O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM , FAN VA INOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

MARKETING KAFEDRASI

SamISI

Tasdiqlayman
SamISI "Marketing" kafedrasi mudiri,
professor, PhD D.H.Xolmamatov
____
Bayonnoma № 1 "26" avgust 2025

60410100-Menejment ta'lim yo'nalishi talabalari uchun "Marketing" fanidan 2025/2026- o'quv yili 2-semsetrida yakuniy imtihon (test) da tushadigan savollar ro'yxati.

SAMARQAND - 2025

1. Marketingning asosiy funktsiyasi nima?
2. Marketingning asosiy funktsiyasiga qaysilar kirmaydi?
3. Marketing boshqarish samarasini ta'minlash uchun uning qaysi yordamchi tizimlarini ishlab chiqish talab qilinmaydi?
4. Xizmat bu:
5. Iqtisodiyot tarmoqlari uchun marketing nega kerak?
6. Marketing fani ilk bor amaliy-ilmiy fan sifatida qachon va qayerda o'qitila boshlandi?
7. AQShning Illinoys va Michigan universitetlarida birinchi marketing kurslari qaysi yildan o'qitila boshlangan?
8. Filipp Kotlerning marketingga qanday ta'rif bergan?
9. "Marketing - bu bosh qahramoni tovar bo'lgan kino". Ushbu ta'rif muallifi qaysi javobda to'g'ri keltirilgan?
10. "Marketing - bu mijozlarni jalb qilish yoki saqlab qolish uchun qilinadigan har qanday harakat". Ushbu ta'rif muallifi qaysi javobda to'g'ri keltirilgan?
11. "Marketing –har qanday tashkilotga beriladigan tafakkur va harakatlar tizimidir". Ushbu ta'rif muallifi qaysi javobda to'g'ri keltirilgan?
12. Iste'molchi ehtiyojini mumkin qadar maksimal qondirish - ...
13. "Marketing" nimani anglatadi?
14. Marketingning asosiy maqsadlari nimadan iborat?
15. Marketingning asosiy vazifasi nimadan iborat?
16. Qaysi marketing konsepsiyasi taklifdan talab ko'p bo'lganda va mahsulot tannarxini pasaytirishda qo'llaniladi?
17. Marketingning qaysi konsepsiyasida "sotish hajmini oshirish hisobiga foyda olish" asosiy maqsad hisoblanadi?
18. "Sog'in sigirlar", "Itlar", "Yovvoyi mushuk", "Yulduzlar" bu nima?
19. BKG matritsasining qaysi guruhi sekin o'sish, yuqori ulushga to'g'ri keladi?
20. BKG matritsasining qaysi guruhi sekin o'sish, kichik ulushga to'g'ri keladi?
21. BKG matritsasining qaysi guruhi tezkor o'sish, kichik ulushga to'g'ri keladi?
22. BKG matritsasining qaysi guruhi tezkor o'sish, yuqori ulushga to'g'ri keladi?
23. SWOT – tahlilning asosiy vazifalariga nimalar taalluqli emas?
24. SWOT tahlil deganda nimani tushunasiz?
25. SWOT matritsasi qaysi asosiy parametrlarni ko'radi?
26. Qaysi o'sish strategiyasi tegishli firmani o'zi faoliyat ko'rsatayotgan tarmoq imkoniyatlariga nisbatan boshqa tarmoq yo'nalishida rivojlanishi samarali yoki maqsadga muvofiq bo'lgan holda belgilanadi?
27. Qaysi o'sish strategiyasi tegishli firmaning faoliyat doirasi egallab turgan tarmoqda etarlicha mustahkam bo'lganda, aynan o'sha tarmoq miqyosida rivojlanish yo'llarini nazarda tutadi?
28. "Bozorga chuqurroq kirish" asosiy strategiyasi strategik yo'nalishiga nisbatan qaysi o'sishda amalga oshiriladi?
29. "Tovarni takomillashtirish" asosiy strategiyasi strategik yo'nalishiga nisbatan qaysi o'sish strategiyasida amalga oshiriladi?
30. Korporativ strategiyaning qanday turlari mavjud?
31. "Tovar - bozor" matritsasida qanday strategiyalar mavjud:
32. "Lider" strategiyasi, "Kurashga chaqiruvchi", "Lider orqasidan boruvchi" strategiya, "Mutaxassis" strategiyasi bular nima?
33. Bozorning hajmi – bu:
34. Bozor sig'imi deb nimaga aytiladi?
35. Qaysi marketing konsepsiyasi firmaning foydaliligi, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish darajasi va jamiyat manfaatlari kabi uch omilning o'zaro uyg'unlikda bo'lishini talab qiladi?
36. Maqsadli bozor nima?

181.... - iste'molchi ongida aniq brend imidjini shakllantirishga va bozorda o'z o'rnini egallashga yordam beradi.
182. A.Maslouning ehtiyojlar piramidasidagi fiziologik ehtiyojlarga nimalar kiradi?
183. A.Maslouning ehtiyojlar piramidasidagi madaniy ehtiyojlarga nimalar kiradi?
184. A.Maslouning ehtiyojlar piramidasidagi xavfsizlik ehtiyojlarga nimalar kiradi?
185. A.Maslouning ehtiyojlar piramidasidagi ijtimoiy ehtiyojlarga nimalar kiradi?
186. Xoxish va istakni farqi?
187. Talab salbiy, uni yaratish kerak. Bunda qanday marketing turi sodir bo'lmoqda?
188. Talab mavjud, uni haqiqiy qilish kerak. Bunda qanday marketing turi sodir bo'lmoqda?
189. Talab haddan tashqari ko'p, uni kamaytirish kerak. Bunda qanday marketing turi sodir bo'lmoqda?
190. Marketing razvedkasi nima?
191. PEST tahlil usuli nima?
192. Iste'molchi xulq atrovining to'rt prinsipi nima?
193. Iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi ijtimoiy omillarga nimalar kiradi?
194. Iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi madaniy omillarga nimalar kiradi?
195. Iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi shaxga bog'liq omillarga nimalar kiradi?
196. Iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi psixologik omillarga nimalar kiradi?
197. Bozorning alohida segmentlarga bunday bo'linishi asosida bir qator shartlarga rioya qilish kerak. Bular qaysilar?
198. Mahsulotning o'z funksiyasiga ko'ra ayrim ehtiyojlarni qondirishini ta'minlay oladigan xususiyatlar yig'indisidir. Bu nima?
199. Tovar hayotiylik davri konsepsiyasini fanga kim va qachon qo'shgan?
200. Tovar hayotiylik davri qaysi bosqichida reklamaga muxtoj bo'ladi, lekin reklama qilishga mablag' yetishmaydi?

146.Korxona faoliyatining rentabelligi va boshqa ko'rsatkichlari yetarlicha qoniqarli bo'lganda qaysi narx strategiyasi qo'llaniladi?

147.An'anaviy tovar tarqatish kanaliga xos xususiyat qaysi qatorda to'g'ri keltirilgan?

148.Vertikal marketing tizimi (vertical sotuv kanalai) deb nimaga aytiladi?

149.Bevosita tovar tarqatish kanaliga xos xususiyat qaysi qatorda to'g'ri keltirilgan?

150.Ko'p kanalli marketing tizimiga xos xususiyat qaysi qatorda to'g'ri keltirilgan?

151.Ishlab chiqarishning diversifikatsiyasi, bozorni kengroq egallab olish maqsadlarini amalga oshirishda qaysi tovar tarqatish kanalining shaklidan foydalaniladi?

152.Tovar harakatidagi bajariladigan ishlarning nazoratga olinishi, harakatlarning muvofiqlashishi va integratsiyasi qaysi tovar tarqatish kanalining shakliga xos?

153.Iste'molchi bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish, ya'ni tovar sotish va siljitish jarayoni nima deb ataladi?

154.Tovar bozorida sotuvchi yoki sotib oluvchi sifatida ustun mavqeni egallab turgan xo'jalik yurituvchi sub'ekt tomonidan tovarning tannarxidan past darajada va ushbu tovarni sotishdan zarar keltiradigan darajada belgilanadigan, natijada raqobatning cheklanishiga olib keladigan narx qanday narx hisoblanadi?

155.Tovarni ishlab chiqarish va realizatsiya qilish uchun zarur bo'lgan harajatlar hamda foyda summasidan yuqori narx qanday narx hisoblanadi?

156.Marketing kompleksini qaytdan tuzish, yangi bozorlarni topish, tovar modifikasiyasini ishlab chiqish qaysi marketing turida amalga oshiriladi?

157.Talab mavjud imkoniyatlarga mos keladi, vaziyatni saqlab qolish kerak. Qaysi marketing turiga xos xususiyat hisoblanadi?

158.Tovar sifatini oshirish, yangi bozor segmentlarini o'zlashtirish tovar hayotiy davrining qaysi bosqichida amalga oshiriladi?

159.Foydaning kamayishi va talabning ommaviy bo'lishi tovar hayotiy davrining qaysi bosqichiga xos?

160.Marketingni boshqarishning asosiy vazifasi nimadan iborat?

