

BAXIŞ[Testler/2301#01#Q15 500 qiyabi/Baxiş](#)**TEST: 2301#01#Q15 500 QIYABI**

Test	2301#01#Q15 500 qiyabi
Fənn	2301 - Aqromarketing
Təsviri	[Təsviri]
Müəllif	Əhmədova T.
Testlərin vaxtı	10 dəqiqə
Suala vaxt	0 Saniyə
Növ	İmtahan
Maksimal faiz	500
Keçid balı	375 (75 %)
Suallardan	500
Bölmələr	26
Bölmələri qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Köçürməyə qadağa	<input type="checkbox"/>
Ancaq irəli	<input type="checkbox"/>
Son variant	<input type="checkbox"/>

BÖLMƏ: 0101

Ad	0101
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Marketing anlayışı inkişaf prosesində dəyişmişdir: (Çəki: 1)

- elmi tədqiqatlar
- istehsal
- marketing fəalliyəti
- iqtisadiyyat
- eksperimentlər

Sual: Marketing nəzəriyyəsi yaranmışdır: (Çəki: 1)

- Almaniyada
- Avstraliyada

- ABŞ-da
 - Latin Amerikasında
 - Yunanıstanda
-

Sual: "Marketing" termini ilk dəfə işlətmişdir? (Çəki: 1)

- F.Kotler
 - A.Smitt
 - C. Makkormik
 - F.Kene
 - D.Rikardo
-

Sual: Satış və stimullaşdırma məqsədə nail olma vasitəsi kimi konsepsiyaya aiddir? (Çəki: 1)

- marketing
 - istehsalın təkmilləşdirilməsi
 - satış
 - malların təkmilləşdirilməsi
 - marketingə istiqamətlənən məhsul
-

Sual: Marketing məqsədəçatma vasitəsi kimi konsepsiyaya aiddir? (Çəki: 1)

- marketing
 - istehsalın təkmilləşdirilməsi
 - satış
 - malların təkmilləşdirilməsi
 - marketingə istiqamətlənən məhsul
-

Sual: Satışın artırılması yolu ilə gəlirin olunması – son məqsəd konsepsiyasıdır? (Çəki: 1)

- marketingin
 - istehsalın təkmilləşdirilməsi
 - satışın
 - malların təkmilləşdirilməsi
 - marketingə istiqamətlənən məhsul
-

Sual: Alıcı tələbinin ödənilməsi hesabına gəlirin olması – son məqsəd konsepsiyasıdır? (Çəki: 1)

- marketingin
 - istehsalın təkmilləşdirilməsi
 - satışın
 - malların təkmilləşdirilməsi
 - marketingə istiqamətlənən məhsul
-

Sual: Məhsul – çıxış məntəqəsidir? (Çəki: 1)

- marketingin

- istehsalın təkmilləşdirilməsi
 - satışın
 - malların təkmilləşdirilməsi
 - marketingə istiqamətlənən məhsul
-

Sual: Alıcıların ödəmə qabiliyyətli tələbi – çıxış məntəqəsi konsepsiyasıdır? (Çəki: 1)

- marketingin
 - istehsalın təkmilləşdirilməsi
 - satışın
 - malların təkmilləşdirilməsi
 - təchizatın
-

Sual: Əmtəənin əsas götürülməsi marketing fəaliyyətinin mərhələsi kimi səciyyələndirilib? (Çəki: 1)

- 1850-1920
 - 1860-1920
 - 1860-1930
 - 1850-1940
 - 1880-1950
-

Sual: Satışın əsas götürülməsi marketing fəaliyyətində mərhələ kimi götürülüb? (Çəki: 1)

- 1950-1960
 - 1860-1920
 - 1930-1950
 - 1850-1960
 - 1950-1970
-

Sual: Bazarın əsas götürülməsi marketing fəaliyyətində mərhələ kimi götürülüb? (Çəki: 1)

- 1940-1950-ci illərdə
 - 1860-1920-ci illərdə
 - 1950-1960-cı illərdə
 - 1850-1860-cı illərdə
 - 1845-1870-ci illərdə
-

Sual: Marketing idarəetməsi marketing fəaliyyətində mərhələ kimi götürülüb? (Çəki: 1)

- 1945
 - 1950
 - 1960
 - 1970
 - 1980
-

Sual: ASK sistenində torpaga, istehsal vasitələrinə , satılan mallara mülkiyyətin çoxnövlülük forması: (Çəki: 1)

- planlı iqtisadiyyatın inkişafının nəticəsidir
- məhsuldarlığın aşağı düşməsi səbəbidir
- aqromarketinqin əsas xüsusiyyətidir
- planlı iqtisadiyyatın əsas xüsusiyyətidir
- sərt iqtisadiyyatın xüsusiyyətləri

Sual: Təsərrüfatçılığın müxtəlif formada təşkili: (Çəki: 1)

- planlı iqtisadiyyatın inkişafının nəticəsidir
- məhsuldarlığın aşağı düşməsi səbəbidir
- aqromarketinqin əsas xüsusiyyətidir
- planlı iqtisadiyyatın əsas xüsusiyyətidir
- sərt iqtisadiyyatın xüsusiyyətləri

BÖLMƏ: 0102

Ad	0102
Suallardan	20
Maksimal faiz	20
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Təhlil, proqnozlaşdırma, planlaşdırma, təşkil, uçot və nəzarət, qiymətləndirmə: (Çəki: 1)

- marketinqin funksiyasıdır
- istehsal şöbəsini funksiyasıdır
- marketinqin təsir obyektı üzrə
- reklam şöbəsinin funksiyasıdır
- marketinqin təsiri obyektləri üzrə marketinq funksiyaları

Sual: Bazarın tədqiqi, istehlakçıların öyrənilməsi, ətraf mühitin təhlili – (Çəki: 1)

- marketinq təsirinin mahiyyəti üzrə marketinq funksiyasıdır
- istehsal şöbəsini funksiyasıdır
- marketinq təsirinin obyektı üzrə marketinq funksiyasıdır
- reklam şöbəsinin funksiyasıdır
- marketinq əhəmiyyəti üzrə marketinq funksiyaları

Sual: Məhsul siyasətinin həyata keçirilməsidir? (Çəki: 1)

- marketinq təsirinin mahiyyəti üzrə marketinq funksiyasıdır
- istehsal şöbəsini funksiyasıdır
- marketinq təsirinin obyektı üzrə marketinq funksiyasıdır
- reklam şöbəsinin funksiyasıdır
- marketinq təsirinin həcmi üzrə marketinq funksiyaları

Sual: Bazar şəraitində ASK müəssisələrinin idarəedilməsinə məqsədli-proqram yanaşma element adlanan aqromarketing özündə əks etdirir? (Çəki: 1)

- idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi
 - idarəetmə sisteminin köhnəlməsi
 - tənzimlənmə və idarəetmə tələb edən mürəkkəb sistem
 - tənzimləməyə ehtiyac olmayan kompleks proqram tədbirləri
 - tənzimləmə və idarəetməni tələb etməyən mürəkkəb sistem
-

Sual: Uçot və nəzarət qiymətləndirmədir? (Çəki: 1)

- marketingin sosial funksiyası
 - marketingin əsas funksiyası
 - marketingin ümumi funksiyası
 - marketingin konkret funksiyası
 - marketingin ikinci dərəcəli funksiyaları
-

Sual: Tələbin formalaşdırılması və satışın həvəsləndirilməsi, kommersioniya fəaliyyətdir? (Çəki: 1)

- marketingin xüsusi funksiyası
 - marketingin əsas funksiyası
 - marketingin ümumi funksiyası
 - marketingin konkret funksiyası
 - marketingin ikinci dərəcəli funksiyaları
-

Sual: Marketing konsepsiya kimi: (Çəki: 1)

- texnoloji
 - texniki
 - nəzəri
 - tematik
 - meyilli
-

Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə konsepsiyasından istifadə olunur: (Çəki: 1)

- ictimai
 - sosial
 - marketing
 - psixoloji
 - müasir
-

Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə fəlsəfəsindən istifadə olunur: (Çəki: 1)

- ictimai
- sosial
- marketing
- psixoloji

müasir

Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə sistemindən istifadə olunur:
(Çəki: 1)

- ictimai
 - sosial
 - marketing
 - psixoloji
 - müasir
-

Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə marketingindən istifadə olunur:
(Çəki: 1)

- ictimai
 - müşahidə
 - düşüncə
 - davranış
 - hərəkət
-

Sual: Marketing izah olunur: (Çəki: 1)

- fəaliyyət simvolu kimi
 - məhsulun nümunəsi kimi
 - fəaliyyət obrazı kimi
 - istehsal qərarı kimi
 - sosial tədbir kimi
-

Sual: Marketingə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir: (Çəki: 1)

- çeşidə və onun elementlərini dərk etmənin sistem yanaşması
 - əmtəəni dərk etmənin elmi yanaşması
 - bazarı və onun elementlərini dərk etmənin sistem yanaşması
 - bazarı dərk etmənin sistem yanaşması
 - bazarı dərk etmənin kompleks yanaşması
-

Sual: Marketingə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir: (Çəki: 1)

- çeşidə və onun elementlərini dərk etmənin sistem yanaşması
 - əmtəəni dərk etmənin elmi yanaşması
 - alıcıların maraqlarının qeyri-şərtsiz prioritet olması
 - bazarı dərk etmənin sistem yanaşması
 - bazarı dərk etmənin kompleks yanaşması
-

Sual: Marketingə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir: (Çəki: 1)

- vasitəçilərin tələblərinə cəld cavab vermək
- əmtəəni dərk etməyə elmi yanaşma
- bazarın tələblərinə cəld cavab vermək
- bazarı dərk etməyə sistem yanaşma

istehsalçıların maraqlarının qeyri-şərtsiz prioritet olması

Sual: Marketingə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir: (Çəki: 1)

- vasitəçilərin tələblərinə cəld cavab vermək
 əmtəəni dərk etməyə elmi yanaşma
 bazara fəal təsir etmə
 bazarı dərk etməyə sistem yanaşma
 istehsalçıların maraqlarının qeyri-şərtsiz prioritet olması
-

Sual: Bir tərəfdən marketing idarəetmə konsepsiyası kimi və ya izah edilir: (Çəki: 1)

- fəaliyyət simvolu kimi
 məhsulun nümunəsi kimi
 düşüncə tərzini kimi
 istehsal qərarı kimi
 sosial tədbir kimi
-

Sual: Marketing əlavə olaraq kimi izah edilə bilər: (Çəki: 1)

- qlobal problemlər
 sosial problemlər
 insan təfəkkürü
 texniki təfəkkür
 texnologiyalar
-


Sual: Marketing əlavə olaraq kimi izah edilə bilər: (Çəki: 1)

- qlobal problemlərin həlli üçün elm
 sosial problemlərin tapılması üçün elm
 tədqiqatın özünəməxsus predmetini izah edən elm
 texniki təfəkkür
 texnologiya
-

Sual: Marketing əlavə olaraq kimi izah edilə bilər: (Çəki: 1)

- qlobal problemlərin həlli
 sosial problemlərin həlli
 tədris nizam-intizamı
 texniki təfəkkür
 texnologiya
-

BÖLMƏ: 0103

Ad	0103
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	

Suallar təqdim etmək

100 %

Sual: Marketing başa düşülür: (Çəki: 1)

- marketingin inkişafı prosesində dəyişmədən
 - istehsalın inkişafı prosesində dəyişərək
 - marketing fəaliyyətinin inkişafı prosesində dəyişərək
 - dəyişmədən
 - iş prosesində dəyişir
-

Sual: Marketing nəzəri konsepsiya kimi dərk edilir: (Çəki: 1)

- qismən dəyişərək
 - kosmetik dəyişərək
 - radikal dəyişərək
 - konstruktiv dəyişərək
 - konstruksiya
-

Sual: Əvvəllər marketing istiqaməti müəyyən edirdi: (Çəki: 1)

- nəzəri
 - texnoloji
 - tətbiqi
 - tədqiqat
 - spesifik
-

Sual: Aqromarketing mərhələsindədir (Çəki: 1)

- ilkin öyrənilmə
 - özünütəsdiqin son
 - praktiki tətbiqin başlanğıc
 - mükəmməl
 - yüksəliş
-

Sual: Praktiki tətbiqin başlanğıc mərhələsindədir: (Çəki: 1)

- marketing
 - konsaltinq
 - aqromarketing
 - aqrolizing
 - kultivasiya
-

Sual: İstehsalatla eyni hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- texnoloqiya
 - texnoloji proseslər
 - aqromarketing
 - texniki proseslər
 - elm
-

Sual: Maliyyə ilə bərabər hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- texnoloqiya
 - texnoloji proseslər
 - aqromarketing
 - texniki proseslər
 - elm
-

Sual: Kadr fəaliyyəti ilə bərabər hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- texnoloqiya
 - texnoloji proseslər
 - aqromarketing
 - texniki proseslər
 - elm
-

Sual: Elmi işlərlə bərabər hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- texnoloqiya
 - texnoloji proseslər
 - aqromarketing
 - texniki proseslər
 - elm
-

Sual: Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing (Çəki: 1)

- istehsal və satış fəaliyyətidir
 - satış və idarəetmə fəaliyyətidir
 - sahibkarlıq və idarəetmə fəaliyyətidir
 - harmonik fəaliyyətdir
 - mədəni fəaliyyət
-

Sual: Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing (Çəki: 1)

- istehsal və satış fəaliyyətidir
 - satış və idarəetmə fəaliyyətidir
 - kommertiya və sosial fəaliyyətdir
 - harmonik fəaliyyətdir
 - mədəni fəaliyyət
-

Sual: Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing (Çəki: 1)

- istehsal və satış fəaliyyətidir
 - satış və idarəetmə fəaliyyətidir
 - maliyyə və humanist fəaliyyətdir
 - harmonik fəaliyyətdir
 - mədəni fəaliyyət
-

Sual: Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing (Çəki: 1)

- istehsal və satış fəaliyyətidir
- satış və idarəetmə fəaliyyətidir
- əxlaqi və etik-estetik fəaliyyətdir
- harmonik fəaliyyətdir
- mədəni fəaliyyət

Sual: Təbii şəraitdən iqtisadi nəticənin asılılığıdır: (Çəki: 1)

- müvəffəqiyyətin səbəbi
- işin düzgün təşkil olunmaması
- aqromarketinqin özünəməxsus xüsusiyyəti
- idarəetmənin xüsusiyyəti
- xidmətin xüsusiyyəti

Sual: Əmtəənin rolu və mahiyyətidir: (Çəki: 1)

- uğursuzluğun səbəbi
- işin düzgün təşkil olunmaması
- aqromarketinqin xüsusiyyəti
- idarəetmənin xüsusiyyəti
- işçilərin xüsusiyyəti

Sual: İstehsal dövrü ilə işçi dörün üst-üstə düşməməsidir: (Çəki: 1)

- uğursuzluğun səbəbi
- işin düzgün təşkil olunmaması
- aqromarketinqin xüsusiyyəti
- idarəetmənin xüsusiyyəti
- işçilərin xüsusiyyəti

