

1-mavzu: Marketingga kirish.

Reja:

1. Marketingning predmeti va asosiy yo‘nalishlari.
2. Marketingning rivojlanish tarixi (asosiy bosqichlari).
3. Marketingning asosiy vazifalari va ob’yektlari.
4. Marketingning tarixiy kelib chiqishi.

Mavzu bo‘yicha savollarga javob bering.

1. Marketingni mazmun mohiyati nimalardan iborat?
2. Marketingni asosiy rivojlanish bosqichlari nimadan iborat?
3. Zamonaviy marketing tushunchasini izohlab bering?
4. Marketingni asosiy kategoriyalari nimalardan iborat?
5. Bozor elementlariga nimalar kiradi?
6. Marketingni asosiy konsepsiyalari nimalardan iborat?
7. Marketing elementlari tarkibiga nimalar kiradi?
8. Sof marketing konsepsiyasi bilan sotishni (tijoratni) faollashtirish konsepsiyasi o‘rtasidagi farq nimadan iborat?
9. Ishlab chiqarishni takomillashtirish konsepsiyasi bilan tovar konsepsiyasi o‘rtasidagi farqni ko‘rsating?
10. O‘zbekistonda marketingni rivojlanishi va qo‘llanilishi haqida nimalarni bilasiz?

2-mavzu: Prinsiplari, vazifalari, funktsiyalari va marketing turlari.

Reja:

1. Bozor tadqiqoti, bozor tamoyillari.
2. Vazifalar, marketing faoliyati va taktikasini bozor strategiyasini ishlab chiqish.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Marketingni asosiy tamoyillarini qisqacha tushuntirib bering?
2. Marketingni asosiy vazifalari nimalardan iborat?
3. Marketingni asosiy funktsiyalarini tushuntirib bering?
4. Talabning holatiga ko'ra va bozorni rivojlanishiga ko'ra marketingni qanday turlarini bilasiz?
5. Sinxrommarketing mazmunini tushuntirib bering?
6. Rag'batlantiruvchi va rivojlanuvchi marketingni farqini tushuntirib bering?
7. Bozorni o'rganish va bozorga ta'sir etish deganda nimani tushunasiz?
8. Konversion marketing va demarketing o'rtasidagi farqlarni tushuntirib bering?
9. Korxonaning (firma) asosiy maqsadi nimadan iborat?
10. Bozorni bilish deganda nimani tushunasiz?

3-mavzu: Marketing faoliyatini ma'lumotlar bilan ta'minlash.

Reja:

1. Axborot marketingning ajralmas qismidir.
2. Axborot turlari va ularning tasnifi.
3. Ichki va tashqi ma'lumotlar. Asosiy va ikkilamchi ma'lumotlar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Marketing tadqiqotlari tizimi deganda nimani tushunasiz?
2. Marketing axboroti tizimini tuzilishi qanday?
3. Marketing axborotini asosini nimalar tashkil etadi?
4. Amaliyotda axborot to'plashni qanday uslublari qo'llaniladi?
5. Axborot to'plashni imitatsiya uslubi deganda nimani tushunasiz?
6. Axborotlarni tahlil qilish qanday olib boriladi?
7. Axborotlarni tahlil qilishda va qayta ishlashda qanday usullardan foydalaniladi?
8. Axborot manbalari nimalardan iborat?
9. Marketing tadqiqotlarining qanday uslublarini bilasiz?
10. Dala tadqiqotlari deganda nimani tushunasiz?

4-mavzu: Marketing tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish.

