar imidjining asosiy funksiyasi nimadan iborat?
66. Rahbar imidji tarkibiy qismlariga quyidagilardan qaysi biri kirmaydi?
67. Rahbar imidjini yaratishda uning imidjmeykeri qaysi uch guruhning idrokini hisobga olishi kerak?
68. "Mavjud va istalgan xarakteristikalarini solishtirish" bosqichining asosiy maqsadi nima?
69. Imidjni baholashning uchta asosiy mezonidan biri "organiklik" nimani anglatadi?
70. Qaysi texnika maqsad qilib "ishonch, xayrixohlik, qiziqish kabi ijobiy his-tuyg'ularni uyg'otish"ni qo'yadi?
71. Rahbar imidjiga qo'yiladigan "Axloqiy ishonchlilik" talabi nimani nazarda tutadi?
72. Imidjni yaratishda "Qahramon" arxetipidan foydalanish qaysi texnikaga tegishli?
73. Imidjni yuksaltirishga qaratilgan harakatlardan biri bo'lgan "Missionerlik" nimani o'z ichiga oladi?
74. Ishbilarmonlik etiketining asosiy qoidasi nima?
75. "Imidjning tashkilot strategiyasiga, uning faoliyat mohiyati va qadriyatlariga mos kelishi" qaysi baholash mezoniga tegishli?
76. Imidjni shakllantirish bosqichlarining eng oxirgisi va amaliysi bo'lgan bosqich qanday nomlanadi?
77. Maxsus tadbirlar qachon qo'shimcha kommunikatsiya vositasi sifatida qo'llaniladi?
78. Maxsus PR-aksiyalarning asosiy vazifasi nimadan iborat?
79. Press-konferensiyaning rasmiy qismi o'rtacha necha daqiqa davom etishi aytilgan?
80. Brifingning press-konferensiya asosiy farqi nimada?
81. Kompaniyaning o'zini taqdim etishining keng tarqalgan shakli bo'lib, barcha xohlovchilarga faoliyat bilan tanishish imkonini beradigan tadbir qaysi?
82. Press-konferensiya haftaning qaysi kunida o'tkazish maqsadga muvofiq deb hisoblanadi?
83. Jurnalistlarga mo'ljallangan, bir necha soat yoki kun davom etadigan va kompaniya haqida ob'ektiv materiallar olishni maqsad qilgan tadbir nima deb ataladi?
84. Taqdimotni kunning qaysi qismida boshlash tavsiya etilgan va uning maksimal davomiyligi qancha bo'lishi aytilgan?
85. Davra suhbatini ishini tashkil etuvchi va boshqaruvchi, yuqori kommunikativ malakaga ega shaxs nima deb ataladi?
86. Ko'rgazmada tashrif buyuruvchilarning e'tiborini jalb qilish usullaridan biri qaysi?
87. Press-konferensiya yakunida tashkil etiladigan va norasmiy PR-muloqot qilish imkonini beradigan mehmon qilish shakli qaysi?
88. Press-konferensiya savol-javob qismida jurnalistlarda "frustratsiya" (qoniqmaslik) yuzaga kelmasligi uchun nima qilish kerak?
89. PR-mutaxassisi uchun OAV bilan aloqalarni o'rnatishning asosiy ahamiyati nimada?
90. Press-relizning birinchi xatboshi nima deb ataladi va uning asosiy vazifasi nima?
91. Press-relizning hajmi bo'yicha berilgan tavsiya qaysi?
92. OAV bilan yaxshi munosabatlarga erishish uchun PR-mutaxassisi qanday tamoyillarga amal qilishi kerak?
93. Qaysi xabar strategiyasi iste'molchi ongida raqobatchi tovarlar bilan solishtirganda tovarga o'rin belgilashga xizmat qiladi?
94. PR-xabarning yozma shakllariga qaysi biri kirmaydi?
95. PR-xabarni tarqatish kanallari qaysi talabga javob berishi kerak?
96. Qaysi kanal PR-xabarni operativ va samarali yetkazishda, ishtirok effektini yaratish orqali auditoriyaning ishonchini oshirishda muhim ahamiyatga ega?
97. Televideniyaning PR-mutaxassisi uchun asosiy ahamiyati nimada?
98. Maqsadli auditoriyaning e'tiborini ushlab turish uchun PR-xabar matnida qanday omillardan foydalanish tavsiya etiladi?
99. PR-xabarni idrok etish to'siqlariga nima sabab bo'lishi mumkin?