Sual: İstehsalın mövsümi olması və məhsulun əldə edilməsi (Çəki: 1)

- uğursuzluğun səbəbi
- işin düzgün təşkil olunmaması
- aqromarketinqin xüsusiyyəti
- idarəetmənin xüsusiyyəti
- işçilərin xüsusiyyəti

BÖLMƏ: 0201

Ad	0201
Suallardan	24
Maksimal faiz	24
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Aqromarketinq mühiti şərti olaraq bölünür? (Çəki: 1)

- aktiv və qeyri-aktiv mühitə
 - kənd və şəhər mühitinə
 - mikro və makro mühitə
 - makro, mikro və kənd mühiti
 - reaktiv və qeyri-aktiv mühit
-

Sual: Neqativ tələbdə marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
 - inkişaf edən
 - konversion
 - remarketing
 - demarketing
-

Sual: Tələb olmadıqda marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
 - inkişaf edən
 - konversion
 - remarketing
 - demarketing
-

Sual: Potensial tələbdə marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
 - inkişaf edən
 - konversion
 - remarketing
 - demarketing
-

Sual: Tələb aşağı düşdükdə marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
 - inkişaf edən
 - konversion
 - remarketing
 - demarketing
-

Sual: Tərəddüd edən tələbdə marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
 - inkişaf edən
 - sinxromarketing
 - remarketing
 - demarketing
-

Sual: Optimal tələbdə marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
- inkişaf edən

- konversion
 - dəstəklənən
 - demarketing
-

Sual: Tələb optimal səbiyyədən yüksəkdirsə, bu marketingin tipinə uyğundur? (Çəki: 1)

- konversiya
 - stimullaşdırıcı
 - demarketing
 - inkişaf edən
 - remarketing
-

Sual: İrrosional tələbdə marketingin tipi: (Çəki: 1)

- həvəsləndirici
 - inkişaf edən
 - konversion
 - əks təsirli
 - demarketing
-

Sual: Marketingdə idarəetmə: (Çəki: 1)

- yalnız prosesdir
 - yalnız konsepsiyadır
 - proses və konsepsiyadır
 - proses və istehsaldır
 - yalnız proses deyil, həm də istehsaldır
-

Sual: Aqromarketingin idarəedilməsi və "aqtomarketing xidmətinin idarəedilməsi": (Çəki: 1)

- eyni məna verir
 - bir anlayışdır
 - müxtəlif anlayışdır
 - fərqli anlayışdır
 - oxşar anlayışdır
-

Sual: Aqromarketingin effektiv idarəedilməsidir: (Çəki: 1)

- müəyyən müqavilənin yerinə yetirilməsini tələb edir
 - müəyyən müqavilənin yerinə yetirilməsini tələb edir
 - müəyyən qaydalara əməl etməyi tələb edir
 - müəyyən qaydalara əməl etməyi tələb etmir
 - müəyyən işin yerinə yetirilməsi tələb edilir
-

Sual: Marketing xidmətinin idarə edilməsidir? (Çəki: 1)

- Daha geniş fəaliyyət sferasını əhatə edir, mahiyyət etibarlı ilə bu təbəçilik rolunu oynayır

- Fəaliyyət sferasıdır, təbəçilik rolunu oynayır
 - Daha kiçik fəaliyyət sferasını əhatə edir, mahiyyət etibarı ilə bu təbəçilik rolunu oynayır
 - Geniş fəaliyyət sferasını əhatə edir, mahiyyət etibarı ilə bu təbəçilik rolunu oynayır
 - Məhdud fəaliyyət sferası mühüm əhəmiyyət kəsb edir
-

Sual: Aqromarketingin effektiv idarəedilməsi və aqrobiznes sahəsində qərarların qəbulunun keyfiyyəti: (Çəki: 1)

- az dərəcədə marketing sistemində informasiyanın olmasından asılıdır
 - çox dərəcədə marketing sistemində informasiyanın olmasından asılıdır
 - əsaslı dərəcədə marketing sistemində dəqiq informasiyanın olmasından asılıdır
 - əsaslı dərəcədə marketing sistemində dəqiq informasiyanın olmasından asılıdır
 - müəyyən dərəcədə marketing xidmətinin fəaliyyətindən asılıdır
-

Sual: Aqromarketingin informasiya sistemi: (Çəki: 1)

- alt sistemlərə bölünmür
 - alt sistemi yoxdur
 - alt sistemi var
 - vahid bölgüsü var
 - qüsurları var
-

Sual: Daxili hesabat sistemi: (Çəki: 1)

- aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemi deyil
 - aqromarketingin tədqiqat sisteminin alt sistemidir
 - aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
 - informasiyanın yığım sisteminin alt sistemidir
 - informasiyanın saxlanması sistemlərinin alt sistemi mövcuddur
-

Sual: Aqromarketingin tədqiqat sistemi : (Çəki: 1)

- aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemi adlanır
 - daxili hesabat sistemi alt sistemi adlanır
 - aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
 - informasiya yığını sistemi alt sistem adlanır
 - informasiyanın saxlanması sistemlərinin alt sistemi mövcuddur
-

Sual: Cari aqromarketing informasiya yığını sistemi: (Çəki: 1)

- aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
 - daxili hesabat sistemi alt sistemi adlanır
 - aqromarketingin informasiya alt sistemi adlanır
 - daxili hesabat sistemi alt sistemi adlanır
 - daxili hesabatın alt sisteminə aid deyil
-

Sual: Rəqabət strategiyası nəzəriyyəsinin işlənilib hazırlanmasında böyük əməyi olmuşdur: (Çəki: 1)

- Y.Tsipkin
 - A.Lyukşinov
 - M.Porter
 - N.Eriaşvili
 - E.Utkin
-

Sual: M.Porter baza marketing strategiyasını ayırmışdır: (Çəki: 1)

- 2
 - 6
 - 3
 - 7
 - 8
-

Sual: M.Porter baza marketing strategiyasını hesab edir: (Çəki: 1)

- strategiyaların diferensiallaşdırılması
 - strategiyaların diferensiallaşdırılması və birləşdirilməsi
 - xərclər üzrə liderlik strategiyası, strategiyaların diferensiallaşdırılması, strategiyaların birləşdirilməsi
 - satış üzrə liderlik strategiyası, strategiyaların diferensiallaşdırılması və birləşdirilməsi
 - satış üzrə liderlik strategiyası
-

Sual: Aqromarketingin təşkili – strukturun yaranması prosesidir: (Çəki: 1)

- sənaye müəssisəsi
 - filiallar
 - ASK müəssisələri
 - ASK-nın baş müəssisələri
 - törəmə müəssisələr
-

Sual: Aqromarketing xidmətinin vəzifəsidir: (Çəki: 1)

- bazarın seqmentləşdirilməsi
 - konkret vəziyyətin təhlili
 - bazarın seqmentləşdirilməsi, konkret vəziyyətin təhlili, bazar haqqında informasiyanın toplanması, satışın təkmilləşdirilməsi üzrə işlər
 - bazar haqqında informasiyanın toplanması
 - satışın təkmilləşdirilməsi üzrə işlər
-

Sual: Nəzarətin mühüm xüsusiyyətidir: (Çəki: 1)

- öz vaxtında
 - çevik
 - öz vaxtında, çevik, sadəlik, qənaətcillik
 - sadəlik
 - qənaətcillik
-

BÖLMƏ: 0202

Ad	0202
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Aqromarketinqin informasiyasının təhlili sistemi: (Çəki: 1)

- aqromarketinqin informasiya sisteminin alt sistemi adlanmir
- aqromarketinqin informasiya sisteminin alt sistemi adlanır
- aqromarketinqin tədqiqat sisteminin alt sistemi adlanır
- informasiya yığımı sistemi alt sistem adlanır
- daxili hesabatın alt sisteminə aiddir

Sual: Aqromarketinqin tədqiqat prosesidir? (Çəki: 1)

- nöqsanların həllinə yönələn fəaliyyətin məcmusu
- fəaliyyətin bir neçə mərhələsini birləşdirilməsi
- bir neçə mərhələni birləşdirən ardıcıl fəaliyyət
- bir neçə qrupu birləşdirən tədbirlərin məcmusu
- bir qrupda cəmlənən tədbirlərin məcmusu

Sual: "Təkrar informasiya" dedikdə başa düşülür? (Çəki: 1)

- tədqiqat probleminin həllində məqsəd üçün toplanan məlumatdır
- tədqiqat probleminin həllində məqsəd üçün əvvəlcə toplanan materiallar
- tədqiq olunan problemin həllindən fərqli məqsəd üçün əvvəlcə toplanmış məlumatlar
- tədqiqat probleminin həllində məqsəd üçün əvvəlcə toplanan məlumatlar
- tədqiqat probleminin həlli ilə bağlı faktların toplanması

Sual: Lazımı informasiyaya malik olan şəxsin fəaliyyəti: (Çəki: 1)

- analitik təhlil aparmaq
- marketinq tədqiqatının birinci hissəsi ilə məşğul olmaq
- anket sorgusu aparmaq
- marketinq tədqiqatının ikinci hissəsi ilə məşğul olmaq
- kadrlar şöbəsinin əsas tapşırığıdır

Sual: İdarəetmə qərarlarının hazırlanmasında daha çox əhəmiyyət kəsb edən infotmasiya növünü ayırmalı (Çəki: 1)

- analitik təhlil aparmaq
- marketinq tədqiqatının birinci hissəsi ilə məşğul olmaq
- anket sorgusu aparmaq
- marketinq tədqiqatının ikinci hissəsi ilə məşğul olmaq

- kadrlar şöbəsinin əsas tapşırığıdır
-

Sual: Aqromarketinqin təhlili sistemi özündə əks etdirir? (Çəki: 1)

- aqromarketinqin informasiya sistemi üçün materialların məcmusu (AİSÜM)
- sistem üçün materiallar məcmusu
- elementlərin AİSÜM üçün məcmusu
- AİSÜM sistemi üçün materialların məcmusu
- ayr-ayrı tədbirlərin məcmusudur
-

Sual: Aqromarketinqin informasiya sistemi üçün materialların məcmusu (AİSÜM) (Çəki: 1)

- tədqiqat materiallarının sistem təhlili
- marketinqin informasiya təhlili sistemi
- aqromarketinqin informasiya sistemi
- tədqiqat materiallarının təhlili
- azqiymətliyərin təhlili sistemi
-

Sual: AQQMS (Çəki: 1)

- analitik qərarların qəbulunun müdafiə sistemi
- istehsalda ənənəvi qərarların müdafiə sistemi
- aqromarketinq qərarlarının qəbulunun müdafiə sistemi
- arqumentli qərarların qəbulunun müdafiə sistemi
- arqumentlərə əsaslanan qərarların qəbulu sisteminin olması
-

Sual: Ləğv etmədir: (Çəki: 1)

- müəssisənin əmlakının hərracda satılması
- müəssisənin əmlakının yalnız hərracda satılması
- müəssisənin əmlakda tam satılması
- müəssisənin əmlakının satılması
- müştərinin bütün əmlakının tam satılması
-

Sual: Yenidən yönəltmə: (Çəki: 1)

- müəssisənin əmlakının qismən satılması
- müəssisənin əmlakının yalnız hərracda satılması
- müəssisənin fəaliyyətinin hər-hansı bir sahədə əməliyyatların ixtisar edilməsi
- istehsalın dayandırılması
- istehsalın genişləndirilməsi
-

Sual: Aqromarketinqdə məqsədin müəyyən edilməsi: (Çəki: 1)

- aqromarketinq planının əsas bölməsi
- aqromarketinq strategiyasının işlənilməsi
- aqromarketinq planının əsas bölməsindən biri
- aqromarketinq taktikasının işlənməsi və strategiyasının reallaşması
- maddi-texniki təchizat xidmətinə aid olan əsas məsələlər
-

Sual: Aqromarketing strategiyasının işlənməsi: (Çəki: 1)

- aqromarketing planının əsas bölməsi
- aqromarketingin məqsədinin müəyyən edilməsi
- aqromarketing planının əsas hissələrindən biri
- aqromarketingin məqsədinin işlənməsi
- maddi-texniki təchizat xidmətinə aid olan əsas məsələlər

Sual: Strategiyanın reallaşması və aqromarketing taktikasının işlənməsi: (Çəki: 1)

- aqromarketing planının əsas bölməsi
- aqromarketing strategiyasının işlənməsi
- aqromarketing planı
- aqromarketingin məqsədinin müəyyən edilməsi
- maddi-texniki təchizat xidmətinə aid olan əsas məsələlər

Sual: Planlaşdırmanın nəticəsinin qiymətləndirilməsi: (Çəki: 1)

- aqromarketing planının əsas bölməsi
- aqromarketing strategiyasının işlənməsi
- aqromarketing planının əsas bölməsi
- aqromarketingin məqsədinin müəyyən edilməsi
- maddi-texniki təchizat xidmətinə aid olan əsas məsələlər

Sual: «Məlum» strategiya tədqiqatı müəyyən edir: (Çəki: 1)

- yaxın məsafədə liderlik uğrunda mübarizə
- liderlə bir cərgədə mübarizə
- liderlə xeyli uzaq məsafədə mübarizə
- liderlə müəyyən məsafədə mübarizə
- vasitəçilər və liderlə müəyyən məsafədə mübarizə

BÖLMƏ: 0203

Ad	0203
Suallardan	20
Maksimal faiz	20
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Xərclər üzrə liderlik strategiyasından istifadə edir: (Çəki: 1)

- böyük həcmdə bazara istiqamətlənməyən müəssisələr
- kiçik həcmdə bazara istiqamətlənən müəssisələr
- böyük həcmdə bazara istiqamətlənən müəssisələr
- böyük həcmdə olmayan bazara istiqamətlənən müəssisələr
- vasitəçilərlə bazara istiqamətlənməyən müəssisələr

Sual: Diferensiallaşma strategiyası həyata keçirilir: (Çəki: 1)

- böyük olmayan bazarı qarşıya məqsəd qoyan müəssisələr
 - kiçik bazarı qarşıya məqsəd qoyan müəssisələr
 - böyük bazarı qarşıya məqsəd qoyan müəssisələr
 - xüsusi bazarı qarşıya məqsəd qoyan müəssisələr
 - xüsusi bazarı vasitəçilərlə qarşıya məqsəd qoyan müəssisələr
-

Sual: Cəmlənmə strategiyasını təşkil edir: (Çəki: 1)

- bazarın spesifik seqmentini müəyyən edən firmalar
 - bazarın spesifik seqmentini rəqiblər üçün müəyyən edən firmalar
 - özü üçün bazarın spesifik seqmentini müəyyən edən firmalar
 - vasitəçilər üçün bazarın spesifik seqmentini müəyyən edən firmalar
 - istehsal həcmi özü üçün məqbul edən vasitəçilər
-

Sual: Aqromarketingin təşkilidir: (Çəki: 1)

- ASK müəssisələrinin yaradılması prosesi
 - ASK strukturunun yaradılması prosesi
 - ASK müəssisələrinin strukturunun yaradılması prosesi
 - ASK strukturlarının təkmilləşdirilməsi prosesi
 - proseslərin struktur hissələrinin öyrənilməsi
-