Reja:

1. Marketing tuzilishi haqida tushuncha.
2. Makromarketing va mikromarketing.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Marketing tizimi deganda nimani tushunasiz?
2. Korxonada marketingni tashkil etish jarayoni qanday amalga oshiriladi?
3. Marketingni boshqarish jarayoni necha bosqichdan iborat?
4. Marketing tashqi muhiti deganda nimani tushunasiz?
5. Ichki muhit omillariga nimalar kiradi?
6. Marketingni qanday turlarini bilasiz?
7. Makro va mikromarketing nima?
8. Marketingni boshqarish jarayonini takomillashtirish yo‘llari nimalardan iborat?
9. Innovatsion marketing va xolistik (yaxlit) marketing deganda nimani tushunasiz?
10. Bozor tamoyili asosida marketing faoliyatini tashkil etish qanday amalga oshiriladi?

5-mavzu: Marketing dasturi .

Reja:

1. Marketing dasturi tushunchasi.
2. Dastur- foyda olish uchun bozorda o'z o'rnini egallash yo'lining asosiy vositasidir.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Strategik rejalashtirishning maqsadi nimadan iborat?
2. Strategik rejalashtirishda korxona dasturini maqsadi nimadan iborat?
3. Korxonani o'sish strategiyasi qaysi yo'nalishda amalga oshiriladi va uni qanday bosqichlari mavjud?
4. Divesifikatsion o'sish deganda nimani tushunasiz?
5. Korxonani taktik rejasini maqsadi va roli nimadan iborat?
6. Marketing nazorati nima va uni qanday turlarini bilasiz?
7. Intensiv o'sish deganda nimani tushunasiz?
8. Integratsion o'sish mazmunini tushuntirib bering?
9. Marketing dasturi deganda nimani tushunasiz?
10. Marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi nimadan iborat?
11. Marketing rejasini asosiy bo'limlarini mazmuni nimadan iborat?
12. Marketing dasturini qanday turlarini bilasiz?
13. Maqsadli dastur deganda nimani tushunasiz?
14. Boston - konsalting guruhi matritsasini mazmunini izohlab bering.
15. Marketing dasturini kommunikatsiya siyosati bo'limida nimalarga e'tibor qaratilgan?
16. Marketing rejasi va marketing dasturi o'rtasidagi farq nimadan iborat?

6-mavzu: Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati.

Raja:

1. Marketingni rejalashtirish.
2. Marketing xizmatini tashkil etish.
3. Marketing nazorati.

Nazorat va va mulohaza uchun savollar.

1. Marketingda prognoz, prognozashtirish tushunchalarining mohiyatini yoritib bering?
2. Strategik rejani tuzish jarayonida tashkiliy ko'rsatkichlarni aniqlash qanday vazifalarni o'z ichiga oladi?
3. Strategik rejalashtirishning dastlabki harakat bosqichi qanday vazifalarni o'z ichiga oladi?
4. Marketing auditi nima?
5. Marketing auditining asosiy sohalari qaysilar?
6. Strategik rejalashtirish jarayonini tushuntirib bering va uning taktik rejalashtirishdan farqli jihatlarini tahlil qiling.
7. O'zingiz uchun tanish bo'lgan istalgan korxona misolida strategik rejalashtirish jarayonini tahlil qiling. Korxonaning strategik maqsadlari nimaga qaratilgan?
8. O'zingiz uchun tanish bo'lgan istalgan korxona misolida marketing auditi o'tkazish rejasini tuzib chiqing va asosiy bosqichlarini belgilab bering. 6W (who, what, when, where, why, way) qoidasi asosida uning kimlar? qachon? qayerda?, nima uchun?, qay tarzda? o'tkazilishini aniqlang. Sizningcha bu marketing auditi qaysi turga taalluqli?

7-mavzu: Bozor kon'yunkturasini tadqiq qilish va prognozlash.

