

**Самаркандский институт экономика и сервис  
кафедры Маркетинга**

**Список вопросов для итогового экзамена (письменного) по предмету «Модели  
маркетинговой стратегии» в осеннем семестре 2025/2026 учебного года**

1. Объясните значение модели персоны и сегментации на основе потребностей.
2. Объясните стратегии инфлюенс-маркетинга и пользовательского контента (UGC).
3. В вашем ресторане существуют проблемы с планированием и организацией предоставления услуг. Как вы можете помочь их решить? Сочетайте ваши решения с теоретическими знаниями.
4. Объясните, как изменение характеристик внешней среды влияет на внутреннюю среду.?
5. Объясните культурные измерения (Хофстеде) и характеристики стратегического позиционирования.
6. Оптовый поставщик сталкивается с трудностями в расширении и углублении своего ассортимента продукции. Как вы можете помочь в их решении? Сочетайте ваши решения с теоретическими знаниями.
7. Объясните суть модели «5 сил» (Портера) и отраслевого анализа.
8. Объясните содержание модели «Тройной нижней линии» и её возможности.
9. Компания по производству мебели сталкивается с проблемами, связанными с пересмотром стратегий бренда. Как вы можете помочь их решить? Сочетайте ваши решения с теоретическими знаниями.
10. Объясните сравнительный анализ моделей PESTEL, STEEP и DESTEP.
11. Объясните разницу между омниканальными и многоканальными стратегиями.
12. Торговая компания сталкивается с проблемами, связанными с изменением глубины и ширины своего ассортимента продукции. Как вы можете помочь их решить? Сочетайте ваши решения с теоретическими знаниями.
13. Объясните суть и важность стратегий устойчивого маркетинга и социального маркетинга.
14. К чему относится экосистема MarTech (маркетинговые технологии)? Прокомментируйте свой ответ.
15. Компания по производству безалкогольных напитков сталкивается с проблемами таргетирования рекламы на определенные сегменты. Как вы можете помочь их решить? Сочетайте ваши решения с теоретическими знаниями.
16. Что такое экосистема MarTech (маркетинговые технологии)? Объясните, используя конкретный пример продукта.
17. Объясните сущность и важность модели STP: сегментация, таргетинг, позиционирование.
18. Строительная компания испытывает проблемы с поиском и определением сырья. Какую маркетинговую помощь вы можете оказать для их решения? Сочетайте ваши решения с теоретическими знаниями.
19. Какова, по вашему мнению, основная задача моделей маркетинговой стратегии?
20. В каких секторах экономики следует чаще использовать модели маркетинговой стратегии?

**Заведующий кафедры Маркетинга**

**Д.Х.Холмаматов**