Sual: Aqromarketing xidməti məsuliyyət daşıyır: (Çəki: 1)

- rəhbərlərin və icraçıların zəruri aqromarketing və aqrotexniki informasiyalarla təminatına görə
 - rəhbərlərin və icraçıların zəruri aqrotexniki informasiyalarla təminatına görə
 - rəhbərlərin və icraçıların zəruri aqromarketing informasiyalarla təminatına görə
 - rəhbərlərin zəruri aqromarketing və aqrotexniki informasiyalarla təminatına görə
 - köməkçi materiallarla zəruri aqromarketing informasiyalarının təminatına görə
-

Sual: Aqromarketing fəaliyyətinə nəzarət özündə birləşdirir: (Çəki: 1)

- aqromarketing xərclərinin təhlili və mənfəətə nəzarət
 - aqromarketingin təftişi və strateji nəzarət
 - satış imkanlarının təhlili və satışa nəzarət
 - xammalla təminata nəzarət
 - səmərəli informasiya təminatı
-

Sual: ASK müəssisələri və onun marketing fəaliyyəti: (Çəki: 1)

- qapalı sistemdir
 - yarımaçıq sistemdir
 - açıq sistemdir
 - yarıbağlı sistemdir
 - gizli sistemdir
-

Sual: ASK müəssisələri ilə ətraf mühit arasında mübadiləsi baş verir: (Çəki: 1)

- informasiya
 - resurslar
 - resurslar və informasiya
 - fikirlər
 - informasiya və avadanlıqlar
-

Sual: Təşkilatın fəaliyyət göstərməsi və onun dayanıqlığı amildən asılıdır: (Çəki: 1)

- ətraf mühitdən asılı olmayan
 - rəqibləri maraqlandırmayan
 - ətraf mühitin təsirindən
 - vasitəçiləri maraqlandırmayan
 - vasitəçilərdən asılıdır
-

Sual: ASK müəssisəsi: (Çəki: 1)

- rəqiblər arasında münasibətin dəyişməsi təsir edir
 - ətraf mühitin dəyişməsi təsir etmir
 - marketinqin ətraf mühitinin dəyişməsi təsir edir
 - vasitəçilər arasında münasibətin dəyişməsi təsir edir
 - dəyişikliklərə vaxtında cavab vermir
-

Sual: Müəssisə bazarla əlaqələri təmin edir və onun elementlərini bu istiqamətə yönəldir: (Çəki: 1)

- yalnız xidmət və informasiya
 - kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və xidmətlər
 - informasiya, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və xidmətlər
 - yalnız kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı
 - yalnız informasiyalar
-

Sual: Aqromarketinqin idarəetmə prosesində idarəetmə sistemi kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- ASK müəssisə rəhbərləri və onların müavinləri
 - yalnız ASK müəssisə rəhbərləri
 - ASK müəssisə rəhbərləri və onun marketinq xidməti
 - konsaltinq firmalarının rəhbərləri
 - ASK müəssisələrinin rəhbərləri
-

Sual: «Aqromarketinqin idarə edilməsi» və «aqromarketinq xidmətinin idarə edilməsi» (Çəki: 1)

- eyni anlayışdır
 - müxtəlif strategiyalardır
 - müxtəlif anlayışlardır
 - eyni taktikadır
 - uyğun strategiyadır
-

Sual: İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr ildə əsasən sənayedən informasiya dövrünə keçidi başa vurmuşdur: (Çəki: 1)

- 1990-cı illərdə
 - 2000-ci ildə
 - 80-ci illərin ortalarında
 - bu gün
 - 1970-ci ildə
-

Sual: Firma əldə etməlidir (Çəki: 1)

- çevik olmayan istehsalı
 - istehsal ehtiyatlarını
 - çevik istehsalı
 - minimum istehsalı
 - ən yüksək istehsalı
-

Sual: Məqsədlər olmalıdır (Çəki: 1)

- qısa
 - ətraflı
 - konkret
 - dəyişkən
 - qlobal
-

Sual: Aqromarketing planının əsas bölmələrindən biridir: (Çəki: 1)

- məqsədin müəyyən edilməsi
 - strategiyanın işlənməsi
 - məqsədin müəyyən edilməsi, strategiyanın işlənməsi, taktikanın işlənməsi, nəticənin qiymətləndirilməsi
 - taktikanın işlənməsi
 - nəticənin qiymətləndirilməsi
-

Sual: Müəssisənin bazarda tutduğu mövqeyindən asılı olaraq rəqabətin rolu müəyyən edilir: (Çəki: 1)

- 3
 - 5
 - 4
 - 6
 - 8
-


Sual: Müəssisələr bazarda tutduğu payından asılı olaraq bölünür (Çəki: 1)

- liderlər
 - liderliyə namizədlər
 - liderlər, liderliyə namizədlər, bazardakı yenilər, «bazarda iflasa uğrayanlar»
 - bazardakı yenilər
 - «bazarda iflasa uğrayanlar»
-

Sual: «Məlum» strategiya tədqiqatı müəyyən edir: (Çəki: 1)

- yaxın məsafədə liderlik uğrunda mübarizə
- liderlə bir cərgədə mübarizə
- liderlə xeyli uzaq məsafədə mübarizə
- liderlə müəyyən məsafədə mübarizə
- liderdən öndə

BÖLMƏ: 0301

Ad	0301
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Aqromarketing texnologiyasıdır: (Çəki: 1)

- Marketing qərarlarının reallaşması üçün zəruri olan fəaliyyətin, üsulların, mərhələlərin məcmusu
- ASK müəssisələrində aqrotexniki qaydaların məcmusu
- Marketing qərarlarının reallaşması üçün fəaliyyətin, üsulların, əməliyyatların, mərhələlərin məcmusu
- Fermer təsərrüfatlarında aqrotexniki tədbirlərin məcmusu
- Mürəkkəb marketing qərarlarının həyata keçirilməsi üçün lazım olan əməliyyatların, üsulların məcmusu

Sual: Rəqabət mübarizəsində strategiyaya baxılır: (Çəki: 1)

- Əsas məhsulun satışı üzrə onun uduşu, qeyri-qənaətbəxş aqrobiznesin səbəbinin öyrənilməsi
- Əsas məhsulun xidmətin satışı üzrə onun uğursuzluğu, qeyri-qənaətbəxş aqrobiznesin səbəbinin öyrənilməsi
- Əsas məhsulun (xidmətin) satışı üzrə onun uduşu qeyri-qənaətbəxş aqrobiznesin səbəblərinin öyrənilməsi və s.
- Əsas əmtəələr üzrə satışda uğurun qazanılması
- Əsas planını reallaşması, qeyri-qənaət bəxş aqrobiznesin səbəblərinin öyrənilməsi

Sual: Marketingin mal (xidmət), iş əks rəqabət strategiyası istiqamətlənib: (Çəki: 1)

- Aqromarketing sisteminin səmərəli fəaliyyət göstərməsinə, malların rəqabət-qabiliyyətliyi azaldılmasına, aqrobiznesin geriləməsinə
- Aqromarketing sisteminin diferensial fəaliyyət göstərməsinə, malların rəqabət qabiliyyətliliyi yüksəlməsinə aqrobiznesin dirçəldilməsinə
- Aqromarketing sisteminin səmərəli fəaliyyətinə, malların rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə, aqrobiznesin dirçəldilməsinə

- Aqromarketing sisteminin səmərəli fəaliyyətinə, malların rəqabət qabiliyyətinin zəiflədilməsinə, işin geriləməsinə
 - Aqromarketing sisteminin diferensiyalaşması, malların rəqabətliliyinin azalması, aqrobiznesin ixtisası
-

Sual: Malların, xidmətlərin, ideyaların Diversifikasiyası strategiyası müəyyən edir:

(Çəki: 1)

- İstehlakçıların müxtəlif və ya fərqli olmasını
 - Qəbul edilən sanksiyaların müxtəlif və fərqli olmasını
 - Bu malların, xidmətlərin, ideyaların müxtəlif və fərqli olmasını
 - Bu mal və xidmətlərin fərqli olmasını
 - Yalnız istehlakçıların müxtəlifliyi
-

Sual: Aqromarketing strategiyasının işlənməsində: (Çəki: 1)

- Xarici mühit nəzərə alınmır
 - Bəzi xarici mühit amilləri nəzərə alınır
 - Xarici mühit amilləri nəzərə alınır
 - Xarici mühit amilləri nəzərə alınmır
 - Daxili mühitin ayrı-ayrı amilləri öyrənilir
-

Sual: İctimai-siyasi quruluş və hüquq: (Çəki: 1)

- Mikromühitə aiddir
 - Xarici mühit amillərinə aid deyil
 - Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyildir
 - Daxili mühit amillərinə aiddir
-

Sual: Mədəniyyət, təhsil və adətlər: (Çəki: 1)

- Mikromühitə aiddir
 - Xarici mühit amillərinə aid deyil
 - Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyildir
 - Daxili mühit amillərinə aiddir
-

Sual: Sosial və iqtisadi şərait elmi-texniki tərəqqinin səviyyəsi: (Çəki: 1)

- Mikromühitə aiddir
 - Mikromühitə aiddir
 - Xarici mühit amillərinə aid deyil
 - Əsas amillərə aid deyildir
 - Daxili mühit amillərinə aiddir
-

Sual: Sosial şərait, demoqrafik amillər: (Çəki: 1)

- Mikromühitə aiddir
- Xarici mühit amillərinə aid deyil

- Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyildir
 - Daxili mühit amillərinə aiddir
-

Sual: Analoji sahələrin müəssisələri ilə rəqabətin səviyyəsi: (Çəki: 1)

- Mikromühitə aiddir
 - Xarici mühit amillərinə aid deyil
 - Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Mikro ətraf mühit amillərinə aiddir
 - Daxili mühit amillərinə aid deyil
-

Sual: Bazarın konyunkturasi: (Çəki: 1)

- Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Mikromühit amillərinə aid deyil
 - Mikromühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyil
 - Daxili mühit amillərinə aid deyil
-

Sual: Rəqib bazarın quruluşu: (Çəki: 1)

- Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Mikromühit amillərinə aid deyil
 - Mikromühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyil
 - Daxili mühit amillərinə aid deyil
-

Sual: Alıcı tələbi: (Çəki: 1)

- Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Mikromühit amillərinə aid deyil
 - Mikromühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyil
 - Daxili mühit amillərinə aid deyil
-

Sual: Rəqiblərin reklamı: (Çəki: 1)

- Xarici mühit amillərinə aiddir
 - Mikromühit amillərinə aid deyil
 - Mikromühit amillərinə aiddir
 - Əsas amillərə aid deyil
 - Daxili mühit amillərinə aid deyil
-

Sual: Satılan malların həcm və keyfiyyətə kənarlaşması (artmaq və azalmağ tərəfə) (Çəki: 1)

- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır

- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

Sual: Mal (xidmət) seqmentində istehlakçı tələbinin artması və ya azalmasına müəssisənin mövqeləşməsi: (Çəki: 1)

- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

Sual: Rəqiblərlə əməkdaşlığın yeni forması: (Çəki: 1)

- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir
- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

BÖLMƏ: 0302

Ad	0302
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Bazarda yeni (daha effektiv) seqmentlərin və ehtiyacların tapılması: (Çəki: 1)

- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır

- Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Müəyyən vəzifə borcunun yerinə yetirilmə səviyyəsi: (Çəki: 1)

- Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
 - Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Tələbin proqnozlaşdırılması aqromarketing strategiyasının müəyyən edilməsinin düzgünlüyü: (Çəki: 1)

- Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
 - Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Rəqiblərin qiymətləndirilməsi, satışın təşkili, satışın həvəsləndirilməsi , reklamın keyfiyyəti: (Çəki: 1)

- Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
 - Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Kommersiya riskinin elmi əsaslandırılması və rəqiblərlə mübarizənin effektivliyi: (Çəki: 1)

- Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
 - Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Tənzimləmə prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Brokerlərlə, dillərlə, vasitəçilərlə işləmək bacarığı: (Çəki: 1)

- Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
 - Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
 - Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimləməsini şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Rəqabət mübarizəsində bazar konyunkturunun əsas həlqəsini tapmaq bacarığı: (Çəki: 1)

- Aqromarketing sənətinin yeganə prinsipi sayılır
 - Aqromarketing sənətinin xarakteristikasından biri sayılır
 - Aqromarketing sənətinin prinsiplərindən biri sayılır
 - Aqromarketing sənətinin yeganə xarakteristikası sayılır
 - Az əhəmiyyətli amillərə aiddir
-

Sual: Problemin həlli üzrə marketoloqların fəaliyyətində bütün tərəflərinin harmonlaşdırılması: (Çəki: 1)

- Aqromarketing sənətinin yeganə prinsipi sayılır
 - Aqromarketing sənətinin xarakteristikasından biri sayılır
 - Aqromarketing sənətinin prinsiplərindən biri sayılır
 - Aqromarketing sənətinin yeganə xarakteristikası sayılır
 - Aqromarketingin yeganə prinsipidir
-

Sual: Aqromarketing sənətinin formalaşmasında təşkilati-iqtisadi və idarəetmə kateqoriyaları: (Çəki: 1)

- İstifadə edilmir
 - Ümumiyyətlə istifadə edilmir
 - İstifadə edilir
 - Qismən istifadə edilir
 - Zəruri hallarda istifadə edilir
-

Sual: Aqromarketing sənətinin formalaşdırılmasında sosial-psixoloji və əxlaqi-etik kateqoriyalar: (Çəki: 1)

- İstifadə edilmir
 - Ümumiyyətlə istifadə edilmir
 - İstifadə edilir
 - Qismən istifadə edilir
 - Hərdən istifadə olunmur
-

Sual: Aqromarketing mədəniyyəti özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- Bir çox tədqiqatların məcmusunu
 - Bir çox problemlərin həllini
 - Çoxmənalı anlayış
 - Birmənalı anlayış
 - Mürəkkəb anlayışdır
-

Sual: Marketoloqların mədəni-peşə səviyyəsi müəyyən edir: (Çəki: 1)

- Onların rəhbərlərinin təhsil səviyyəsini
 - Onların peşəkarlıq səviyyəsini
 - Onların təhsil bacarıq və verdiş səviyyəsini
 - Onların bacarıq və verdiş səviyyəsini
 - Tez təxirə salmadan
-

Sual: İbtidai məktəb onu qurtaran addımda əmək məhsuldarlığını artırır: (Çəki: 1)

- 13%
 - 23%
 - 43%
 - 1%
 - 5%
-

Sual: Orta məktəb onu qurtaran adamda əmək məhsuldarlığını artırır: (Çəki: 1)

- 18%
 - 48%
 - 108%
 - 105%
 - 50%
-


Sual: Ali məktəb onu qurtaran adamda əmək məhsuldarlığını artırır: (Çəki: 1)

- 100%
 - 200%
 - 300%
 - 50%
 - 6%
-

BÖLMƏ: 0303

Ad 0303

Suallardan 18

Maksimal faiz	18
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Peşə etikasını aşkar edir: (Çəki: 1)

