

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И  
ИННОВАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН  
САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ»



Перечень вопросов итогового экзамена в весеннем семестре 2025/2026  
учебного года по дисциплине «Маркетинг» для студентов направления  
образования 60410100- «Экономика» (по отраслям и сферам).

Самарканд - 2025

81. План маркетинга это:
82. Маркетинговый контроль это:
83. Какие типы контроля относятся к типам маркетингового контроля?
84. Контроль за выполнением годовых планов включает в себя:
85. Под маркетинговым аудитом понимается:
81. Что такое маркетинг?
82. Какую основную цель преследует практический маркетинг?
83. Какой из следующих элементов не является частью маркетингового микса?
84. Что подразумевается под понятием "целевой рынок"?
85. Какой метод маркетинга включает в себя анализ и сегментацию рынка?
86. Какой из следующих факторов не влияет на формирование цены товара?
87. Что такое SWOT-анализ в контексте маркетинга?
88. Какое утверждение верно о бренде?
89. Что такое B2B?
90. Что такое рынок?
91. Какой метод формирования маркетингового бюджета считается наиболее стратегически обоснованным?
92. В чём ключевое преимущество метода процента от продаж?
93. Какой фактор оказывает наибольшее влияние на формирование маркетингового бюджета?
94. Какой метод бюджетирования считается наименее эффективным?
95. Какой показатель наиболее полно отражает эффективность маркетингового бюджета?
96. В чём заключается суть метода ориентации на конкурентов?
97. Какой элемент является ключевым при разработке маркетингового бюджета?
98. Какой риск связан с методом ориентации на конкурентов?
99. Что включает процесс распределения маркетингового бюджета?
100. Как влияет стадия жизненного цикла продукта на маркетинговый бюджет?
101. Какой метод бюджетирования наиболее подходит для стартапов?
102. Какой показатель наиболее полно отражает результативность рекламной кампании?
103. Какой основной недостаток метода процента от продаж?
104. Что является определяющим фактором при выборе метода формирования маркетингового бюджета?



1. Что является главным в определении маркетинг?
2. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:
3. Чувство нехватки, ощущаемое человеком - это:
4. Все то, что может удовлетворить нужду и предлагается рынком называется:
5. Дайте четкое определение маркетинга?
6. Назовите, какая из предложенных ориентации коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга.
7. Какая из перечисленных в вопросе ориентации соответствует концепции социально- этнического маркетинга?
8. Какая концепция маркетинга используется на рынке, где спрос на товары превышает предложение (дефицит товаров)?
9. Какой из формулировок целей вы отдаёте предпочтение?
10. Система качества должна:
11. Укажите среди перечисленных функции маркетинга:
12. К какой функции относится изучение конкурентов?
13. К какой функции относится планирование маркетинга?
14. К какой функции маркетинга относится сбыт товаров?
15. Что изучает производственная функция?
16. Что такое маркетинговая информация?
17. Виды маркетинговой информации?
18. К источникам вторичной информации относятся:
19. К источникам первичной информации относятся:
20. Дайте определение системе маркетинговых исследований?
21. Что такое маркетинговая среда?
22. Что входит микро среду компании?
23. Что понимается под макросредой компании?
24. Какие факторы влияют на макросреду компании?
25. Какие факторы влияют на макросреду компании?
26. Что такое потребительский рынок?
27. Виды покупательского поведения:
28. Что вы понимаете под покупательским поведением?
29. Какие факторы влияют на поведение потребителей?
30. Какие потребители относятся к категории верящих потребителей?
31. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:
32. Позиционирование рынка это:
33. Под сегментацией рынка понимается:
34. Какие основные принципы сегментации вы знаете?
35. На какой сегмент направлена стратегия концентрированного маркетинга?
36. Вы купили газету, к какому виду товара вы ее отнесете?
37. К какому виду товара вы отнесете сделанный вами заказ на доставку на дом приобретенного в магазине холодильника?
38. Под товарным ассортиментом понимается:
39. Под товарной номенклатурой понимается:
40. Потребительская стоимость товара это:

41. Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара.
42. Жизненный цикл товара это:
43. На этапе зрелости затраты на маркетинг:
44. На стадии внедрения товара:
45. На стадии зрелости товара:
46. Цена товара это:
47. Под ценовой политикой понимается:
48. Какие методы установления цен являются наиболее распространенными?
49. Какой из методов установления цен отражает традиционную ориентацию на производство, и в меньшей степени на рыночный спрос?
50. Назовите условия, при которых фирме выгодно проводить ценовую политику, называемую «внедренческая».
51. Под маркетинговыми стратегиями понимается:
52. Какие стратегии относятся к базовым маркетинговым стратегиям?
53. Стратегия «снятие сливок» предполагает:
54. Стратегия «политики вытеснения»
55. Какие стратегии маркетинга относятся к ценовым?
56. Под каналом распределения понимается:
57. Канал нулевого уровня это:
58. Двухуровневый канал распределения это:
59. Дайте определение уровня каналов распределения:
60. Что такое протяженность канала распределения?
61. Под розничной торговлей понимается:
62. Виды розничной торговли:
63. Под товарной биржей понимается:
64. Возмозность установления коммерческих контактов между производителем и потенциальными покупателями создают:
65. Что входит в розничную торговлю?
66. Под оптовой торговлей понимается:
67. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?
68. К стимулированию сбыта можно отнести:
69. К какому типу биржи Вы бы отнесли ярмарку товаров?
70. Каких видов бывают коммерческие контакты субъектов рынка?
71. Под каналом распределения понимается:
72. Канал нулевого уровня это:
73. Двухуровневый канал распределения это:
74. Дайте определение уровня каналов распределения:
75. Что такое протяженность канала распределения?
76. Реклама выступает как:
77. По какому признаку классифицируются рекламные компании:
78. Какие виды маркетинговых инструментов относятся к видам маркетинговых коммуникаций?
79. Под рекламой понимается:
80. К основным видам PR относятся: