

**Саволномаи имтиҳоноти давлатии хатмкунандагони  
шубъаи рӯзона дар соли таҳсили 2023-2024  
Ихтисоси 1-26 02 03 – маркетинг  
аз фанни маркетинг**

1. Мафҳум, моҳият ва асосҳои иҷтимоии маркетинг
2. Таърихи пайдоиш ва заминаҳои ташаккули маркетинг
3. Мақсадҳои низоми маркетинг дар фаъолияти корхонаҳои КАС
4. Принсипҳои асосии маркетинг дар муносибатҳои иқтисодӣ бозорӣ
5. Омилҳои ташаккулдиҳандаи микромуҳити маркетинги фаъолияти корхона
6. Фаъолияти тижоратии корхона ва вазифаҳои концепсияи маркетинг
7. Моҳият ва сохтори бозори истеъмолкунандагон
8. Омилҳои муайянкунандаи макромуҳити маркетингии фаъолияти корхона
9. Бозори кишоварзӣ вазифа ва низоми он
10. Усулҳо ва принсипҳои идоракунии маркетинги озуқаворӣ
11. Стратегияи фарогирии бозори кишоварзӣ ва омилҳои он
12. Принсипҳои ба гурӯҳҳо тақсим кардани бозор
13. Стратегияи коркарди маҳсулоти хӯрока
14. Аҳамияти борпеч ва нишонкунии маҳсулот
15. Таснифи намудҳои асосии мол
16. Хусусият ва вазифаи тамғаи мол
17. Силсилаи ҳаётии мол ва вазифаи маркетинг
18. Фаъолияти тижоратии корхона ва шаклҳои рақобати бозорӣ
19. Роҳҳои самараноки нархгузории мол дар шароити бозор
20. Хадамоти маркетингӣ, омилҳо ва мақсади инкишофи он дар корхонаҳои КАС
21. Маркетинг ҳамчун шартҳои муҳими фаъолияти хоҷагиҳои деҳқонӣ
22. Рушди экстенсивӣ ва интензивӣ дар кишоварзӣ
23. Нақш ва мақоми тадқиқоти маркетингӣ дар фаъолияти корхонаҳои КАС
24. Заминаҳои ташаккули концепсияи идоракунии маркетинг
25. Банақшагирии маркетинг ва намудҳои он
26. Бозори истеъмолӣ ва модели рафтори харидорон
27. Усулҳои паҳнкунии молҳо ва роҳҳои ташаккулдиҳии он
28. Шакл ва методҳои реклама
29. Ташкили фаъолияти маркетинги ширкатҳо
30. Бозор ва хусусиятҳои асосии он. Нархгузорӣ дар бозорҳо
31. Фаъолияти ширкатҳо дар бозори ба байналхалқӣ
32. Маркетинги шабакавӣ: хусусиятҳо ва вазифаҳои он
33. Тартиб додани барномаи маркетинги ширкатҳо
34. Мақсад ва вазифаҳои Интернет – маркетинг
35. Истифодаи Интернет – маркетинг
36. Идоракунии маркетинг - идоракунии тақозои харидорон
37. Мақсад ва қоидаҳои иштирок дар намоишгоҳҳо ва ярмаркаҳо

38. Пешгӯи кардани вазъи бозор
39. Таҳлили бозори кишоварзӣ ва озуқаворӣ
40. Мол, тамға ва борпечкунии молҳо
41. Банақшагирии фаъолияти рекламавии корхона
42. Ташкили фаъолияти рекламавӣ дар корхона
43. Реклама ҳамчун омили пешбаранда дар фаъолияти тиҷоратӣ
44. Маркетинги байналхалқӣ ва нақши он дар рушди соҳаҳои истеҳсолот
45. Маркетинг дар ташкили фаъолияти тиҷоратии ширкатҳо
46. Маркетинги ғайритиҷоратӣ: мафҳум, мақсад ва хусусиятҳо
47. Сегментатсияи бозор ва намудҳои он
48. Афзалиятҳои Интернет – маркетинг
49. Тадқиқоти маркетингӣ ва роҳҳои гузаронидани он
50. Омилҳои ташаккулдиҳандаи макромухити маркетингӣ ва намудҳои он
51. Заминаҳои ташаккулёбии маркетинг
52. Намудҳои маркетинг ва ҷорабиниҳои онҳо
53. Сиёсати нарх ва нархгузорӣ дар бозор
54. Маркетинги хизматрасонӣ ва хусусиятҳои он
55. Ҳалли маркетингии савдои яклухт ва чакана
56. Самаранокии ташкили фаъолияти маркетингиро дар ҷӣ мебинед?
57. Унсурҳои асосии бозор.
58. Агар Шумо маҳсулоти худро реклама карданӣ бошед концепсияи Шумо ҷӣ хел аст?
59. Кадом намуди бозор ба фурӯши маҳсулоти Шумо (дар мисоли истеҳсоли пахта) наздик аст?
60. Мақсад ва вазифаҳои маркетинги муосир.