- Konkret əxlaqi öhdəliklərin məcmusunun davranış norma və prinsiplərinin məcmusunu
- Məqbul öhdəliklərin məcmusunu, davranış norma və prinsipləri, hansı ki, işçilərin qarşılıqlı münasibəti zamanı reallaşır
- İşçilərin qarşılıqlı münasibətləri zamanı reallaşan davranış norma və prinsipləri, müəyyən əxlaqi öhdəliklərin məcmusunu
- Müəyyən əxlaqi öhdəliklərin məcmusunu, davranış prinsip və normalar
- Davranış norma və prinsiplərinin məcmusu

Sual: Rəhbərlərin və mütəxəssislərin xidməti etikasını özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- Kadrların davranış üsullarının məcmusunu
- Qərarların qəbulu qaydalarının məcmusunu
- İdarə edən kadrların praktiki əxlaqın
- İdarəedən kadrların nəzəri və praktiki əxlaqın (moral)
- İdarəetmə kadrlarının nəzəri əxlaqı

Sual: Praktik fəaliyyətdə peşə etikasını köməyi ilə reallaşır: (Çəki: 1)

- Yuxarı təşkilatların müəyyən etdiyi normalardır
- Xüsusi orqanların müəyyən etdiyi normaların
- Prosedur qaydada müəyyən olunan forma, metod və üsulların
- Prosedur qaydada müəyyən olunan təlimat, metod və üsullarla
- İnzibati metod

Sual: Marketoloqların, fermerlərin, sahibkarların işgüzar və xidməti etikasının mahiyyəti çoxtərəfli etik-psixoloji qarşılıqlı münasibətlərin forma və məzmununda öz əksini tapır. (Çəki: 1)

- Məişətdə
- Cəmiyyətdə
- Əmək kollektivində
- Yalnız xidməti kabinetlərdə
- Yalnız cəmiyyətdə

Sual: Aqromarketoloqun kommersiya fəaliyyətidir: (Çəki: 1)

- Həmişə kompromisə getmək bacarığı
- Yalnız iqtisadi cəhətdən kompromisə getmək bacarığı
- İqtisadi cəhətdən kompromisə getmək bacarığı
- Yalnız əxlaqi cəhətdən kompromisə getmək bacarığı
- İnsanları idarəetmə bacarığı

Sual: Aqromarketing sənəti özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- Konkret problem vəziyyətin həllini
 - Reklamın əks etdirilməsi forması, konkret problem vəziyyətin dərk etdirilməsi və həlli
 - Bilmək, əks etdirmək forması, konkret problem vəziyyətin dərk edilməsi və həlli
 - Bilmək, əks etdirmək forması və münaqişəli vəziyyətin həlli
 - Problemlə vəziyyətlərin həlli forması
-

Sual: Aqromarketing sənətində başlıca məqsədlər: (Çəki: 1)

- Yaradıcı işçilərin inkişaf etdirilməsi və istehlakçıların tələbinin ödənilməsi
 - Yaradıcılığın hərtərəfli inkişafı, istehlakçıların ödənilməsi
 - Yaradıcı işçilərin hərtərəfli inkişafı, istehlakçıların ödənilməsi
 - Yaradıcılığın inkişafı, istehlakçıların ödənilməsi
 - Yaradıcı işçinin hərtərəfli öyrənilməsi, istehlakçıların təmin edilməsi
-

Sual: Praktiki fəaliyyətdə etika reallaşır: (Çəki: 1)

- Yalnız xidməti etika, işgüzar etiket vasitəsilə
 - Yalnız peşə etikası, işgüzar etiket vasitəsilə
 - Peşə və xidməti etika, işgüzar etiket vasitəsilə
 - Təbii və xidməti etika, işgüzar etiket vasitəsilə
 - İctimai və xidməti etika vasitəsilə
-

Sual: Texnologiyanın əsas hissələrinin birləşdirilməsi və müəyyən kəmiyyətdə hadisələrin əlaqələndirilməsi: (Çəki: 1)

- qəbul
 - proses
 - mərhələ
 - fəaliyyət
 - nəticə
-

Sual: Mərhələlərin hissələrinin əlaqələndirilməsidir: (Çəki: 1)

- fəaliyyət
 - proses
 - əməliyyat
 - nəticə
 - proqnoz
-

Sual: Müəyyən edilmiş fəaliyyətin yerinə yetirilməsinin əsas hissəsidir: (Çəki: 1)

- proses
 - nəticə
 - qəbul
 - proqnoz
 - mərhələ
-

Sual: Müəyyən fiziki, informasiya ilə bağlı fəaliyyətin qəbuludur: (Çəki: 1)

- proqnoz
 - mərhələ
 - fəaliyyət
 - nəticə
 - planlaşdırma
-

Sual: Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi yollarıdır: (Çəki: 1)

- rəqiblərin qiymətləndirilməsi
 - satışın təşkili
 - rəqiblərin qiymətləndirilməsi, satışın təşkili, satışın həvəsləndirilməsi, reklam
 - satışın həvəsləndirilməsi
 - reklam
-

Sual: Bazarın tədqiqi istiqamətləndir: (Çəki: 1)

- istehlak tələbinə
 - malın konyukturuna
 - istehlak tələbinə, malın konyukturuna, rəqiblərin rəqabətinə və kommersiyaya, rəqiblərin fəaliyyətinə
 - rəqiblərin rəqabətinə və kommersiyaya
 - rəqiblərin fəaliyyətinə
-

Sual: Strategiyanın müəyyən edilməsi prosesində nəzərə alınmalıdır: (Çəki: 1)

- istehlakçılarla daimi iş
 - işin nüfuzunu qaldırmaq
 - istehlakçılarla daimi iş, işin nüfuzunu qaldırmaq, əməkdaşlığın imkanlarını əvvəlcədən görmək, risk səviyyəsini təhlil etmək
 - əməkdaşlığın imkanlarını əvvəlcədən görmək
 - risk səviyyəsini təhlil etmək
-

Sual: Müasir bazar şəraitində təkmilləşdirməni tələb edir: (Çəki: 1)

- sahibkarlıq fəaliyyəti
 - biznes fəaliyyəti
 - sahibkarlıq fəaliyyəti, biznes fəaliyyəti, marketoloqlar, mütəxəssislər və rəhbərlər
 - marketoloqlar
 - mütəxəssislər və rəhbərlər
-

Sual: Aqromarketing fəaliyyətinin elmi əsasları yalnız istifadə edildikdə uğurlu olur: (Çəki: 1)

- alqoritmlərin blok-sxemlərindən
- texnologiyalardan
- alqoritmlərin blok-sxemlərindən, texnologiyalardan, modellərdən, aqromarketing proseslərinin rəsmiləşdirilməsindən

- modellərdən
 aqromarketing proseslərinin rəsmiləşdirilməsindən

Sual: Aqromarketing prosesi texnologiyalarının birinci mərhələsidir: (Çəki: 1)

- blok-sxem alqoritmin köməyindən istifadə etmədən bazarın tədqiqi
 bazarın proqnozlaşdırılması
 blok-sxem alqoritmin köməyindən istifadə edərək bazarın tədqiqi
 strategiyaların formalaşdırılması
 bazarın tədqiqi

BÖLMƏ: 0401

Ad	0401
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Seçmə nüfuz strategiyasının qəbulu məqsədəuyğundur o halda ki, (Çəki: 1)

- bazarın tutumu doyurulub
 bazarı doyurmaq kifayət qədərdir
 bazarın tutumu məhduddur
 anbarın tutumu məhduddur
 bazarın tutumu məhdud deyil

Sual: Seçmə nüfuz strategiyasının qəbulu məqsədəuyğundur o halda ki, (Çəki: 1)

- Alıcıların bir hissəsi malın keyfiyyəti haqqında məlumatlandırılmayıb
 Potensial alıcıların bir hissəsi malın keyfiyyəti haqqında məlumatlandırılıb
 Potensial alıcıların böyük bir hissəsi mal haqqında məlumatlandırılıb
 Alıcıların böyük bir hissəsi malın keyfiyyəti haqqında məlumatlandırılıb
 Alıcıların az bir hissəsi mal haqqında məlumatlandırılıb

Sual: Seçmə nüfuz strategiyasının qəbulu məqsədəuyğundur o halda ki, (Çəki: 1)

- rəqabət yoxdur
 rəqabət var
 rəqabət demək olar ki, yoxdur
 bazarın tutumu məhdud deyil
 bazarın tutumu doyurulub

Sual: Yeni məhsulun bazara çıxarılmasında seçmə nüfuz strategiyasına baxılır: (Çəki: 1)

- Nominal qiymətə xərclərin aşağı səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
 Yüksək qiymətə xərclərin yüksək səviyyədə satışın stimullaşdırılması kimi

- Yüksək qiymətə xərclərin aşağı səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
 - Aşağı qiymətə xərclərin aşağı səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi bazar qiymətinə xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
 - Bazar qiymətinə xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
-

Sual: Yeni məhsulun bazara çıxarılmasında geniş nüfuz strategiyası xarakterizə edir: (Çəki: 1)

- Yüksək qiymət xərclərin yüksək səviyyədə satışın stimullaşdırılması kimi
 - Aşağı qiymət xərclərin aşağı səviyyədə satışın stimullaşdırılması kimi
 - Aşağı qiymət xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
 - Orta qiymət xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
 - Maksimal qiymət xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
-

Sual: Geniş nüfuz strategiyası o zaman daha böyük effekt verir ki, (Çəki: 1)

- Bazarın tutumu məhduddur
 - Anbarın tutumu çox məhduddur
 - Bazarın tutumu kifayət qədər genişdir
 - Bazarın tutumu genişdir
 - Anbarın tutumu kifayət qədər məhduddur
-

Sual: Passiv aqromarketing strategiyası əmtəyə aşağı qiymət qoyuluşunu o zaman nəzərdə tutur ki, (Çəki: 1)

- Satışın stimullaşdırılmasına xərclər çox olduqda
 - Satışın stimullaşdırılmasına tələb az olduqda
 - Satışın stimullaşdırılmasına xərclər az olduqda
 - Xammalda əhəmiyyətli qüsurlar olduqda
 - Satışın stimullaşdırılmasına nəhəng xərclər olduqda
-

Sual: İşçi qüvvəsi ilə orta hesabla təmin olunan təsərrüfatlara elə təsərrüfatlar aiddir ki, il ərzində kənddən dəvət olunmuş işçilərin faizlə nisbəti aşağıdakı kimi olsun.

(Çəki: 1)

- 5-10
 - 5
 - 10-15
 - 15
 - 15-20
-

Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarına istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sisteminə daxildir. (Çəki: 1)

- sərgilər
 - bütün birjalar
 - aqrobirjalar
 - fond birjalrı
 - frakt birjalrı
-

Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir. (Çəki: 1)

- Sərgilər
 - Bütün birjalar
 - Yarmarkalar
 - Fond birjalari
 - Fraxt birjalari
-

Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir: (Çəki: 1)

- Sərgilər
 - Bütün birjalar
 - Hərraclar
 - Fond birjalari
 - Fraxt birjalari
-

Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir: (Çəki: 1)

- Sərgilər
 - Bütün birjalar
 - Hərraclar
 - Fond birjalari
 - Fraxt birjalari
-

Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir: (Çəki: 1)

- Sərgilər
 - Bütün birjalar
 - Super marketlər
 - Fond birjalari
 - Fraxt birjalari
-

Sual: İstehsal potensialından istifadə üçün üçüncü mərhələdə müəyyən edilməlidir: (Çəki: 1)


- rəqiblərin istehsal potensialı
 - büdcə təsərrüfatı
 - idarəetmə strukturu
 - maliyyə imkanları
 - taktikalari
-

Sual: kənd təsərrüfatında potensial imkanlar müəyyən edilməlidir: (Çəki: 1)

- region və təsərrüfatların
- region və rayonların
- təsərrüfatların, rayon və regionların
- müəssisə və regionun

regionun

BÖLMƏ: 0402

Ad	0402
Suallardan	13
Maksimal faiz	13
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir: (Çəki: 1)

- Sərgilər
- Bütün fəaliyyətdə olan birjalar
- Ticarət evləri və dükanlar
- Fond birjalrı
- Fraxt birjalar

Sual: Lizing sahəsində inkişaf nəzərdə tutulur: (Çəki: 1)

- Lizing əməliyyatlarının həcmnin artımını
- Lizing əməliyyatının maliyyələşdirilməsinin xeyli azalması
- Lizing əməliyyatının maliyyələşdirilməsi həcmnin xeyli artmasını
- Maliyyələşdirilən kommersion əməliyyatlarının həcmnin xeyli azalmasını
- Maliyyələşdirilən lizing əməliyyatlarının həcmnin azalmasını

Sual: Geniş lizing şirkətləri şəbəkəsinin yaradılması: (Çəki: 1)

- Son istehlakçıdan lizing verənləri çıxartmaq
- Lizing verənləri son punkta yaxınlaşdırmaq
- Lizing verənləri son istehlakçıya yaxınlaşdırmaq
- Lizing verənləri son strategiyaya yaxınlaşdırmaq
- Lizing verənləri ilkin istehlakçıdan ayırmaq

Sual: Əgər təşkilat inanmırsa ki, məhsulların yeniləşdirilməsi nəticəsində o birincilik əldə edəcək, onda bu ona əlavə gətirməyəcək. (Çəki: 1)

- gəlir
- mənfəət
- əlavə mənfəət
- uğur
- ziyan

Sual: Kənd təsərrüfatı xammallarının emalı: (Çəki: 1)

- gəlirli iş deyil
- vasitəçilər üçün problemdir

- gəlirli işdir
 - istehlakçı üçün gəlirli deyil
 - istehsalçı üçün gəlirli deyil
-

Sual: Emalçıların inhisarçı vəziyyəti kənd təsərrüfatı xammallarına qiymətin aşağı düşməsinə səbəb olur. (Çəki: 1)

- fermerlərin
 - vasitəçilərin
 - emalçıların
 - təchizatçıların
 - malgöndərənlərin
-

Sual: İstehsalın inkişafının yüksək potensial imkanı olan təsərrüfatlar üçün təmir-ticarət firması daha məqsədəuyğundur. (Çəki: 1)

- doğrudur
 - həmişə belə olmur
 - doğru deyil
 - heç də doğru deyil
 - hərdən bir doğrudur
-

Sual: Tətbiq mərhələsi satış həcmünün sürətli artımını xarakterizə edir. (Çəki: 1)

- doğrudur
 - kənd təsərrüfatı məhsulları
 - doğru deyil
 - məhsullar
 - əmtəələr
-

Sual: Məhsulun həyat dövründə bəzi mərhələlərin dəyişməsi tələb olunur: (Çəki: 1)

- planlaşdırma
 - malların planlaşdırılması
 - aqromarketing strategiyası
 - konyukturanın proqnozlaşdırılması
 - taktikalar
-

Sual: Əmtəənin həyat dövrü konsepsiyası fəaliyyəti çərçivəsində mümkündür: (Çəki: 1)

- müəssisənin
 - bazarın
 - əmtəələrin
 - konyukturanın
 - böhranın
-

Sual: Firmanın hər bir mərhələsində ilə bağlı imkanlar nəzərə alınır: (Çəki: 1)