161.Marketingni boshqarish jarayoni necha bosqichdan iborat?

162.Marketingni boshqarish jarayon bo'lib, o'z ichiga nimalarni oladi?

163.Marketingni boshqarish jarayoni bosqichlari to'g'ri keltirilgan javobni toping.

164.Marketingni boshqarishning asosiy prinsiplari nimalardan iborat?

165.Marketingni boshqarish nimaga asoslanadi?

166.Marketingni boshqarish jarayonining marketing kompleksini ishlab chiqish bosqichida nimalar hisobga olinadi?

167.Marketingni boshqarish jarayonlariga nimalar kiradi?

168.Marketing boshqaruvi nima?

169.Marketing boshqaruvi funksiyalari bu – :

170.Marketing boshqaruv subyekti bu –:

171.Marketingni boshqarish jarayonining marketing chora-tadbirlarni amalga oshirish bosqichida nimalar hisobga olinadi?

172.Marketingni boshqarish jarayonining tarkibiy qismi hisoblangan maqsadli bozorni tanlashda nimalar hisobga olinadi?

173.Marketingni rejalashtirish tamoyillari nimalardan iborat?

174.Raqobat qanday tasniflanadi?

175.Raqobatchilikning qanday strategiyalarini bilasiz?

176.Ta'sir etish usullari bo'yicha raqobatning qanday turlari mavjud?

177.Xarajatlar yo'nalishi bo'yicha raqobatning qanday turlari mavjud?

178.Kengaytirilgan raqobat konsepsiyasi kim tamonidan ishlab chiqilgan?

179.Aniqlangan va tanlangan strategik bozorda, ya'ni maqsadli auditoriya ongida turli xil taktikalardan foydalangan holda yaratadigan kompaniya yoki mahsulot imidji– bu:

180.Ma'lum vaqt oralig'ida ma'lum bozorda mahsulotning haqiqiy sotilishi qaysi tushunchaga tegishli?

37. Bozor ulushi deb nimaga aytiladi?
38. Bozor potensiali – bu:
39. Bozor kon'yunkturasi – bu:
40. Bozor vaziyati – bu:
41. Bozor kon'yunkturasiga xos bo'lgan xususiyatlarni aniqlang.
42. Yalpi talabning yuqori chegarasini ifodalovchi miqdor bevosita … aks ettiradi.
43. Bozor vaziyati va imkoniyatlari tahlilida kompaniya nimani aniqlashi lozim?
44. Raqobat – bu ...
45. Insofsiz raqobat - ...
46. Iqtisodiy konsentratsiya – bu:
47. Iqtisodiy faoliyatni muvofiqlashtirish — bu:
48. Bozor potensiali - bu:
49. Bozor diversifikatsiyasi - ...
50. Bozor muvozanati - ... .
51. Bozor mexanizmi - ... .
52. Bozor segmenti deb nimaga aytiladi?
53. Sotuvdan keyingi servisni tashkil etish qaysi marketing konsepsiyasida amalga oshiriladi?
54. Marketing konsepsiyalarining rivojlanishiga nimalar ta'sir ko'rsatadi?
55. Iste'molchilar muammolarini samarali yechish, istiqbolga yo'naltirilganlik bu - ... .
56. Marketingning analitik funksiyasida nimalar o'rganiladi?
57. Quyidagi keltirilganlardan qaysi biri marketingni tamoyillari hisoblanadi?
58. Marketingning tahliliy funksiyasida nimalar o'rganiladi?
59. Tovar assortimentini shakllantirish, tovarlar modifikatsiyasi, innovatsiyasi va tovar sifatini boshqarish marketingni qaysi funksiyasining ish mahsuli hisoblanadi?
60. Tovar harakatini tashkil etish, tovarlarni saqlash va zahiralarini shakllantirish marketingni qaysi funksiyasining ish mahsuli hisoblanadi?
61. "Tovar - bozor" matritsasining muallifi bo'lib kim hisoblanadi?
62. Agar firma yangi tovar bilan yangi bozorga chiqsa, bu strategiya qanday strategiya turiga kiradi?
63. Marketing axboroti nima?
64. Birlamchi axborotlarni to'plash usullariga nimalar kiradi ?
65. Marketing axborotlarini tahlil etish tizimiga nimalar kiradi?
66. Marketing axborotlari marketing faoliyatida nima uchun kerak?
67. Konversion marketing salbiy talabda qo'llaniladi. Bunda marketing xizmatining vazifasi nimadan iborat?
68. Rivojlantiruvchi marketingda marketing boshqaruvining vazifasi nimadan iborat?
69. Remarketingda marketing xizmatining vazifasi nimadan iborat?
70. Sinxromarketingda marketing xizmatining vazifasi nimadan iborat?
71. Ichki ikkilamchi axborot manbalariga nimalar kiradi?
72. Marketing axborot tizimi deb nimaga aytiladi?
73. Marketing xizmati - bu:
74. Marketing xizmatining asosiy vazifasi nimadan iborat?
75. Birlamchi axborot – bu ... .
76. Tovarlarning nisbatan cheklangan nomenklaturasini ishlab chiqaruvchi, barqaror tashqi sharoitlarda ishlovchi korxonalarda marketing boshqaruvining qaysi tuzilmasidan foydalaniladi?
77. Marketing boshqaruvining eng keng tarqalgan va birinchi ishlab chiqilgan tashkiliy tuzilmasi qaysi?
78. Tovar nomenklaturasi keng bo'lgan, iste'molchilik va texnologik ehtiyojlar tez o'zgaradigan muhitda harakat qiladigan, shuningdek, xalqaro miqyoslarda bir vaqtning o'zida bir nechta bozorlarda ishlayotgan kompaniyalarda marketing boshqaruvining qaysi tashkiliy tuzilmasidan foydalanib bo'lmaydi?

