

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
“Marketing” kafedrası
“Neyromarketing” fanidan 2025/2026-o‘quv yili kuzgi semestrida yakuniy
imtihon (yozma)da tushadigan savollar ro‘yxati

1. Abraham Maslouning ehtiyojlar iyerarxiyasi nazariyasi va uning neyromarketingdagi o‘rnini yoritib bering.
2. An’anaviy marketing va neyromarketingdagi farqlarini tushuntirib bering.
3. Aromamarketingni savdo maydonlarida qo‘llash qoidalarini tushuntirib bering.
4. Audiomarketingda qo‘llanilishi lozim bo‘lgan asosiy qoidalarini tushuntirib bering.
5. Bolalar marketingining o‘ziga xos xususiyatlarini ochib bering.
6. Bolalar tovarlari marketingining sirlarini yoritib bering.
7. Bolalar tovarlari segmentida raqobatbardoshlikni oshirishga ta’sir qiluvchi omillarni yoritib bering.
8. Bolalar tovarlarini targ‘ib qilishda uchraydigan muammolar.
9. Brend arxetiplari va ularning neyromarketingdagi o‘rni.
10. Brend va tovar yaratishda hissiy marketingning o‘rnini yoritib bering.
11. Chakana savdo maydonlarini shakllantirishda neyromarketingdan foydalanishning o‘ziga xos jihatlari
12. Erkaklar va ayollarning umumiy qabul qilingan xususiyatlari va ularning neyromarketingdagi o‘rnini yoritib bering.
13. Iste’molchilarga “ta’sir o‘tkazish” yoki ularni “ishontirish”ga ta’sir etuvchi omillar va ularning mazmuni tushuntirib bering.
14. Iste’molchilarning jinsini hisobga olgan holda tovarlarni targ‘ib qilishning o‘ziga xos jihatlari tushuntirib bering.
15. Iste’molchilarning xulq-atvoriga, qarorlariga ta’sir qiluvchi tashqi va ichki omillarni yoritib bering.
16. Marketing va neyromarketingda narx belgilashning o‘ziga xos xususiyatlari.
17. Marketingda neyroyondoshuvlar va ularning mohiyati.
18. Narx belgilashning iqtisodiy strategiyalari va ularning mazmuni tushuntirib bering.
19. Narxlarni idrok etish psixologiyasini tushuntirib bering.
20. Neyromarketing tushunchasi va uni qo‘llanish sohalarini yoritib bering.
21. Neyromarketingda inson miyalarining qaror qabul qilish jarayoniga ta’sirini tushuntirib bering
22. Neyromarketingda narx belgilash usullari va ularning mazmuni.
23. Neyromarketingda segmentatsiya tushunchasi va turlari.
24. Onlayn reklamada neyromarketing vositalaridan foydalanish qoidalarini tushuntirib bering.
25. Savdo maydonlarida aromamarketingdan foydalanishning ijobiy tomonlari va ularning mazmunini tushuntirib bering.
26. Savdo nuqtalarini loyihalashda xushbo‘y hidlardan foydalanishning o‘ziga xos jihatlari.

27. Ta'm va sezgi hislariga ta'sir qilish orqali sotuv hajmini oshirish yo'llarini tushuntirib bering.

28. Tovar va brend yaratishda qo'llaniladigan psixologik neyroyondoshuvlarni tushuntirib bering.

29. Tovar va xizmatlarni sotishda tovush effektlaridan foydalanishning o'ziga xos jihatlari.

30. Tovar va xizmatlarni targ'ib qilishda sensorli marketing mexanizmlaridan foydalanish qoidalarini tushuntirib bering.

31. Tovar va xizmatlarni targ'ib qilishning psixologik usullarini tushuntirib bering.

32. Tovarning tashqi ko'rinishi (qadog'i)ni yaratishdagi neyromarketing talablarini yoritib bering.

33. Zigmund Freyd nazariyalari va ularning neyromarketingdagi o'rnini yoritib bering.

"Marketing" kafedrasi mudiri



D.H.Xolmamatov