- vasitəçilər

- rəqiblər
- aqromarketing strategiyası
- aqromarketing planlaşdırılması
- taktikalar

Sual: tətbiqi mərhələsi xarakterizə olunur: (Çəki: 1)

- xammalların alışıının zəif artımının
- satış həcmnin məhdud artımının
- satış həcmnin zəif artımının
- istehsal xərclərinin zəif artımının
- satış həcmnin sürətli artımının

Sual: İstehsal güclərinin tədricən genişlənməsi əsas səbəblərdəndir: (Çəki: 1)

- bir çox mallar üzrə satış həcmnin artması
- bir çox ərzaq malları üzrə satış həcmnin sürətli artması
- bəzi ərzaq malları üzrə satış həcmnin tədricən artması
- bazara tədricən çıxış
- bazara sürətli girişi

BÖLMƏ: 0403

Ad	0403
Suallardan	18
Maksimal faiz	18
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Malların istehsalının texniki problemlərindən biridir: (Çəki: 1)

- bir çox mallar üzrə satış həcmnin artması
- bir çox ərzaq malları üzrə satış həcmnin sürətli artması
- bəzi ərzaq malları üzrə satış həcmnin tədricən artması
- bazara tədricən çıxış
- bazara sürətli giriş

Sual: Reklamın qeyri-qənaətbəxş olması pərakəndə satış müəssisələrinin inkişafına təsir edən səbəblərdəndir: (Çəki: 1)

- reklam xərclərinin həcmnin artması
- bəzi ərzaq mallarının satışının sürətli artması
- bəzi ərzaq malları üzrə satış həcmnin tədricən artması
- bazara tədricən çıxış
- bazara sürətli giriş

Sual: İstehlakçıların verdişlərinin dəyişməməsi səbəblərindən biridir: (Çəki: 1)

- bəzi malların satış həcmının artmasının
 - bəzi ərzaq mallarının satışının sürətli artması
 - bəzi ərzaq malları üzrə satış həcminin tədricən artması
 - bazara tədricən çıxış
 - bazara sürətli giriş
-

Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır: (Çəki: 1)

- yalnız qiyməti
 - yalnız keyfiyyəti
 - qiyməti
 - xərcləri
 - yalnız həcmi
-

Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır: (Çəki: 1)

- yalnız qiyməti
 - yalnız keyfiyyəti
 - bölgü sistemlərini
 - xərcləri
 - yalnız həcmi
-

Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır: (Çəki: 1)

- yalnız qiyməti
 - yalnız bölgü sistemlərini
 - malın keyfiyyəti
 - xərcləri
 - yalnız həcmi
-

Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır: (Çəki: 1)

- yalnız qiyməti
 - yalnız keyfiyyəti
 - satış həvəsləndirilməsi ilə bağlı xərcləri
 - xərcləri
 - yalnız həcmi
-

Sual: Qiymət və xərclərdən istifadə edərək satışın stimullaşdırılmasında strateji yanaşma vardır: (Çəki: 1)

- 2
 - 4
 - 6
 - 8
 - 10
-

Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən intensiv aqromarketing strategiyası müəyyən etməlidir: (Çəki: 1)

- aşağı qiyməti
 - orta qiyməti
 - yüksək qiyməti
 - dempinq qiyməti
 - partiyaların həcmi
-

Sual: İntensiv aqromarketing strategiyası yeni malla bazara çıxarkən yüksək qiyməti o halda müəyyən edə bilər ki (Çəki: 1)

- satışın stimullaşdırılması orta xərc səviyyəsindədir
 - satışın stimullaşdırılması aşağı xərc səviyyəsindədir
 - satışın stimullaşdırılması yüksək xərc səviyyəsindədir
 - reklam mövcud deyil
 - reklamın həcmi böyükdür
-

Sual: Bazara seçmə yolla daxil olmaq müəyyən edir: (Çəki: 1)

- aşağı qiyməti
 - orta qiyməti
 - yüksək qiyməti
 - dempinq qiyməti
 - normalar
-

Sual: Seçmə yolla bazara daxil olma strategiyası yüksək qiymətlə o halda mümkündür ki (Çəki: 1)

- satışın stimullaşdırılmasında xərclər orta səviyyəlidir
 - satışın stimullaşdırılmasında xərclər yüksək səviyyəlidir
 - satışın stimullaşdırılmasında xərclər aşağı səviyyəlidir
 - reklam mövcud deyil
 - reklamın həcmi böyükdür
-

Sual: Bazara geniş müdaxilə strategiyası xarakterizə edir: (Çəki: 1)

- yüksək qiyməti
 - orta qiyməti
 - aşağı qiyməti
 - dempinq qiyməti
 - normaları
-

Sual: Bazara geniş müdaxilə strategiyası aşağı qiymətlə xarakterizə olunur: (Çəki: 1)

- satışın həvəsləndirilməsində orta xərc səviyyəsi ilə
 - satışın həvəsləndirilməsində aşağı xərc səviyyəsi ilə
 - satışın həvəsləndirilməsində yüksək xərc səviyyəsi ilə
 - reklam mövcud deyil
 - reklamın həcmi böyükdür
-

Sual: Passiv aqromarketing strategiyası müəyyən edir: (Çəki: 1)

- yüksək qiyməti
- orta qiyməti
- aşağı qiyməti
- dempinq qiyməti
- normaları

Sual: Passiv aqromarketing strategiyası mallara aşağı qiyməti o zaman müəyyən edir ki (Çəki: 1)

- satışın həvəsləndirilməsində orta xərc səviyyəsi ilə
- satışın həvəsləndirilməsində aşağı xərc səviyyəsi ilə
- satışın həvəsləndirilməsində cüzi xərc səviyyəsi ilə
- reklam mövcud deyil
- taktikaları

Sual: İstehsal potensialından istifadə üçün birinci mərhələdə müəyyən edilməlidir: (Çəki: 1)

- rəqiblərin istehsal potensialı
- büdcə təsərrüfatı
- təsərrüfatın istehsal potensialı
- maliyyə imkanları
- taktikaları

Sual: İstehsal potensialından istifadə üçün ikinci mərhələdə müəyyən edilməlidir: (Çəki: 1)

- rəqiblərin istehsal potensialı
- büdcə təsərrüfatı
- potensialdan istifadənin regional təşkilati-hüquqi formaları
- maliyyə imkanları
- taktikaları

BÖLMƏ: 0501

Ad	0501
Suallardan	18
Maksimal faiz	18
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi: (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- qiymət qoyuluşudur
- qiymətin əmələ gəlməsi məsələsinin düzgün qoyuluşudur
- müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir

rəhbər işçilərin iclasıdır

Sual: Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi: (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
 - qiymət qoyuluşudur
 - tələbin müəyyən edilməsidir
 - müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
 - rəhbər işçilərin iclasıdır
-

Sual: Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi: (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
 - qiymət qoyuluşudur
 - xərclərin qiymətləndirilməsidir
 - müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
 - rəhbər işçilərin iclasıdır
-

Sual: Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi: (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
 - qiymət qoyuluşudur
 - rəqiblərin qiymətinin təhlilidir
 - müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
 - rəhbər işçilərin iclasıdır
-

Sual: Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi: (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
 - qiymət qoyuluşudur
 - qiymət qoymaq metodunun seçilməsidir
 - müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
 - rəhbər işçilərin iclasıdır
-

Sual: Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyuluşu qaydası bir mərhələ kimi: (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
 - qiymət qoyuluşudur
 - son qiymətin qoyuluşudur
 - müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
 - rəhbər işçilərin iclasıdır
-

Sual: Təmiz rəqabət bazarı ibarətdir: (Çəki: 1)

- satıcı və alıcıdan
- yalnız hər hansı bir malın satışından

- şoxlu sayda satıcı və alıcıdan
 - yalnız hər hansı bir malın alıcısından
 - vasitəçilərin
-

Sual: Mümkün qiymət siyasəti problemləri bazarın tipindən asılılığı: (Çəki: 1)

- düzdür
 - bəzi hallarda
 - asılıdır
 - hərdən bir doğrudur
 - ümumiyyətlə asılı deyil
-

Sual: Müəssisənin bazar payının liderlik səviyyəinə çatması qiymətin maksimum artmasına gətirib çıxarır. (Çəki: 1)

- düzdür
 - bəzi hallarda
 - doğru deyil
 - hərdən bir doğrudur
 - məqsədəuyğundur
-

Sual: Adi vəziyyətdən tələb və qiymət birbaşa proporsional asılılıqda olur və ya qiymət artımı tələbləri artmasına gətirib çıxarır. (Çəki: 1)

- düzdür
 - bəzi hallarda
 - doğru deyil
 - hərdən bir doğrudur
 - məhsullara
-

Sual: Tələbin öyrənilməsi üçün müxtəlif məhsullar üzrə onu qiymətləndirmək lazımdır. (Çəki: 1)

- doğru deyil
 - istehlakçılar üçün
 - doğrudur
 - tam doğru deyil
 - mallara
-

Sual: Elastik tələbdə qiymətin aşağı salınması: (Çəki: 1)

- gəlirin ümumi həcminə təsir etmir
 - gəlirə səbəb olmur
 - gəlirin ümumi həcminə təsir edir
 - zərərin ümumi həcminə təsir edir
 - itkiyə səbəb olur
-

Sual: Daimi xərclər istehsal səviyyəsindən birbaşa asılı olaraq dəyişir (Çəki: 1)

- doğrudur

- həmişə belə olmur
 - doğru deyil
 - heç də həmişə doğru olmur
 - malların
-

Sual: Orta qiymət diapazonuna təsir edir: (Çəki: 1)

- rəqiblərin qiyməti və onların bazar mexanizmi
 - yalnız rəqiblərin qiyməti
 - rəqiblərin qiyməti və onların bazara reaksiyası
 - yalnız rəqiblərin reaksiyası
 - yalnız bazar mexanizmi
-

Sual: Qiymət siyasətinin imkanları və problemləri: (Çəki: 1)

- bazarın tipindən asılı olaraq dəyişmir
 - ümumiyyətlə dəyişmir
 - bazarın tipindən asılı olaraq dəyişir
 - nəqliyyatın növündən asılı olaraq dəyişmir
 - əmtəənin növündən asılı olaraq dəyişmir
-

Sual: Maksimum mümkün qiymət məhsulun maya dəyəri ilə müəyyən olur. (Çəki: 1)

- doğrudur
 - həmişə belə olmur
 - doğru deyil
 - tam doğru deyil
 - zəmanət əsasında
-

Sual: Rəqabətli qiymətdəyişmə ticarətin gedişi zamanı müəssisənin daha böyük sifarişlərin əldə edilməsi üçün qəbul edilir. (Çəki: 1)

- doğru deyil
 - istehlakçılar üçün
 - doğrudur
 - tam doğru deyil
 - zəmanət verilmir
-

Sual: Müəssisənin qiymətdəyişmə probleminə strateji yanaşması məhsulun həyat dövrü mərhələlərin asılıdır. (Çəki: 1)

- tam
 - şərti
 - müəyyən qədər
 - daimi
 - müvəqqəti
-

BÖLMƏ: 0502

Ad

0502

Suallardan

19

Maksimal faiz	19
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Qiymətqoyma coğrafi yanaşma müxtəlif qiymət qoyuluşu haqqında qərarın qəbulunu nəzərdə tutur. (Çəki: 1)

- vahid qiymət
 - vahid nümunə
 - fərqli qiymət
 - iki qiymət
 - üç qiymət
-

Sual: Qiymət dəyərini pulla ifadəsidir: (Çəki: 1)

- əməyin
 - xidmətin
 - əmtəənin
 - əməyin və xidmətin
 - yalnız əməyin
-

Sual: Qiymət özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- sosial kateqoriyanı
 - əməyin dəyərinin ifadəsini
 - iqtisadi kateqoriyanı
 - əmək və xidmətlərin dəyərinin ifadəsini
 - dəyər ifadəsini
-

Sual: Qiymət özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- sosial kateqoriyanı, iş vaxtını ölçmək üçün
 - əməyin dəyərinin ifadəsini
 - tələb və təklifin kəmiyyət nisbətini
 - əmək və xidmətlərin dəyərinin ifadəsini
 - xidmətlərin dəyər ifadəsini
-

Sual: Qiymət siyasəti dövlətin, ayrı-ayrı firmaların qiymət səviyyəsinin dəyişməsi üzrə konsepsiyasını nəzərə almalıdır: (Çəki: 1)

- nəzərdə tutulan tədbirin həyata keçirilməsi vaxtı
 - elektrik enerjisindən istifadə
 - tələb və təklif dinamikası
 - malgöndərənlərin sifarişini
 - tələbin elastikliyi
-

Sual: Dövlətin qiymət siyasəti dövlət büdcəsində üzrə resursların iştirakına əsaslanır: (Çəki: 1)

- iqtisadi məsələlərin həlli
 - münaqişələrin həlli
 - iqtisadiyyatın tənzimlənməsi
 - qarşılıqlı münasibətlərin tənzimlənməsi
 - mübahisələrin həlli
-

Sual: Tarixən qiymət alıcı və satıcıların danışıqları prosesində müəyyən edilib: (Çəki: 1)

- malgöndərənler
 - alıcılar
 - tərəflər
 - rəqiblərlə
 - mal göndərənlərlə
-

Sual: Satışın stimullaşdırılması: (Çəki: 1)

- istehlakçı seçiminə təsir etmir
 - qeyri-qiymət amili kimi vasitəçilərin seçiminə təsir etmir
 - qeyri-qiymət amili kimi istehlakçıların seçiminə təsir edir
 - qiymət amilinə təsir edir
 - vasitəçilərin seçilməsinə təsir etmir
-

Sual: Müştərilər üçün malların və xidmətlərin bölgüsünün təşkili (Çəki: 1)

- istehlakçı seçiminə təsir etmir
 - qeyri-qiymət amili kimi vasitəçilərin seçiminə təsir etmir
 - qeyri-qiymət amili kimi istehlakçıların seçiminə təsir edir
 - qiymət amilinə təsir edir
 - vasitəçilərin seçilməsinə təsir etmir
-

Sual: Müəssisə qiymətin əmələ gəlməsi probleminə baxır (Çəki: 1)

- eyni
 - birmənalı
 - müxtəlif
 - birtərəfli
 - qeyri-müəyyən
-

Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür: (Çəki: 1)

- yalnız rəhbərlərin
 - yalnız ətraf mühitin
 - satış xidmətini idarə edənlərin
 - yalnız rəqiblərin
 - yalnız nəqliyyatçıların
-

Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür: (Çəki: 1)

- yalnız rəhbərlərin
 - yalnız ətraf mühitin
 - istehsal müdirlərinin
 - yalnız rəqiblərin
 - yalnız nəqliyyatçıların
-

Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür: (Çəki: 1)

- yalnız rəhbərlərin
 - yalnız ətraf mühitin
 - maliyyə rəhbərlərinin
 - yalnız rəqiblərin
 - yalnız nəqliyyatçıların
-

Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür: (Çəki: 1)