79. Marketing boshqaruvining qaysi tashkiliy tuzilmasi korxonalarga har bir tovar bo'yicha bozor talablariga yaxshiroq moslashishga va ishlab chiqarish texnologiyalari har xil, hayotiy davri qisqa, innovatsion talablar yuqori bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarishga imkon beradi?

80. Qaysi marketing boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi asosan, sotish va ishlab chiqarish faoliyatini xorijda amalga oshiradigan firmalar tomonidan ishlatiladi?

81. Marketing boshqaruvining kadrlar tarkibi qanday darajalarga ega bo'lishi mumkin?

82. Marketing xizmatining kadrlar tarkibi bo'yicha boshqarishning strategik darajasi kimlardan tashkil topadi?

83. Marketing xizmatining kadrlar tarkibi bo'yicha operativ-ijro etuvchilar kimlardan tashkil topadi?

84. Korxonada marketingni boshqarishning texnik darajasi xodimlari qanday funksiyalarni bajaradi?

85. Marketingni boshqarish jarayoni bosqichlarini ko'rsating

86. Marketingni boshqarish jarayonining dastlabki bozor imkoniyatlarini tahlilida nimalar hisobga olinadi?

87. Marketing muhiti – bu ....

88. Korxonalarning tashqi makro marketing muhitiga ta'sir qiluvchi omillar to'g'ri keltirilgan qatorni toping.

89. Firma boshqaruvining nazorati ostida bo'lmaydigan omillar keltirilgan qatorni toping.

90. Bozor segmenti deb nimaga aytiladi?

91. "Bozor segmentatsiyasi" atamasi ilk bor qachon va kim tomonidan qo'llanildi?

92. Marketing nuqtai nazaridan tovar tushunchasiga to'g'ri ta'rif berilgan qatorni toping.

93. Korxona tashqi muhitini tahlil qilish uchun qaysi tahlil usulidan foydalaniladi?

94. Marketingni rejalashtirish deb nimaga aytiladi?

95. Marketing nazorati – bu ....

96. ... - bu marketing faoliyatining barcha turlarini korxonaning maqsadlari, uning resurslari, kadrlar imkoniyati, tashkiliy tuzilishiga muvofiq birlashtirishga imkon beruvchi tashkiliy-boshqaruvchilik hujjatidir.

97. ... - bu marketing maqsadlariga erishish uchun marketing resurslarini tizimli tadqiq qilishdir.

98. Tovar modifikatsiyalari, bitta tovar guruhi doirasida tovarlarning variantlari, ya'ni ehtiyojlarni qondirishning har xil darajalariga mo'ljallangan tovarlarning soni nima deyiladi?

99. Iste'molchilarning ijtimoiy strukturasi, ishlab chiqarishning tashkil etilishidagi milliy xususiyatlar, sotish, reklamaning hisobga olinishi tovar raqobatbardoshligining qaysi ko'rsatkichi hisoblanadi?

100. Tovar sifati, tovar standartlariga mosligi kabilar tovar raqobatbardoshligining qaysi ko'rsatkichi hisoblanadi?

101. Tovarlarni ishlab chiqarish harajatlari miqdori, uning narxi, transportirovka harajatlari, o'rnatish, tuzatish, ishlatish, texnik xizmat ko'rsatish, xodimlarni o'rgatish harajatlari tovar raqobatbardoshligining qaysi ko'rsatkichi hisoblanadi?