100. OAV ma'lumotlar bazasiga kiritilishi lozim bo'lgan muhim ma'lumotlardan biri qaysi?
101. PR-texnologiyalarning eng muhim o'ziga xos xususiyati nimada?
102. PR-texnologiyasi qanday mezonlarga javob berishi kerak?
103. PR-texnologiyasini ishlab chiqish jarayonining birinchi bosqichi odatda qaysi?
104. Quyidagilardan qaysi biri PR-texnologiyaning asosiy turlaridan hisoblanadi?
105. "Qora piar" (Black PR)ning asosiy maqsadi nima?
106. A.N. Chumikovning guruh samaradorligi modelining asosiy mohiyati nimani tushuntiradi?
107. Fasilitatsiya jarayonining maqsadi nimadan iborat?
108. Mediatsiyaning asosiy xususiyati nima?
109. Mediatsiya jarayonining eng muhim bosqichlaridan biri nima?
110. Pablisiti (Publicity) nima degani?
111. Pablisitining eng asosiy afzalligi nimada?
112. Pablisitini tashkil etishda qaysi qoidaga qat'iy rioya qilish kerak?
113. PR-rejasini ishlab chiqish jarayonida kommunikatsiya vositalarini baholashda ularning qaysi jihatlari asosiy hisoblanadi?
114. Xabar kanallariga qo'yiladigan asosiy talablardan biri qaysi?
115. "Bilvosita" axborot uzatish yo'llariga matnda nimalar kiritilgan?
116. Sifatsiz PR-mahsuloti qanday oqibatlarga olib kelishi mumkin?
117. Dastlabki PR-reja rasmiylashtirilgandan so'ng, uni qanday jarayon kutadi?
118. Rejani kelishish jarayonida ko'p sonli ishtirokchilar bo'lsa, asosiy hujjatga ilova sifatida nima tuziladi?
119. Tasdiqlangandan so'ng, PR-rejasi PR-mutaxassisining qanday faoliyatini tartibga soluvchi hujjatga aylanadi?
120. Kommunikativ kompetentlik nimaning yaxlit sifatini o'zida sintez qiladi?
121. Kommunikativ kompetentlikka kiruvchi uchta asosiy qobiliyatlardan biri qaysi?
122. Kommunikativ kompetentlikning qaysi qoidasi "murakkab kommunikativ ko'nikma va malakalarni egallash" bilan bevosita bog'liq?
123. Qaysi qoida ikki ma'noli, mavhum ifodalar va so'zlardan qochishni, shuningdek, notanish terminlardan foydalanmaslikni talab qiladi?
124. Kommunikativ jarayonning asosiy maqsadi – o'zaro tushunishga erishishni yakuniy hisobda ta'minlovchi qoida qaysi?
125. PR-budjetini rejalashtirishda nima uchun uzoq muddatli emas, balki qisqa muddatli (oylik) davrlar tanlanadi?
126. PR-mutaxassislarining ish haqi nima uchun boshqa xodimlarga nisbatan yuqori bo'lishi tavsiya etiladi?
127. "Kechikkan effekt" (social inertia) tushunchasi nimani anglatadi?
128. PR-budjetining qaysi elementi eng salmoqli xarajat hisoblanadi?
129. PR-agentliklari o'z daromadini qaysi manba hisobiga shakllantiradi?
130. "Imkoniyat darajasida moliyalashtirish" usulining kamchiligi nimada?
131. PR-faoliyatining iqtisodiy daromad ko'rsatkichi sifatida nima qaraladi?
132. Diskont stavkasi PR-budjetida nimani hisobga olishga yordam beradi?
133. "Aloqalar yo'qolishi riski" deganda nima tushuniladi?
134. Qaysi holatda diskont stavkasi eng yuqori (24%) qilib belgilanadi?
135. PR-budjetini tuzishning eng ilmiy yondashuvi qaysi?
136. PR-xizmatining moddiy-texnik ta'minotida qaysi prinsip ustuvor?
137. PR-xizmati faoliyatini boshqarishda necha turdagi asosiy hujjatdan foydalaniladi?
138. Kommunikatsion dasturning "Asoslanganlik" talabi nima bilan izohlanadi?
139. PR-mahsulotlarini ishlab chiqarish rejasini tuzishda qaysi usul qo'llaniladi?
140. "Kirish imkoniyatining cheklanganligi" talabi nima uchun muhim?
141. Tadqiqot ishlari bo'yicha hisobotda "Liderlar tahlili" nima uchun o'tkaziladi?
142. PR-mahsulotlari rejasi nima uchun xizmat qiladi?
143. Joriy ishlar bo'yicha hisobotda asosiy e'tibor nimaga qaratiladi?