- yalnız rəhbərlərin
 - yalnız ətraf mühitin
 - mühasiblərin
 - yalnız rəqiblərin
 - yalnız nəqliyyatçıların
-

Sual: İqtisadçılar qiymətin əmələ gəlməsi sahəsində bazarları tipə bölürlər: (Çəki: 1)

- 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
-

Sual: Qiymət siyasətinin problemləri və imkanları (Çəki: 1)

- bazarın tipindən asılı olaraq dəyişmir
 - bazarın tipindən asılı olaraq bəzən dəyişir
 - bazarın tipindən asılı olaraq dəyişir
 - bazarın tipindən asılı olmadan dəyişir
 - xüsusi rol oynamır
-

Sual: Tələb müəyyən edir (Çəki: 1)

- minimum qiyməti
 - orta qiyməti
 - ən yüksək qiyməti
 - orta qarışıq qiyməti
 - qeyri-qənaətbəxş qiyməti
-


Sual: Xərclər müəyyən edir (Çəki: 1)

- ən yüksək qiyməti
- orta qiyməti
- minimum qiyməti
- orta qarışıq qiyməti
- qeyri-qənaətbəxş qiyməti

Sual: «Orta xərcə mənfəətin cəmi» (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır
- qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil
- qiymətin əmələ gəlməsinə təsir etmir

BÖLMƏ: 0503

Ad	0503
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Xalis gəlirin təmin edilməsi və itkisizliyin təhlilidir (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır
- qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil
- qiymətin əmələ gəlməsinə təsir etmir

Sual: Qiymətin müəyyən edilməsində malların hiss olunan dəyərinin nəzərə alınması (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır
- qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil
- qiymətin əmələ gəlməsinə təsir etmir

Sual: Qapalı torqlar əsasında qiymətin müəyyən edilməsi (Çəki: 1)

- qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır
- qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir
- qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil
- qiymətin əmələ gəlməsinə təsir etmir

Sual: Satıcı nəzərə almalıdır (Çəki: 1)

- yalnız iqtisadi amilləri
 - yalnız psixoloji amilləri
 - həm iqtisadi, həm də psixoloji amilləri
 - yalnız psixoloji və sosial amilləri
 - yalnız sosial amilləri
-

Sual: Müəssisə şəraitində fəaliyyət göstərir: (Çəki: 1)

- ətrafın dəyişməsi
 - rəqiblərin ətrafı
 - rəqiblərin ətrafının daimi dəyişməsi
 - bir çox subyektlərin ətrafının dəyişməsi
 - daimi böhranlar
-

Sual: müəssisə özü qiymətin dəyişməsinin təşəbbüskarı kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- hər vaxt
 - zərurət olduqda
 - bəzən
 - sistemativ
 - daimi
-

Sual: Müəssisə rəqiblərin qiymət təşəbbüsünə cavab verir: (Çəki: 1)

- hər vaxt
 - zərurət olduqda
 - müəyyən şəraitdə
 - sistemativ
 - ardıcıl
-

Sual: Müəssisə potensialla qoyulan yeni malları bazara çıxardarkən qiymətin müəyyən edilməsində seçə bilməz (Çəki: 1)

- bazarın ətrafı təhlili taktikasını
 - «seçilmiş mallar» strategiyasını
 - ya «seçilmiş mallar», ya da bazarın ətraflı təhlili strategiyasını
 - bazarın yalnız ətraflı təhlili strategiyasını
 - «seçilmiş mallar» taktikasını
-

Sual: Qiymətin əmələ gəlməsinə coğrafi yanaşma müəyyən edir: (Çəki: 1)

- eyni qiyməti
 - ən yüksək qiyməti
 - fərqli qiyməti
 - minimal qiyməti
 - orta qiyməti
-

Sual: Qeyri-bərabər qiymətin müxtəlif formaları nəzərə alınaraq müəyyən edilir:

(Çəki: 1)

- malların variantları
 - malların variantları, alıcıların müxtəlifliyi və yerləşməsi
 - malların variantları, alıcıların müxtəlifliyi, yerləşməsi və vaxt
 - yerləşməsi, vaxtı
 - vaxtı
-

Sual: Qiymət nəzərə alaraq dəyişir: (Çəki: 1)

- mövsümi
 - mövsümi, həftənin günləri, günün saati
 - mövsümi, həftənin günləri, günün saati, ilin ayları
 - günün saati
 - ilin ayları
-

Sual: Qeyri-bərabər qiymətin müəyyən edilməsi: (Çəki: 1)

- istehlakçıları narazı salmalıdır
 - istehlakçılarda qərəz yaratmalıdır
 - istehlakçılarda qərəz yaratmamalıdır
 - istehlakçılar qəbul etməlidir
 - mümkün deyil
-

Sual: Satış həcmnin 3 %, qiymətin 1 % artımı, gəlirin % artmasıdır (Çəki: 1)

- 31
 - 32
 - 33
 - 34
 - 35
-

Sual: Xərclərin artımının məhsuldarlığın artımına təsiri (Çəki: 1)

- mütənasibdir
 - eynidir
 - uyğun deyil
 - proporsionaldır
 - təsiredicidir
-

Sual: Qiymət artımına təsir edir (Çəki: 1)

- təklifin həddən artıq artması
 - rəqiblərin çoxluğu
 - tələbin həddən artıq çox olması
 - tələbin sabitliyi
 - tələbin qeyri-sabitliyi
-

Sual: Qiyməti hiss etmədən qaldırmaq (Çəki: 1)

- mümkün deyil
 lazım deyil
 ola bilər
 demək olar ki, mümkün deyil
 zəmanət verilir
-

Sual: Müəssisə qiymətlərin dəyişməsinə planlaşdırarkən (Çəki: 1)

- rəqiblərin reaksiyası haqqında düşünməməlidir
 vasitəçilərin imkanları haqqında düşünməməlidir
 rəqiblərin reaksiyası haqqında düşünməlidir
 yalnız öz imkanları haqqında düşünməlidir
 həmişə müvəffəqiyyət əldə olunur
-

BÖLMƏ: 0601

Ad	0601
Suallardan	27
Maksimal faiz	27
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Aqromarketing konsepsiyasında bazar özündə məcmunu əks etdirir. (Çəki: 1)

- həqiqi və dolaylı tələbləri
 potensial və qeyri potensial tələbləri
 həqiqi və potensial tələbləri
 həqiqi və potensial istehsalçıları
 həqiqi və potensial vasitəçiləri
-

Sual: Aqromarketing kompleksinin əsas elementlərindən biridir. (Çəki: 1)

- çeşid
 nomenklatura
 məhsul
 tələb
 təklif
-

Sual: Aqromarketing kompleksinin əsas elementlərindən biridir. (Çəki: 1)

- çeşid
 nomenklatura
 qiymət
 tələb
 təklif
-

Sual: Aqromarketing kompleksinin əsas elementlərindən biridir. (Çəki: 1)

- çeşid
 - nomenklatura
 - satışın sistemi
 - tələb
 - təklif
-

Sual: Aqromarketing kompleksinin əsas elementlənidən biridir: (Çəki: 1)

- istehsal təyinatlı malların çeşidi
 - istehsal təyinatlı malların nomenklaturası
 - aqromarketingin kommunikasiya sistemi
 - telekommunikasiya rabitəsi sistemi
 - teleradio kommunikasiyaları
-

Sual: Aqromarketing kommunikasiyasında müəssisənin əməkdaşları mühüm rol oynayır. (Çəki: 1)

- birgə müəssisələrin
 - geri qalan müəssisələrin
 - həmişə fəaliyyətdə olan müəssisənin
 - konkret təşkilatın
 - nəzərdə tutulan təşkilatın
-

Sual: Aqromarketing kommunikasiyasında mühüm əhəmiyyət həqiqi və potensiallardır. (Çəki: 1)

- namizədlər
 - xidmətçilər
 - istehlakçılar
 - təchizatçılar
 - istehsalçılar
-

Sual: Aqromarketingin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir: (Çəki: 1)

- arzu olunan şahidlər
 - arzu olunmayan iştirakçılar
 - əlaqə auditoriyası
 - əlaqə telefonu
 - əlaqə mexanizmi
-

Sual: Aqromarketingin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir: (Çəki: 1)

- vasitəçiliyə namizədlər
 - aqromarketing xidmətləri
 - aqromarketing vasitəçiləri
 - təchizatçılar
 - istehsalçılar
-

Sual: Aqromarketingin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir: (Çəki: 1)

- namizədlər
 - qulluqçular
 - mal göndərənələr
 - təchizatçılar
 - istehsalçılar
-

Sual: Aqromarketinqin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir: (Çəki: 1)

- namizədlər
 - dövlət orqanlarında qulluqçular
 - dövlət idarəetmə orqanları
 - ASK təchizatçıları
 - istehsalçılar
-

Sual: Aqromarketinqin kommunikasiya sisteminin strukturunun müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir: (Çəki: 1)

- vasitəçilərin strategiya və taktikası
 - rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
 - təşkilatların məqsəd və strategiyaları
 - rəqiblərin strategiya və taktikaları
 - mal göndərənlərin strategiya və taktikaları
-

Sual: Aqromarketinqin kommunikasiya sisteminin strukturunu müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir: (Çəki: 1)

- vasitəçilərin strategiya və taktikası
 - rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
 - məhsul və bazarın tipi
 - rəqiblərin strategiya və taktikaları
 - mal göndərənlərin strategiya və taktikaları
-

Sual: Aqromarketinqin kommunikasiya sisteminin strukturunu müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir: (Çəki: 1)

- vasitəçilərin strategiya və taktikası
 - rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
 - istehlakçı auditoriyasının vəziyyəti
 - rəqiblərin strategiya və taktikaları
 - mal göndərənlərin strategiya və taktikaları
-

Sual: Aqromarketinqin kommunikasiya sisteminin strukturunu müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir: (Çəki: 1)

- vasitəçilərin strategiya və taktikası
 - rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
 - reklam olunan malın həyat dövrü mərhələləri
 - rəqiblərin strategiya və taktikaları
 - mal göndərənlərin strategiya və taktikaları
-

Sual: Kommunikasiya vasitələrinə bəzi mütəxəssislər aid edir: (Çəki: 1)

- yalnız reklamı
 - yalnız malı
 - həmçinin qablaşdırmanı
 - həmçinin malı
 - yalnız qablaşdırmanı
-

Sual: Adətən satışın stimullaşdırılmasında tərəflər tipə bölünür: (Çəki: 1)

- 5
 - 4
 - 3
 - 2
 - 6
-

Sual: Satışın stimullaşdırılmasında adətən növbəti tərəflər fərqləndirilir. (Çəki: 1)

- rəqiblər, ticarət vasitəçiləri, xüsusi ticarətçilər
 - istehlakçılar, rəqiblər, xüsusi ticarətçilər
 - istehlakçılar, ticarət vasitəçiləri, xüsusi ticarətçilər
 - rəqiblər, istehlakçılar, ticarət vasitəçiləri
 - istehlakçılar, ticarət vasitəçiləri
-

Sual: Şəxsi satış özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- bir və ya bir neçə potensial alıcıya mal haqqında yazılı məlumat vermək
 - bir neçə potensial alıcıya mal haqqında şifahi məlumat vermək
 - bir və ya bir neçə potensial alıcıya mal haqqında şifahi məlumat vermək
 - bir neçə potensial alıcıya mal haqqında yazılı məlumat vermək
 - bir potensial alıcıya mal haqqında şifahi məlumat vermək
-

Sual: Şəxsi satışdır: (Çəki: 1)

- yüksək texnologiyanın köməyi ilə satış
 - malın əldə olunmasına birbaşa kömək edən yüksək texnologiyanın nəticəsi
 - birbaşa malın alınması ilə nəticələnən yeganə kommunikasiya növü
 - birbaşa malın alınması ilə nəticələnən yeganə olmayan kommunikasiya növü
 - ilə malın alınması ilə nəticələnən kommunikasiya növü
-

Sual: Şəxsi satışdır: (Çəki: 1)

- yüksək texnologiyanın köməyi ilə ticarət
 - kommunikasiyanın daha ucuz tipi
 - kommunikasiyanın daha bahalı tipi
 - kommunikasiyanın daha müasir tipi
 - vasitəçi təşkilatların köməyi ilə ticarət
-

Sual: Dünyada «Pablik Rileşnz» üzrə ən məşhur mütəxəssislərdən biri: (Çəki: 1)

- F.Kotler
 - N.Ernaşvili
 - S.Blek
 - E.Utkin
 - Y.Tsıpkın
-

Sual: İxtisaslaşma dərəcəsiindən asılı olaraq beynəlxalq yarmarka bürosu təşkilata uyğun olaraq yarmarkaları bölür. (Çəki: 1)

- 5
 - 15
 - 10
 - 20
 - 25
-

Sual: Firma üçün kommunikasiya məsələlərinin həlli baxımından sərgi iştirakçıları üçün daha maraqlı fəaliyyət hesab edilir. (Çəki: 1)

- sərginin təşkilat komitəsi
 - elmi-texniki mərkəz
 - sərginin mətbuat mərkəzi
 - kommunikasiya mərkəzi
 - reklamın şöbəsi
-

Sual: Firmanın əlaqə auditoriyası ASK müəssisələrinin xammal, material, avadanlıqla və s. təmin edən şəxsdir. (Çəki: 1)

- düzdür
 - bəzən
 - doğru deyil
 - heç də doğru deyil
 - şərti
-

Sual: Aqromarketing bütüb bazar fəaliyyətində əsas götürür: (Çəki: 1)

- istehlakçıların tələbinin ödənilməsini
 - vasitəçilərin tələbinin effektiv ödənilməsini
 - istehlakçıların tələbinin effektiv ödənilməsini
 - mal göndərənlərin tələbinin ödənilməsini
 - təchizatçıların tələbinin ödənilməsini
-

Sual: Psixoloqlar təsdiq edir ki, insanları əks etdirən şəkillər cansız əşyaları əks etdirən şəkillərdən neçə faiz çox cəlb edir? (Çəki: 1)

- 53
 - 43
 - 23
 - 33
 - 13
-

BÖLMƏ: 0602

Ad	0602
Suallardan	25
Maksimal faiz	25
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Satış ticarət nümayəndəsi gəlməzdən xeyli əvvəl başlayır. Satış nədən başlayır? (Çəki: 1)

- istehsaldan
- təbligatdan
- reklamdən
- sorğudan
- sorğu-sualdan

Sual: Kommunikasiya məqsədləri orqanik bir hissəsi hesab edilməlidir. (Çəki: 1)

- aqromarketinqin
- marketinqin
- aqromarketinqin məqsədlər sisteminin
- reklamın
- tələbin

Sual: "Kommunikasiya qarışıqının" bu və ya digər vasitəsinin istifadə edilməsi konkret bazar vəziyyətindən asılı deyil. (Çəki: 1)

- doğrudur
- hər zaman doğru olmur
- yanlıştır
- tam doğru deyil
- iqtisadiyyatda

Sual: Aqromarketinq kommunikasiya məqsədlərinin seçimi istifadə edilən vasitələri müəyyən edir. (Çəki: 1)