102. Narxning pasayish sababini aniqlang?

103. Qayishqoq narxlar deb nimaga aytiladi?

104. Narxlashtirish usullari to'g'ri keltirilgan qatorni toping?

105. Narx siyosati - ... .

106. Narx belgilashning harajatlarni hisoblashga asoslangan usulining mohiyati to'g'ri keltirilgan qatorni toping?

107. Tovar harakati deb nimaga aytiladi?

108. Tovar harakati tizimining boshlang'ich bosqichi nima hisoblanadi?

109. Mahsulot transportirovkasida pirovard iste'molchi uchun eng qulay bo'lgan transport vositasi qaysi?

110. Ulgurji savdoning vazifalarini tanlang.

111. Chakana savdo deb nimaga aytiladi?

112. Sotishni rag'batlantirishning vazifasi nimadan iborat?

113. Sotishni rag'batlantirish odatda kimlarga yo'naltirilgan bo'ladi?

114. Sotuvdan keyingi servis qachon ko'rsatiladi?

115. Pul mukofoti, qo'shimcha ta'til va firma hisobidan dam olish uchun yo'llanmalar kabilar kimlarga mo'ljallangan sotishni rag'batlantirish tadbirlari hisoblanadi?

116. Tovarni siljitish deb nimaga aytiladi?

117. Marketing kommunikatsiyalari vositalari to'g'ri keltirilgan qatorni toping?

118. "Pablik-rileyshnz" deb nimaga aytiladi?

119. Shaxsiy sotuv deb nimaga aytiladi?

120. Pablik rileyshnzni tashkil etishning asosiy yo'nalishlari keltirilgan qatorni toping.

121. Sotishni rag'batlantirish – bu ...

122. PRning asosiy maqsadi nimadan iborat?

123. PRda seminarlar va simpozumlar, auksionlar, prezentatsiyalar, ochiq eshiklar kuni, rassomchilik ko'rgazmalari, bayramlar, yubileylar, modalar namoyishi, konsert dasturlari qanday amalga oshiriladi?

124. PRda brifinglar, press-konferensiyalar o'tkazish, prezentatsiyalar tashkil qilish qanday amalga oshiriladi?

125. Marketing fanining asosiy kategoriyalariga nimalar kiradi?

126. Muhtojlik nima?

127. Talab nima?

128. Ehtiyoj nima?

129. Qondirilgan talab:

130. Qondirilmagan talab:

131. Shakllangan talab:

132. Shakllanmagan talab:

133. Tovar hayotiy davrining qaysi bosqichida potensial iste'molchilar va maqsadli bozor o'rganiladi?

134. Tovar hayotiy davrining "bozordan chiqib ketish" bosqichi nima bilan tavsiflanadi?

135. Tovarning hayotiy davri konsepsiyasi birinchi bor qachon va kim tomonidan ta'riflangan?

136. Yangi tovar ishlab chiqarish jarayoni bosqichlari ketma-ketligi to'g'ri ko'rsatilgan qatorni toping.

137. Tovar hayotiy davrining bir bosqichdan ikkinchi bosqichga o'tish chegarasini aniqlash uchun marketing xizmati qaysi ko'rsatkichlarni kuzatib borishlari lozim?

138. Yangi tovarni yaratish jarayonining dastlabki bosqichi qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

139. Korxona o'zining yangi tovarini o'ziga xos noyob xususiyatlarini ko'rsata olsa, sotishning va ishlatishning yuqoriroq servisini ta'minlasa, bu holda qaysi narx strategiyasidan foydalanishi mumkin?

140. "Yorib o'tish" strategiyasi qanday vaziyatda qo'llaniladi?

141. Korxona yangi tovarni bozorga kiritish bosqichida agar sotiladigan tovar hajmi kam bo'lsa, qaysi narx strategiyasidan foydalanadi?

142. Qaysi narx strategiya past narxlar orqali yangi bozorga tez kirib borish uchun ishlatiladi?

143. Qaysi narx strategiyasini korxona raqobatchilarga nisbatan katta hajmdagi mahsulotni bozorga kiritishi mumkin bo'lgan hollarda qo'llash maqsadga muvofiq hisoblanadi?

144. Qaysi narx strategiyasi korxona yangi tovar ishlab chiqarish va bu tovarni bozorga kiritish bilan bog'liq bo'lgan harajatlarini iloji boricha tezroq qoplash zarur bo'lgan hollarda qo'llaniladi?

145. Qaysi narx strategiyasida maqsad daromadlarni oshirish va korxonaning takror ishlab chiqarish, shuningdek, investitsion imkoniyatlarini ham kengaytirishdan iboratdir?