144. Nima uchun PR-kampaniyasi davomida rejaga taktik o'zgarishlar kiritiladi?
145. PR-mutaxassisi tomonidan tuziladigan "O'z-o'zini baholash" hisobotida nima aks etadi?
146. Rahbariyat PR-faoliyatini qaysi parametr bo'yicha baholaydi?
147. PR-texnologiyalar tahlili hisoboti nimani o'z ichiga oladi?
148. Kommunikatsion dasturning "Aniqlik" talabi nimani ko'zda tutadi?
149. PR samaradorligini baholashda AVE koeffitsienti nima asosida hisoblanadi?
150. PR-faoliyatining eng samarasiz baholash usuli qaysi?
151. Tashkilot va uning rahbari haqida OAVdagi ijobiy eslatmalar sonini aniqlash qaysi usulga kiradi?
152. PR-baholash jarayonining birinchi bosqichi nima?
153. "Outputs" (Oraliq natijalar) nimanig ko'rsatkichi hisoblanadi?
154. PR-samaradorligini o'lchashda sotsiologik tadqiqotlar qancha vaqtda o'tkazilishi tavsiya etiladi?
155. "Outcomes" bosqichida nima baholanadi?
156. Kontent-tahlil usulining asosiy kamchiligi nimada?
157. PR-xizmati ishini baholashda "bazaviy asos" (baseline) nima?
158. PR-strategiyasini nima bilan integratsiya qilish (uyg'unlashtirish) shart?
159. Quyidagilardan qaysi biri PR samaradorligiga to'sqinlik qiluvchi ichki omil hisoblanadi?
160. PR-samaradorligini baholashda "ekspert intervyusi" kimlar bilan o'tkaziladi?
161. M. Rejester ta'rifi ko'ra, inqiroz (krizis) nima?
162. J. Uayt va L. Mazur inqirozni qaysi uchta parametr bilan tavsiflaydi?
163. "Oddiy" (obyknovenniy) inqirozlar nima bilan bog'liq?
164. Katlip, Tsenter va Brum tasnifiga ko'ra, oldindan bashorat qilib bo'lmaydigan inqirozlar qanday ataladi?
165. Sem Blek "ma'lum bo'lgan noma'lum" inqirozlarga qanday misol keltiradi?
166. Inqiroz rivojlanishining "qamal" (osada) signali nimani anglatadi?
167. Inqiroz diagnostikasining 4-bosqichida PR-mutaxassisining asosiy maqsadi nima?
168. Lombardi modelidagi "S1" maydoni nimani ifodalaydi?
169. Inqiroz vaziyatida axborot resursining o'ziga xosligi nimada?
170. "Virtual inqiroz" nima?
171. Inqiroz davrida PR-mutaxassisi birinchi navbatda kim bilan hamkorlikda ishlashi kerak?
172. Inqiroz oqibatlarini bartaraf etishda "reanimatsiya" bosqichining maqsadi nima?
173. PR (Public Relations) tushunchasining o'zbek tilidagi eng to'g'ri tarjimai qaysi?
174. PR faoliyatini rejalashtirishda "RACE" formulasidagi "A" harfi nimani anglatadi?
175. Tashkilot ichidagi PR (Internal PR) ning asosiy maqsadi nima?
176. PR xizmatining tashkiliy tuzilmasida "Press-reliz" nima uchun xizmat qiladi?
177. PR va reklamaning asosiy farqi nimada?
178. PR bo'limi tarkibidagi "Media-relations" yo'nalishi kimlar bilan ishlaydi?
179. "Brifig" tadbirining o'ziga xos xususiyati nimada?
180. Tashkilotda PR xizmatini tashkil etishning qaysi usuli ko'proq mustaqillikni ta'minlaydi?
181. Inqirozli PR (Crisis PR) qachon qo'llaniladi?
182. PR faoliyatida "Imidj" tushunchasi nimani anglatadi?
183. PR-kampaniyaning samaradorligi odatda qanday o'lchanadi?
184. PR sohasining "otasi" sifatida kim e'tirof etiladi?
185. Spin-doktor (Spin doctor) PRda qanday vazifani bajaradi?
186. Tashkilotning "Missiyasi" PR strategiyasida qanday rol o'ynaydi?
187. PR mutaxassisi uchun eng muhim ko'nikma (skill) qaysi?
188. "Press-tur" tushunchasi nimani anglatadi?
189. PR faoliyatida "Lobbizm" nima?
190. Tashkilot veb-sayti PR vositasi sifatida qanday xizmat qiladi?
191. "Copywriting" PRda nima uchun ishlatiladi?
192. PR faoliyatining yakuniy maqsadi nima?

193. PR faoliyatining asosiy maqsadi nima?
194. PRning asosiy vazifalaridan biri nima?
195. PR prinsiplari qaysilarga asoslanadi?
196. PR faoliyatida ishonch nima uchun muhim?
197. PR vazifalaridan yana biri qaysi?
198. PR prinsiplari ichida "ochiqlik" nimani anglatadi?
199. PRning strategik maqsadi nima?
200. PR faoliyatida kommunikatsiya qanday bo'lishi kerak?

**Kafedra mudiri i.f.n., dosent**



**Tursunov F.U.**