Reja:

1. Marketing tadqiqotining asosiy yo'nalishlari.
2. Marketing tadqiqotlari usullari, qoidalari va tartiblari.
3. Bozor tadqiqotlari majmuasi. Bozor tuzilishini o'rganish.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Bozor kon'yunkturasi deganda nimani tushunasiz?
2. Bozor kon'nturasi tahlili qanday amalga oshiriladi?
3. Kon'yunktura sharhi deganda nimani tushunasiz?
4. Bozor hajmi ko'rsatkichi qanday aniqlanadi?
5. Bozor kon'yunkturasini bashorat qilish deganda nimani tushunasiz?
6. B ashorat qilishni qanday uslublarini bilasiz?
7. Ekspert baholash uslubi deganda nimani tushunasiz?
8. Bozor sig'imi deganda nimani tushunasiz?
9. Talabga ta'sir etuvchi omillarga nimalar kiradi?
10. Talab va uning turlarini izohlab bering?

8-mavzu: Marketing tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish.

Reja:

1. Bozor segmentatsiyasi va bozor segmenti tushunchalari.
2. Segmentatsiya jarayoni bosqichlari ketma-ketligi.
3. Bozor segmentatsiyasining asosiy tamoyillari: geografik, demografik, ijtimoiy-iqtisodiy, psixografik , xulq-atvor va boshqalar.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Bozor segmentatsiyasi deganda nimani tushunasiz?
2. Bozor segmentatsiyasining qanday turlarini bilasiz?
3. Bozor segmentatsiyasining asosiy tamoyillarini aytib bering.
4. Maqsadli segmentni tanlash deganda nimani tushunasiz?
5. Differensiallangan marketing strategiyasi deganda nimani tushunasiz?
6. Konsentrlangan marketing strategiyasining mazmuni nimadan iborat?
7. Makrosegmentlash deganda nimani tushunasiz?
8. Mikrosegmentlash deganda nimani tushunasiz?
9. Avvaldan segmentlash deganda nimani tushunasiz?
10. Tovarni pozitsiyalashtirish deganda nimani tushunasiz?

9-mavzu: Brend va branding.

Reja:

1. Brend tushunchasi.
2. Brend strategiyasi.
3. Brend tuzilishi.
4. Brendlash turlari.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Brend nima?
2. Muayyan maqsadli auditoriya uchun brendni (shaxsiy/korporativ) tanlash deganda nimani tushunasiz?
3. Brend yaratishning ko‘rinadigan va ko‘rinmas afzalliklari?
4. Brend mijozning idrokiga qanday ta’sir qiladi?
5. Muvaffaqiyatsiz brendlarga misollar. Va muvaffaqiyatsizlikning sababi nima?
6. Rebranding nima va uning qo‘llanilish sabablari nimada?
7. To‘g‘ri brend logotipini qanday tanlash mumkin? Va u nimani ko‘rsatishi kerak?
8. Tijorat brendlari milliy, davlat, siyosiy brendlar va boshqalardan nimasi bilan farq qiladi?
9. Brend kompaniyaning moliyaviy muvaffaqiyatini qanday belgilaydi?

10-mavzu: Tovar va tovar siyosati.

Reja:

1. Tashkilotda mahsulot siyosatining mazmuni va asosiy yo'nalishlari.
2. Marketingda mahsulot tushunchasi. Tovarlarining klasifikatsiyasi. Xizmatlar -mahsulotning alohida bir turidir. Xizmat klasifikatsiyasi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Marketingda tovar qanday vosita sifatida ta'riflanadi?
2. Tovarlar klassifikatsiyasini aytib bering.
3. Tovarining raqobatbardoshligi deganda nimani tushunasiz?
4. Tovarining yashash davri konsepsiyasini izohlab bering.
5. Tovar modifikatsiyasi deganda nimani tushunasiz?
6. Mahsulot differentsiatsiyasi nima?
7. Yangi tovar ishlab chiqarish jaravonini izohlab bering?
8. Tovar variatsiyasi deganda nimani tushunasiz?
9. Savdo markalariga bog'liq bo'lgan asosiy qarorlar nimalardan iborat?
10. Savdo markasining tadbirkorlik faoliyatidagi ahamiyatini izohlang?

11-mavzu: Narx va narx siyosati.

