

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Marketing kafedrası

Tadbir va ko'ngil ochar dasturlar marketinggi fanidan 2025/2026-o'quv yili kuzgi semestrda yakuniy imtihon (test)da tushadigan savollar ro'yxati

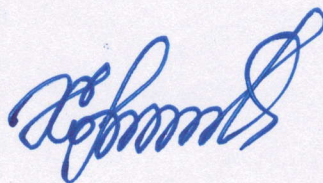
1. Event marketing tushunchasi.
2. Tadbirlar marketingining maqsadi nimadan iborat?
3. Tadbirlar marketingining vazifasi nimalardan iborat?
4. Tadbirlar marketingining afzalliklari.
5. Ko'ngilochar tadbirlarning asosiy maqsad nimalardan iborat?
6. Uchrashuv tadbirlarining asosiy maqsad nimalardan iborat?
7. Madaniy-ko'ngilochar va ijtimoiy tadbirlar qanday yo'nalishlarda tashkil etiladi?
8. Konferensiyalar va seminarlar.
9. Konsertlar, festivallar va sport tadbirlari.
10. Ko'rgazmalar.
11. Yarmarkalar.
12. Festival.
13. Simpozium.
14. Ochilish tadbirlari (Opening events).
15. Korporativ tadbirlar (Corporate events).
16. Onlayn tadbirlar (Virtual events).
17. Maxsus tadbirlar (Special events).
18. BTL agentliklari.
19. Matbuot vakillari bilan uchrashuv (Press-konferensiya).
20. Professional konferensiya tashkilotchilari (PCO – Professional Conference Organizer).
21. MICE.
22. Meetings (Uchrashuvlar).
23. Incentives (Motivatsion va rag'batlantiruvchi sayohatlari).
24. Exhibitions/Events (Ko'rgazmalar va boshqa tadbirlar).
25. Yangi mahsulot taqdimoti.
26. Homiylikning asosiy yo'nalishlari.
27. Eksklyuziv homiy.
28. Bosh homiy.
29. Press-reliz.
30. Press launch.
31. Event marketing samaradorligi nimani ko'rsatadi?
32. Samaradorlikni baholash qachon amalga oshiriladi?
33. Event KPilar nimani o'lchaydi?
34. Samaradorlik bahosi nimaga xizmat qiladi?
35. Qaysi ko'rsatkich sifat ko'rsatkichidir?
36. ROI nimani anglatadi?
37. Samaradorlikni oshirish nimani talab qiladi?
38. Event natijalari qayerda aks etadi?
39. Baholashda qaysi usul muhim?

40. Samaradorlikni noto'g'ri baholash nimaga olib keladi?
41. Event marketing brend sodiqligini qanday oshiradi?
42. Brend sodiqligi nimani anglatadi?
43. Sodiqlik qachon shakllanadi?
44. Event marketing sodiqlikka qanday ta'sir qiladi?
45. Sodiq auditoriya nimasi bilan farq qiladi?
46. Sodiqlikni o'lchashda nima muhim?
47. Event sodiqlikni qaysi bosqichda kuchaytiradi?
48. Sodiqlik nimaga olib keladi?
49. Sodiqlikni saqlash nimani talab qiladi?
50. Event marketingda sodiqlik nima bilan bog'liq?
51. Event marketingda fokus-guruh nima?
52. Fokus-guruh nimaga xizmat qiladi?
53. Fokus-guruh qaysi bosqichda foydali?
54. Eventda fokus-guruhning afzalligi nimada?
55. Fokus-guruh kimlardan iborat bo'ladi?
56. Fokus-guruh natijalari nimani beradi?
57. Fokus-guruh orqali nima aniqlanadi?
58. Event marketingda fokus-guruhning roli qanday?
59. Fokus-guruh qaysi usul bilan ishlaydi?
60. Fokus-guruhsiz tadbir nimaga olib kelishi mumkin?
61. Event marketingda kommunikatsiya kanallari nimani ta'minlaydi?
62. Qaysi kanal event marketingda muhim hisoblanadi?
63. Event marketingda onlayn kanal nimani kengaytiradi?
64. Kommunikatsiya kanallari tanlash nimaga bog'liq?
65. Event marketingda ijtimoiy tarmoqlar nimaga xizmat qiladi?
66. Oflayn kanalning ustunligi nimada?
67. Kanallarni integratsiyalash nimani beradi?
68. Event marketingda OAV roli nimada?
69. Kommunikatsiya kanali noto'g'ri tanlansa nima bo'ladi?
70. Event marketingda kanal samaradorligi nimaga bog'liq?
71. Event marketingda innovatsiya nimani anglatadi?
72. Innovatsion tadbir nimasi bilan ajralib turadi?
73. Texnologiya event marketingda nimani oshiradi?
74. Innovatsion yondashuv nimaga xizmat qiladi?
75. Event marketingda VR/AR nima beradi?
76. Innovatsiya qaysi riskni talab qiladi?
77. Innovatsion tadbir qaysi auditoriya uchun muhim?
78. Innovatsion yondashuv nimani kuchaytiradi?
79. Texnologiyasiz event nimani yo'qotadi?
80. Innovatsion event natijasi nimada ko'rinadi?
81. Event marketingda zamonaviy tendensiya nimani ko'rsatadi?
82. Gibril tadbir nimani anglatadi?
83. Zamonaviy eventda qaysi omil muhim?
84. Barqarorlik (sustainability) nimani anglatadi?
85. Ma'lumotga asoslangan event nimaga tayangan?