- rəqiblərə
- vasitəçilərə
- onların nailiyyəti üçün
- işin yerinə yetirilməsinə
- mal göndərənlərə

Sual: Praktikada "kommunikasiya qatışıqının" yalnız bir elementindən istifadə edilməsi müşahidə olunur. (Çəki: 1)

- doğrudur
- hər zaman doğru olmur

- yanlışdır
 - tam doğru deyil
 - zəmanət verilir
-

Sual: Aqromarketinqin bu və ya digər strategiyası Aqromarketinq Kommunikasiya Sisteminin (AMKS) müxtəlif rolunu nəzərdə tuta bilər. (Çəki: 1)

- yanlışdır
 - hər zaman doğru deyil
 - doğrudur
 - tam doğru deyil
 - zəmanət verilmir
-

Sual: Məhsulun hərəkətə gətirilmə strategiyası kənd təsərrüfatı istehsalçılarının istehlakçılarla qarşılıqlı əlaqəsini kommunikasinin əsas istiqaməti: (Çəki: 1)

- doğrudur
 - hər zaman doğru olmur
 - yanlışdır
 - tam doğru deyil
 - zəmanət verilir
-

Sual: AMKS-ın müxtəlif vasitələrinin istifadə edilməsi hər hansı bir bazarda müxtəlif səmərə verir. (Çəki: 1)

- yanlışdır
 - hər zaman doğru olmur
 - doğrudur
 - tam doğru deyil
 - zəmanət verilmir
-

Sual: Reklam qərəzsizdir: (Çəki: 1)

- doğrudur
 - hər zaman doğru olmur
 - yanlışdır
 - tam doğru deyil
 - məcburidir
-

Sual: Kütləvi reklam konkret kontingentə istiqamətləndirilir: (Çəki: 1)

- doğrudur
 - hər zaman doğru olmur
 - yanlışdır
 - tam doğru deyil
 - bəzən doğrudur
-

Sual: "Reklam yaxşı məhsulun satışını stimullaşdırır, pis məhsulun iflasını tezləşdirir". (Çəki: 1)

- A.F.Kotler
 - B.H.Erniaşvili
 - V.A.Politsa
 - Q.E.Utkin
 - D.Y.Tsipkin
-

Sual: Reklamın tarixi: (Çəki: 1)

- 400 ildir
 - 300 ildir
 - minillərdir
 - yüz illərdir
 - iki yüz ildir
-

Sual: Reklam kommunikasiyasında kodlaşdırma kommunikasiya ideyasının aşağıdakı formalarda təqdim edilməsidir. (Çəki: 1)

- rəqiblərə mətn, simvol, obraz formasında
 - vasitəçilərə mətn, simvol, obraz formasında
 - adresata mətn, simvol, obraz formasında
 - vasitəçiyə simvol və ya obraz formasında
 - adresata mətn və simvol formasında
-

Sual: Reklam müraciətlərində istifadə edilən motivlər şərti olaraq aşağıdakı böyük qruplarda cəmlənilir. (Çəki: 1)

- 4
 - 5
 - 3
 - 6
 - 2
-

Sual: Reklam müraciətlərində istifadə edilən motivlər şərti olaraq aşağıdakı böyük qruplarda cəmlənilir. (Çəki: 1)

- rasionl, irrasionl, emosional və əxlaqi
 - rasionl, irrasionl və əxlaqi
 - rasionl, emosional və əxlaqi
 - irrasionl, emosional və əxlaqi
 - emosional və əxlaqi
-

Sual: Rasionl motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- zərərsizlik
 - istək
 - mənfəətilik
 - arzu edilmə
 - qorxu
-

Sual: Rasional motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- zərərsizlik
 - istək
 - sağlamlıq
 - arzu edilmə
 - qorxu
-

Sual: Rasional motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- zərərsizlik və nöqsansızlıq
 - istək
 - etibarlılıq və zəminlik
 - arzu edilmə
 - qorxu
-

Sual: Emosional motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- ədalətlik
 - sağlamlılıq
 - qorxu
 - mənfəətlik
 - zərərsizlik
-

Sual: Emosional motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- ədalətlik
 - sağlamlılıq
 - sevgi
 - mənfəətlik
 - zərərsizlik
-

Sual: Emosional motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- ədalətlik
 - sağlamlılıq
 - sevinc və yumor
 - mənfəətlik
 - zərərsizlik
-

Sual: Əxalqi və sosial motivlərə aşağıdakılar aiddir: (Çəki: 1)

- sevinc və yumor
 - sağlamlılıq
 - ədalətlik
 - mənfəətlik
 - zərərsizlik
-

Sual: Psixoloji araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, qırmızı işıqda aşağıdakı hisslər duyulur. (Çəki: 1)

- soyuq
 həyəcan
 isti
 işıq
 donma
-

Sual: Psixoloji araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, göy və mavi işıqda aşağıdakı hisslər duyulur. (Çəki: 1)

- isti
 həyəcan
 soyuq
 işıq
 donma
-

Sual: Psixoloji araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, qara və işıqların ahəngliyi aşağıdakı instiktiv hisslərin duyulması ilə müşahidə olunur. (Çəki: 1)

- soyuq
 isti
 həyəcan
 işıq
 donma
-

BÖLMƏ: 0603

Ad	0603
Suallardan	25
Maksimal faiz	25
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Mavi işıq assosiasiya edir: (Çəki: 1)

- həyəcan
 əsəbilik
 sakitçilik
 səs-küy
 soyuq
-

Sual: Pozisiya effekti nəzərdə tutur ki, reklam informasiyasının birinci və sonuncu hissəsi: (Çəki: 1)

- asan, ancaq müvəqqəti
 pis
 asan və daha möhkəm
 tam yaxşı olmayaraq
 çətinliklə yadda qalır
-

Sual: Ümumi qiymətləndirmə əmsalı çəkinin operativ göstəricisi kimi çıxış edir və reklam daşıyıcısı ilə əlaqələrin orta rəqəmi ilə müəyyən edilir. (Çəki: 1)

- məqsədli auditoriyanın 400 nümayəndəsinə düşən
 - əhalinin 300 nəfər nümayəndəsinə düşən
 - məqsədli auditoriyanın 100 nəfər nümayəndəsinə düşən
 - istehlakçıların 200 nümayəndəsinə düşən
 - məqsədli auditoriyanın 500 nümayəndəsinə düşən
-

Sual: Reklam büdcəsinin işlənilib hazırlanması prosesini aşağıdakılara bölmək olar (Çəki: 1)

- üç böyük bloka
 - dörd bloka
 - iki böyük bloka
 - beş bloka
 - altı bloka
-

Sual: Məhsulun həyat siklinin ilk mərhələsində aşağıdakılardan istifadə olunur: (Çəki: 1)

- təsdiqləyici reklam
 - xatırladıcı reklam
 - daxiledici reklam
 - yönəldici reklam
 - adi reklam
-

Sual: Böyümə və yetkinlik mərhələlərində aşağıdakı üslublardan istifadə olunur (Çəki: 1)

- daxiledici reklam
 - xatırladıcı reklam
 - təsdiqləyici reklam
 - yönəldici reklam
 - adi reklam
-

Sual: Məhsulun həyat siklinin son mərhələlərində aşağıdakılardan istifadə edilir: (Çəki: 1)

- təsdiqləyici reklam
 - daxiledici reklam
 - xatırladıcı reklam
 - yönəldici reklam
 - adi reklam
-

Sual: Daxiledici, təsdiqləyici və xatırladıcı reklamların ardıcıl istifadə edilməsi aşağıdakı məfhumu təşkil edir: (Çəki: 1)

- reklam lövhəsi
- reklam mühiti

- reklam spiralı
 - reklam büdcəsi
 - reklam xidməti
-

Sual: Reklam agentliyinin təşkilati strukturuna aşağıdakılar daxildir: (Çəki: 1)

- altı əsas funksional bölmə
 - yeddi xidməti bölmə
 - beş əsas funksional bölmə
 - səkkiz funksional bölmə
 - üç xidməti bölmə
-

Sual: Reklam kampaniyası aşağıdakı mərhələlər daxildir: (Çəki: 1)

- beş əsas mərhələ
 - üç təxirəsalınmaz mərhələ
 - bir neçə əsas mərhələ
 - parallel olaraq iki mərhələ
 - əsas olmayan bir neçə mərhələyə
-

Sual: Reklam yaxşı məhsulun satışını stimullaşdırır və: (Çəki: 1)

- təchizatı sürətləndirir
 - təchizatı pisləşdirir
 - pis məhsulun satışına təsir edir
 - pis məhsulun satışına təsir etmir
 - istehsal proqramının sürətlənməsinə təsir edir
-

Sual: Reklam kommunikasiyasının spesifik xüsusiyyətləri: (Çəki: 1)

- müəyyən dərəcədə agentliyin funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
 - reklamın funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
 - müəyyən dərəcədə reklamın funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
 - agentliyin funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
 - personalın funksional vəzifələri ilə müəyyənləşdirilir
-

Sual: Reklamın maksimal səmərəliliyinə hansı halda nail olmaq mümkündür: (Çəki: 1)

- aqromarketing kompleksində
 - texniki tədbirlər kompleksində
 - yalnız aqromarketing kompleksində
 - aqromarketing tədbirlər kompleksində
 - tədbirlər kompleksində
-

Sual: Reklam kommunikasiyasında kodlaşdırma kommunikasiya ideyasının aşağıdakı formalarda adresata təqdim edilməsidir. (Çəki: 1)

- çarx, simvol və obraz formasında
- mətn, simvol və obraz formasında
- mətn, simvol və çarx formasında

- mətn, simvol və ya obraz formasında
 - reklam lövhələri və çarxları formasında
-

Sual: Cavab reaksiyası: (Çəki: 1)

- mübadilə ilə kontakt nəticəsində vasitəçilərin fikirlərini toplusudur.
 - müştərilərlə kontakt nəticəsində alıcıların fikirlərinin toplusudur
 - mübadilə ilə kontakt nəticəsində alıcıların fikirlərinin toplusudur
 - mübadilə ilə kontakt nəticəsində tədarükçülərin fikirlərinin toplusudur
 - müştəri ilə kontakt nəticəsində qulluqçuların fikirlərini toplusudur
-

Sual: Reklam müraciətində əsas olan: (Çəki: 1)

- müraciətin məzmunu, istiqaməti və strukturudur
 - müraciətin istiqaməti, forması və strukturudur
 - müraciətin məzmunu, forması və strukturudur
 - məzmun, forma və istiqamətdir
 - məzmun, forma və strukturudur
-

Sual: Reklam kommunikasiyalarının məqsədi: (Çəki: 1)

- məqsədli bazarın reaksiyasının stimullaşdırmaqdır
 - auditoriyanın reaksiyasını genişləndirməkdir
 - auditoriyanın hər hansı bir reaksiyasına səbəb olmaqdır
 - auditoriyanın reaksiyasının stimullaşdırmaqdır
 - işçilərin emosiyasını stimullaşdırmaq
-

Sual: Alınan maldan məmnuniyyətsizliyə reaksiya idrakdan hərəkətə keçid zamanı insanın adi reaksiyasıdır. (Çəki: 1)

- doğrudur
 - hər zaman doğru olmur
 - yanlıştır
 - tam doğru deyil
 - praktiki olaraq mümkündür
-

Sual: Reklam müraciətinin məzmununun formalaşması: (Çəki: 1)

- mütəxəssisin müəyyən motivasiyasını nəzərdə tutur
 - qeyri-müəyyən reaksiyanı nəzərdə tutur
 - adresatın müəyyən motivasiyasının nəzərdə tutur
 - göndərənin müəyyən motivasiyasını nəzərdə tutur
 - göndərənin qeyri-müəyyən reaksiyanı nəzərdə tutur
-

Sual: Reklamda məhəbbət motivi “Özün üçün ... kəşf et” çağırışı ilə realizə edilir: (Çəki: 1)

- doğrudur
- hər zaman doğru olmur
- yanlıştır

- “sınayın”
 “peşman olmazsınız”
-

Sual: Kəşf motivindən informasiyanın şən, parlaq boyalarda verilməsi vasitəsi ilə istifadə edilir (Çəki: 1)

- doğrudur
 hər zaman doğru olmur
 yanlıştır
 tam doğru deyil
 zəmanət verilir
-

Sual: Reklamdan daha çox məhsulun kamillik mərhələsində və satış həcminin azalması mərhələsində istifadə edilməlidir. (Çəki: 1)

- doğrudur
 hər zaman doğru olmur
 yanlıştır
 tam doğru deyil
 zəmanət verilir
-

Sual: Reklamdan daha intensiv olaraq (Çəki: 1)

- ölkə iqtisadiyyatının ümumi azalması zamanı istifadə edilməlidir
 sahə iqtisadiyyatının ümumi tənəzzülü zamanı istifadə edilməlidir
 ölkə iqtisadiyyatının inkişafı zamanı istifadə edilməlidir
 sahə istehsalatının azalması zamanı istifadə edilir
 iqtisadiyyatın ayrı-ayrı çölmələrini yüksəlişi zamanı istifadə edilir
-

Sual: Rəngli reklam daha tez diqqət cəlb edir və (Çəki: 1)

- ağ-qara reklamdan daha çox yaşayır
 adi reklamdan daha çox yaşayır
 ağ-qara reklamdan daha uzun müddət təsir edir
 dərhal təsir edir
 tədricən təsir edir
-


Sual: Reklam müraciətinin ötürülməsi üçün səmərəli vasitələrinin düzgün seçimi bütövlükdə reklam kommunikasiyasının uğurlu olmasını təmin edir: (Çəki: 1)

- bütün reklam kommunikasiyalarının müvəffəqiyyətini təmin etmir
 reklam informasiyalarının müvəffəqiyyətini təmin etmir
 reklam kommunikasiyalarının müvəffəqiyyətini təmin edir
 malların müqavimətini genişləndirir
 malların müqavimətini müəyyən edir
-

BÖLMƏ: 0701

Ad 0701

Suallardan 10

Maksimal faiz	10
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Adətən konsaltinq həyata keçirilir: (Çəki: 1)

- qeyri-kommersiya əsasında
- xeyriyyəçilik əsasında
- kommersiya əsasında
- dostluq əsasında
- təmənnasız olaraq

Sual: Praktiki fəaliyyətdə məsləhətçilər bölünürlər: (Çəki: 1)

- ştatdan kənar daxili və ştatda xarici
- müqavilə ilə və müqaviləsiz
- daxili və xarici
- xüsusi və peşəkar
- bir neçə xarici qrupa

Sual: Aqromarketing üzrə məsləhətçilərin marketoloq qarşısında üstünlükləri: (Çəki: 1)

- yoxdur
- qismən
- vardır
- demək olar ki, yoxdur
- nəhəng

Sual: Məsləhət vermənin növlərindən biridir: (Çəki: 1)

- müsahibə
- intervyu
- ekspert
- xülasə
- müşahidə

Sual: Məsləhət vermənin növlərindən biridir: (Çəki: 1)