Reja:

1. Narxning mohiyati, marketingda narx tushunchasi.
2. Narxlarning asosiy tasniflari va turlari.
3. Asosiy narx omillari va ko'rsatkichlari. Narx funksiyalari.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Narx deganda nimani tushunasiz?
2. Narxga ta'sir etuvchi omillar nimalardan iborat?
3. Narxlashtirishni maqsadlari nimalardan iborat?
4. Yuqori narx strategiyasi qanday o'rnatiladi?
5. Past narx strategiyasi deganda nimani tushunasiz?
6. Tovarni hayotiylik sikli davomida mahsulot narxi qanday o'rnatiladi?
7. Narx qanday o'rnatiladi?
8. Narxni belgilash omillari nimalardan iborat?
9. Narxni qanday funksiyalari mavjud?
10. Narxni qanday turlarini bilasiz?

12-mavzu: Kommunikatsion siyosat.

Reja:

1. Kompleks marketing kommunikatsiyalari: reklama, savdoni rag'batlantirish, jamoatchilik bilan aloqalar, shaxsiy savdo .
2. Talabni shakllantirish va sotishni rag'batlantirish tizimining mohiyati, uning vazifalari va usullari .

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. To'g'ridan -to'g'ri marketing deganda nimani tushunasiz?
2. To'g'ridan -to'g'ri marketingning tamoyillari nimalardan iborat?
3. To'g'ridan -to'g'ri marketingning xaridor uchun ustunliklarini izohlang?
4. To'g'ridan -to'g'ri marketing shakllariga nimalar kiradi?
5. Internet marketing deganda nimani tushunasiz?
6. Internetda tovar siyosatining mohiyatini izohlang?
7. Integratsiyalangan to'g'ridan -to'g'ri marketing nima?
8. To'g'ridan - to'g'ri marketingda davlat siyosatining ahamiyati nimalardan iborat?
9. Interaktiv marketingning ahamiyatini ortib borishi sabablari nimalardan iborat?
10. Katalog marketingi deganda nimani tushunasiz?

13-mavzu: Raqamli marketing.

Reja:

1. Investitsiyalarni rivojlantirish jarayonlarini jadallashtirish vazifalari.
2. Ishlab chiqarishdagi sifat o'zgarishlariga e'tibor qaratish.
3. Agrosanoat majmuasiga zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. To'g'ridan-to'g'ri marketing deganda nimani tushunasiz?
2. To'g'ridan-to'g'ri marketingning tamoyillari nimalardan iborat?
3. To'g'ridan-to'g'ri marketingning xaridor uchun ustunliklarini izohlang?
4. To'g'ridan - to'g'ri marketing shakllariga nimalar kiradi?
5. Internet marketing deganda nimani tushunasiz?
6. Internetda tovar siyosatining mohiyatini izohlang?
7. Integratsiyalangan to'g'ridan -to'g'ri marketing nima?
8. To'g'ridan - to'g'ri marketingda davlat siyosatining ahamiyati nimalardan iborat?
9. Interaktiv marketingning ahamiyatini ortib borishi sabablari nimalardan iborat?
10. Katalog marketingi deganda nimani tushunasiz?

14-mavzu: Xalqaro marketing.

Reja:

1. Xalqaro marketingning xususiyatlari.
2. Xalqaro faoliyatni tashkil etish shakllari.
3. Xalqaro bozorlarni marketing tadqiqotlari

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Xalqaro bozorni tanlashda qaysi ko'rsatkichlarni o'rganish muhim?
2. Jahon bozorini segmentlashning qanday usullarini bilasiz?
3. Bozor kon'yunkturasini nima va uni qaysi ko'rsatkichlar tavsiflab beradi?
4. Bozor kon'yunkturasini bashorat qilish usullarini tushuntiring
5. Xorijiy mamlakatlarni tanlashda qaysi omillarga e'tibor berish zarur?
6. Maqsadli bozorlarni tanlashda qanday strategiyalar qo'llanadi?