**Саволнома аз фанни менеҷмент ва маркетинг барои курсҳои чорум**

1. Идоракунӣ ва намудҳои он
2. Маъно ва моҳияти маркетинг
3. Ҷараёни идоракунӣ ва элементҳои оддии он
4. Принсипҳои асосии маркетинг
5. Рушди эволутсионӣ назарияи идоракунӣ
6. Иштирокчиёни асосии маркетинг
7. Менеҷмент ҳамчун фаъолият ва системаи донишҳои илмӣ
8. Мақсадҳои системаи маркетинг
9. Менеҷер ҳамчун намуди фаъолияти роҳбарӣ
10. Ҳолати талабот ва вазифаи маркетинг
11. Ақидаҳои идоракунӣ дар замонҳои қадим
12. Консепсияҳои идоракунии маркетинг
13. Ф. Тейлор – асосгузори менеҷменти илмӣ
14. Таҳлили имкониятҳои бозор
15. Принсипҳои идоракунии маъмурии А. Фаёл
16. Хоста гирифтани қисмҳои мақсадноки бозор
17. Мактабҳои асосии афкори идоракунӣ
18. Коркарда баромадани комплекси маркетингї
19. Намудҳои менељмент.
20. Дар ҳаёт љори кардани чорабиниҳои маркетингї
21. Функсияҳои (вазифаҳои) менељмент.
22. Омилҳои асосии микромуҳити фаъолияти фирма ( корхона).
23. Усулҳои фаъолияти идоракунї ва принсипҳои амалигардонии онҳо
24. Омилҳои асосии макромуҳити фаъолияти фирма ( корхона).
25. Принсипҳои менељмент
26. Намунаи рафтори харидорон
27. Сиёсати кадрї
28. Сифати (тавсифи) харидорон
29. Услубҳои идоракунї
30. Раванди (протсеси) қабули қарор оид ба харид
31. Пардохт ва ҳавасмандгардониї меҳнат.
32. Бозори молҳои дар саноат истифодашаванда
33. Хусусиятҳои муқоисавиї намудҳои идоракунии Амрикої ва Љопонї
34. Бозори фурўшандагони мобайнӣ
35. Такилот ва аломатҳои он
36. Бозори муассисаҳои давлатї
37. Системаи идоракунии ташкилот ва сохтори он
38. Мақсади асосии омўхтани маркетинги озуқаворї
39. Схемаи ташкилии идоракунӣ
40. Идоракунии маркетинги озуқаворї
41. Мушкилот ҳамчун заминаи қабули қарор
42. Самаранокии маркетинг
43. Қарор ва намудҳои он
44. Истеъмолкунанда ва маркетинги озуқаворї
45. Қарори самаранок ва марҳилаҳои қабули он
46. Принсипҳои ба гурўҳҳо тақсим кардани бозор
47. Мафҳум ва намудҳои даленокӣ
48. Интихоби қисми (сегменти) мақсадноки бозор
49. Назарияҳои таркибии далелнокӣ
50. Вогузории молҳо дар бозор
51. Назарияҳои тартибии далелнокӣ
52. Намудҳои асосии таснифи молҳо
53. Далелҳои иқтисодии фаъолияти одамон
54. Қоидаҳои додани тамѓа
55. Усулҳои ғайрииқтисодии далелнокӣ
56. Аҳамияти печондан ва нишонкунии молҳо
57. Моҳият ва вазифаҳои менеҷменти кадрӣ
58. Аҳамияти идораҳои хизматрасонї
59. Ҳайат ва сохтори он
60. Стратегияи кор карда баромадани моли нав
61. Ташкили интихоби кадрҳо
62. Муносибат ба марҳилаҳои ҳаёти мол (этапы полноценного цикла товара)
63. Функсия (вазифаҳо) ва ӯдадориҳои роҳбар
64. Ба вуљудоии нарх дар шаклҳои гуногуни бозор.
65. Сифати роҳбар
66. Усули ҳисоби нархи ибтидої.
67. Муқарраркунии нарх ба молҳои нав.
68. Зердастон ва ӯҳдадории онҳо
69. Бо ташаббус таѓйирёбии нарх.
70. Ахбори идоракунӣ ва қонуниятҳои ҳаракати он
71. Схемаҳои ташкилии идоракунӣ
72. Ҳиссиёти фирма (корхона) на таѓйирёбии нархи моли рақибон.
73. Марҳилаҳои мубодилаи ахбор
74. Хусусиятҳои каналҳои паҳнкунї
75. Намудҳои мубодилаи ахбори дохили ташкилӣ
76. Роҳҳои ташаккулдиҳии таркиби каналҳо
77. Намудҳои ихтилофи дохилиташкилӣ
78. Ҳалли проблемаи ҳаракати мол
79. Ҷараёни ихтилофот
80. Хусусиятҳои савдои чакана
81. Стратегияи бартараф намудани ихтилофот
82. Хусусиятҳои савдои яклухт
83. Гуфтушунид ҳамчун воситаи ҳалли ихтилоф
84. Мақсад ва вазифаҳои эълон (реклама)
85. Роҳбар ва сарвар
86. Давраҳои кор карда баромадани нақшаи эълон (реклама).
87. Консепсияи сарварӣ
88. Принсипҳои тартибдиҳии эълон (реклама)
89. Услуби роҳбари ва моҳияти он
90. Интихоби воситаҳои асосии паҳнкунии маълумотҳо
91. Услуби асосии роҳбарӣ
92. Омўхтани муҳити маркетинги байналхалқї
93. Мафҳуми шахсият ва сохтори психологии он
94. Мақсади баромадан ба бозорҳои берунї
95. Шахсият ва муҳити он
96. Усулҳои ба бозорҳои берунї баромадан
97. Сармояи инсонӣ
98. Мукаммалгардонии таркиби комплекси маркетингї
99. Мафҳуми ҳокимият

 **Нозир – ҳуҷҷатнигор Ғашов М.**