86. Zamonaviy auditoriya nimani kutadi?
87. Texnologik tendensiya nimani kuchaytiradi?
88. Zamonaviy eventda xavfsizlik nimani ta'minlaydi?
89. Tendensiyalarni e'tiborsiz qoldirish nimaga olib keladi?
90. Zamonaviy event marketing nimaga yo'naltirilgan?
91. Event marketingning asosiy afzalligi nimada namoyon bo'ladi?
92. Event marketing qaysi jihati bilan reklama samaradorligini oshiradi?
93. Event marketing nima sababli samarali hisoblanadi?
94. Event marketingning iqtisodiy afzalligi nimada?
95. Event marketing qaysi sharoitda foydali?
96. Event marketingning kommunikativ afzalligi nimada?
97. Event marketing nimani kuchaytiradi?
98. Event marketing tadbiridan keyin nima davom etadi?
99. Event marketingning ijtimoiy afzalligi nimada?
100. Event marketingda auditoriya qanday rol o'ynaydi?
101. Event marketing va an'anaviy reklama o'rtasidagi asosiy farq nimada?
102. An'anaviy reklama bilan solishtirganda event marketing nimani beradi?
103. Event marketingda auditoriya qanday holatda bo'ladi?
104. An'anaviy reklama nimaga asoslanadi?
105. Event marketing qaysi jihati bilan ustun?
106. An'anaviy reklamada iste'molchi qanday rol o'ynaydi?
107. Event marketingda aloqa qanday bo'ladi?
108. An'anaviy reklama qaysi muammoga duch kelmoqda?
109. Event marketing qaysi vosita bilan ishlaydi?
110. Event marketing qaysi natijani beradi?
111. Event marketingda maqsadli auditoriya nima uchun muhim?
112. Maqsadli auditoriya noto'g'ri tanlansa nima yuz beradi?
113. Maqsadli auditoriya qanday aniqlanadi?
114. Event marketingda auditoriya nimaga asoslanib tanlanadi?
115. Maqsadli auditoriya portreti nimani ifodalaydi?
116. Auditoriyani segmentlash nima beradi?
117. Event marketingda auditoriya qanday rol bajaradi?
118. Auditoriya tadbirda nimani oladi?
119. Auditoriya bilan ishlash nimani ta'minlaydi?
120. Event marketingda auditoriya qaysi sifatga ega bo'lishi kerak?
121. Event marketing strategiyasi nimaga asoslanadi?
122. Strategik event marketing nimani ko'zlaydi?
123. Event marketing strategiyasida konsepsiya nimani belgilaydi?
124. Event marketing strategiyasi qaysi bosqichdan boshlanadi?
125. Strategik yondashuv event marketingda nimani ta'minlaydi?
126. Event marketing strategiyasi qaysi omilni hisobga oladi?
127. Event marketing strategiyasi nimaga xizmat qiladi?
128. Strategik event marketing nimani uyg'unlashtiradi?
129. Event marketing strategiyasi muvaffaqiyati nimaga bog'liq?
130. Event marketing strategiyasi natijasi nimada namoyon bo'ladi?
131. Event marketingda hissiy ta'sir nimani kuchaytiradi?

132. Tajriba asosidagi tadbir nimani talab qiladi?
133. Ijobiy hislar nimaga ko'chadi?
134. Hissiy muhit nimaga bog'liq?
135. Salbiy tajriba nimaga olib keladi?
136. Tajriba marketingi nimani markazga qo'yadi?
137. Hissiy aloqa qachon kuchli bo'ladi?
138. Event tajribasi nimani beradi?
139. Hissiy ta'sir natijasi nima?
140. Tajriba qanday bo'lishi kerak?
141. Event marketing PRda nimani yaratadi?
142. Imij nimaga asoslanadi?
143. PR uchun qaysi bosqich muhim?
144. Imijni nima buzadi?
145. PR materialini nimadan iborat?
146. Event PR nimani oshiradi?
147. Imij qayerda shakllanadi?
148. PR ta'siri qachon davom etadi?
149. Imij nimani ifodalaydi?
150. Event PR nimaga xizmat qiladi?
151. Tadbir rejalashtirish nimadan boshlanadi?
152. Rejalashtirish nimani kamaytiradi?
153. Reja nimani belgilaydi?
154. Rejalashtirishda risk nima?
155. Reja qaysi omilga mos bo'lishi kerak?
156. Rejalashtirish natijasi nima?
157. Tadbir jadvali nimani ta'minlaydi?
158. Rejalashtirish qaysi bosqichda muhim?
159. Reja o'zgaruvchan bo'lishi nimani beradi?
160. Rejalashtirish qaysi natijani beradi?

Marketing kafedrasi mudiri



D.H.Xolmamatov