- müsahibə
- intervyu
- proses
- xülasə
- müşahidə

Sual: Məsləhət vermənin növlərindən biridir: (Çəki: 1)

- müsahibə

- intervyu
- öyrətmə
- xülasə
- müşahidə

Sual: Avropanın məlumat-göstəricilərində menecment üzrə məsləhətçilər bölünüb:
(Çəki: 1)

- 44 növə
- 54 növə
- 84 növə
- 74 növə
- 64 növə

Sual: Menecment üzrə məsləhətçiləri birləşdirirlər: (Çəki: 1)

- 8 qrupda
- 5 qrupda
- 8 əsas qrupda
- 5 əsas qrupda
- 7 qrupda


Sual: Reinjinerinqdir: (Çəki: 1)

- əsaslı şəkildə düşünmək və fəaliyyətdə olan biznesi yenidən qurmaq
- fəaliyyətdə olan biznesi qaydaya salmaq və yenidən dərk etmək
- biznesi köklü surətdə yenidən qurmaq və əsaslı şəkildə yenidən düşünmək
- fəaliyyətdə olan biznesi qaydaya salmaq və dərk etmək
- fəaliyyətdə olan biznesin öyrənilməsi və genişləndirilməsi

Sual: Kontrolinqdir: (Çəki: 1)

- məqsədə çatmaq mexanizminin idarəetmə sistemi və birgə müəssisələrin fəaliyyətinin nəticələri
- məqsədə çatma mexanizminin idarə edilməsi və müəssisənin fəaliyyətinin nəticələri
- son məqsədə çatma prosesinin idarəetmə sistemi və müəssisənin fəaliyyətinin nəticələri
- məqsədə çatma mexanizminin idarə edilməsi
- son məqsədə çatma prosesinin və müəssisənin fəaliyyətinin nəticələrinin idarə edilməsi prinsipləri

BÖLMƏ: 0702

Ad	0702
Suallardan	10
Maksimal faiz	10
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Məsləhət vermə prosesinin mərhələlərindən biridir: (Çəki: 1)

- proqnozlaşdırma
 - əvvəlcədən demə
 - diaqnoz vermə
 - xəbərdarlıq
 - müşahidə
-

Sual: Məsləhət vermə prosesinin mərhələlərindən biridir: (Çəki: 1)

- proqnozlaşdırma
 - əvvəlcədən demə
 - fəaliyyətin planlaşdırılması
 - fəaliyyətin əvvəlcə deyilməsi
 - müşahidə
-

Sual: Məsləhət vermə prosesinin mərhələlərindən biridir: (Çəki: 1)

- fəaliyyətin əvvəlcə deyilməsi
 - əvvəlcə deyilmə
 - tətbiq
 - xəbərdarlıq
 - müşahidə
-

Sual: Rabitə vasitələri və kompüterlərin satıcıları və alıcıları: (Çəki: 1)

- Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil
 - Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil, çünki bu onlara əsas funksiyalarına aid deyil
 - Məsləhətçilər qrupuna daxildir, baxmayaraq ki, məsləhət vermə onların əsas funksiyalarına aid deyil
 - Demək olar ki, məsləhətçilər qrupuna aid deyil
 - Məsləhətçilər qrupuna daxildir, nə qədər ki, bun onların əsas funksiyalarına aiddir
-

Sual: Proqram təminatı satan firmalar: (Çəki: 1)

- Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil
 - Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil, çünki bu onlara əsas funksiyalarına aid deyil
 - Məsləhətçilər qrupuna daxildir, baxmayaraq ki, məsləhət vermə onların əsas funksiyalarına aid deyil
 - Demək olar ki, məsləhətçilər qrupuna aid deyil
 - Məsləhətçilər qrupuna daxildir, nə qədər ki, bun onların əsas funksiyalarına aiddir
-

Sual: «Tam hazır» layihələr və avadanlıqlar satanlar: (Çəki: 1)

- Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil
- Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil, çünki bu onlara əsas funksiyalarına aid deyil
- Məsləhətçilər qrupuna daxildir baxmayaraq ki, məsləhət vermə onların əsas funksiyalarına aid deyil

- Demək olar ki, məsləhətçilər qrupuna aid deyil
- Məsləhətçilər qrupuna daxildir, nə qədər ki, bu onların əsas funksiyalarına aiddir

Sual: Məsləhətçilər-rekrutolar məşğuldur: (Çəki: 1)

- maliyyə sahəsində təftişlə
- köməkçi materialların çatdırılmasının axtarışı ilə
- maliyyə, marketinq və s. sahəsində işçilərin seçimi ilə
- kadrların seçilməsi və yerləşdirilməsi ilə
- təsərrüfat fəaliyyətinin təftişi

Sual: Xarici aqromarketing məlumatlarının təhlilinin alt sistemidir: (Çəki: 1)

- ASK rəhbərlərinin təsərrüfatda baş verən dəyişikliklər haqqında məlumatla təmin etmək
- Bazarda baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək
- Aqrar bazarda baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək
- Bazarda baş verən hadisələrin proqnozunu təqdim etmək
- Baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək

Sual: Aqromarketing tədqiqatlarının alt sistemidir: (Çəki: 1)

- ASK rəhbərlərinin təsərrüfatda baş verən dəyişikliklər haqqında məlumatla təmin etmək
- Bazarda baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək
- ASK müəssisələrinin rəhbərlərinə regionun aqrar bazarının konyuktur xülasəsini təqdim etmək
- ASK rəhbərlərinə bazarda baş verən hadisələr haqqında konyuktur xülasəsi və proqnozlar təqdim etmək
- Bazarda satışı proqnozlaşdırmaq və konyuktur xülasə təqdim etmək

Sual: Aqromarketingin idarəetmə modellərinin tətbiq edilən metodlarından asılı olaraq bölünür. (Çəki: 1)

- qrafiki və riyazi
- məntiqi və riyazi
- məntiqi, qrafiki və riyazi
- məntiqi, resurslu və qrafiki
- məntiqi, qrafiki və psixoloji

BÖLMƏ: 0801

Ad	0801
Suallardan	32
Maksimal faiz	32
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Aqromarketing əhatə edir: (Çəki: 1)

- bazar şəraitində malların hərəkətinin müəyyən mərhələlərini
 - tələbin proqnozlaşdırılması və istehlakın öyrənilməsini
 - bazar şəraitində malların hərəkətinin bütün mərhələlərini
 - mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyatda malların hərəkətinin bütün mərhələlərini
 - proseslərin hərəkətinin bütün mərhələlərini
-

Sual: Aqromarketing proqramı özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- bazara tədricən adaptasiyanı
 - bazara birbaşa adaptasiyanı
 - bazara maksimum adaptasiyanı
 - bazara minimum adaptasiyanı
 - bazara maksimal daxil olmanı
-

Sual: Aqromarketing proqramı özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- kənd təsərrüfatında sahibkarlıq strukturlarının qısamüddətli inkişaf strategiyasının qəbulunu
 - nəqliyyat təsərrüfatında sahibkarlıq strukturlarının uzunmüddətli inkişaf strategiyasının qəbulunu
 - kənd təsərrüfatında sahibkarlıq strukturlarının uzunmüddətli inkişaf strategiyasının qəbulunu
 - aqrar sənayedə sahibkarlıq strukturlarının qısamüddətli inkişaf strategiyasının qəbulunu
 - uzunmüddətli inkişaf strategiyasının qəbulunu
-

Sual: Aqromarketing özündə əks etdirir: (Çəki: 1)

- tələbin öyrənilməsi ilə bağlı istehsal imkanlarının təmin edilməsi sistemini
 - tələbin öyrənilməsi ilə bağlı istehsal və mübadilə imkanlarının təmin edilməsi sistemini
 - tələbin öyrənilməsi ilə bağlı istehsal və mübadilə imkanlarının və baxışların təmin edilməsi sistemini
 - tələbin öyrənilməsi ilə bağlı istehsal və mübadilə imkanlarının təmin edilməsinin tədbirlər sistemini
 - tələbin öyrənilməsi ilə bağlı imkanların və baxışların təmin edilməsi sistemini
-

Sual: Aqromarketing sistemi yönəlir: (Çəki: 1)

- istehsalçıya
 - vasitəçiyə
 - istehlakçıya
 - məsləhətçiyə
 - işçiyə
-

Sual: Aqromarketing sistemidir: (Çəki: 1)

- aqrolizinqin fəaliyyət mexanizmi
 - servis müəssisələrinin fəaliyyət konsepsiyası
 - ASK müəssisələrinin fəaliyyət konsepsiyası
 - ASK bölmələrinin fəaliyyət strategiyası
 - fəaliyyət konsepsiyası
-

Sual: Təklif: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin açarındır
 - aqromarketingin elementi deyil
 - aqromarketingin elementidir
 - aqroservis xidmətinin elementi deyil
 - təhlil alətidir
-

Sual: Tələb: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin açarındır
 - aqromarketingin elementi deyil
 - aqromarketingin elementidir
 - aqroservis xidmətinin elementi deyil
 - təhlil alətidir
-

Sual: Qiymət: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin açarındır
 - aqromarketingin elementi deyil
 - aqromarketingin elementidir
 - aqroservis xidmətinin elementi deyil
 - təhlil alətidir
-

Sual: Aqromarketingin elementləridir: (Çəki: 1)

- təklif, ehtiyac və qiymət
 - təklif, ehtiyac və tələb
 - tələb, təklif və qiymət
 - ehtiyac, tələb və qiymət
 - ehtiyac, istehlak və istək
-

Sual: ASK xarakterizə edir: (Çəki: 1)

- yekcins təşkilatı-hüquqi formanı
 - yekcins təşkilatı-iqtisadi formanı
 - müxtəlif təşkilatı-hüquqi formanı
 - oxşar təşkilatı-hüquqi formanı
 - fərqli sosial-hüquqi formanı
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- avtomatlaşdırılmış sistemli
- elektron sistemli

- məqsədyönlü sistemli
 - mexaniki sistemli
 - qeyri-məqsədyönlü sistemli
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- avtomatlaşdırılmış sistemli
 - elektron sistemli
 - tam sistemli
 - aqrotexniki sistemli
 - tam olmayan sistemli
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- avtomatlaşdırılmış sistemli
 - elektron sistemli
 - mürəkkəb sistemli
 - çətin sistemli
 - qeyri-məqsədyönlü sistemli
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- avtomatlaşdırılmış sistemli
 - elektron sistemli
 - iyerarxiyalı sistemli
 - oxşar sistemli
 - qeyri-məqsədyönlü sistemli
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- qapalı sistemli
 - elektron sistemli
 - açıq sistemli
 - oxşar sistemli
 - qeyri-məqsədyönlü sistemli
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- aqrotexniki sistemli
 - elektron sistemli
 - özünü təşkil edən sistemli
 - mexaniki sistemli
 - özünü təşkil etməyən sistemli
-

Sual: Aqromarketing istiqamətə inkişaf edir: (Çəki: 1)

- aqrotexniki sistemli
- elektron sistemli
- özünü idarə edən sistemli
- mexaniki sistemli

özünü təşkil etməyən sistemli

Sual: Məqsədyönlü sistem ona görə fəaliyyət göstərir (Çəki: 1)

- müəyyən strategiya və məqsəd həyata keçirilsin
 - müəyyən tapşırıq və məqsədlər həll edilsin
 - müəyyən tapşırıq, strategiya və məqsədlər reallaşsın
 - qərar qəbul edilsin
 - müəyyən tapşırıq həll edilsin
-

Sual: Məqsədyönlülük müəyyən edir: (Çəki: 1)

- baxışların və altsistemin vəhdətini
 - təsərrüfat tərəfləri arasında qarşılıqlı əlaqənin vəhdətini
 - bir-birini şərtləndirən, qarşılıqlı əlaqədə olan element və altsistemlərin üzvi vəhdətini
 - altsistemlərin vəhdətsizliyini
 - altsistem təşkil etməyən sistemlərin üzvi vəhdətini
-

Sual: Fermer kollektivlərində birləşdirilməsindən istifadə edilir: (Çəki: 1)

- altsistemin iki qrupunun
 - altsistemin bir qrupunun
 - altsistemin üç qrupunun
 - altsistemin bir neçə qrupunun
 - altsistemin dörd qrupunun
-

Sual: Fermer kollektivlərində altsistemlərin birləşdirilməsi istifadə edilir: (Çəki: 1)

- qərarların qəbulu və həyata keçirilməsinin müəyyən edilməsində
 - qərarların müəyyən edilməsi, hazırlanması və həyata keçirilməsində
 - qərarların hazırlanması, qəbulu və həyata keçirilməsində
 - qərarların həyata keçirilməsində
 - qərarların təmin edilməsində
-

Sual: Təşkilati altsistemdir: (Çəki: 1)

- obyekt-funksional altsistem
 - funksional altsistem
 - təminedicil altsistem
 - emosional altsistem
 - hazırlıq altsistem
-

Sual: Aqromarketinqin idarə edilməsidir: (Çəki: 1)

- təminedicil altsistem
 - funksional altsistem
 - obyekt-funksional altsistem
 - emosional altsistem
 - hazırlıq altsistem
-

Sual: Aqromarketing sistemlərinin fəaliyyət göstərməsi yüksək səviyyəsini təmin edir: (Çəki: 1)

- servisin, texnologiyanın və layihələndirmənin
 - layihələndirmə, servis və estetikanın
 - mədəniyyətin, etikanın və estetikanın
 - texnologiya və texnikanın
 - layihələndirmə, servis və texnikanın
-

Sual: Dünya ədəbiyyatında aqrar böhran nəzəriyyəsini bölmək olar. (Çəki: 1)

- 3
 - 5
 - 4
 - 6
 - 7
-

Sual: Sənayedən aqrar böhranların «əks etdirilməsi» nəzəriyyəsi: (Çəki: 1)

- uzun illərin təcrübələrinin nəticəsidir
 - nəqliyyat böhranının nəticəsində yaranıb
 - aqrar böhran nəzəriyyələrindən biridir
 - konkret sınaqların nəticəsidir
 - təcrübənin nəticəsidir
-

Sual: Aqrar böhranlara dövrü (tsiklik) istehsal böhranlar nəzəriyyəsinin tərkib hissəsi kimi baxılır. (Çəki: 1)

- çoxillik sınaqların nəticəsi olaraq
 - nəqliyyat böhranları nəticəsi olaraq
 - aqrar böhranlar nəzəriyyəsindən biri olaraq
 - konkret sınaqların nəticəsi olaraq
 - təcrübənin nəticəsidir
-

Sual: «Fasiləsiz» aqrar böhran nəzəriyyəsi: (Çəki: 1)

- çoxillik sınaqların nəticəsi olaraq
 - nəqliyyat böhranları nəticəsi olaraq
 - aqrar böhranlar nəzəriyyəsindən biri olaraq
 - konkret sınaqların nəticəsi olaraq
 - təcrübənin nəticəsidir
-

Sual: Uzun müddətli sərbəst aqrar böhran nəzəriyyəsi: (Çəki: 1)

- çoxillik sınaqların nəticəsi olaraq
 - nəqliyyat böhranları nəticəsi olaraq
 - aqrar böhranlar nəzəriyyəsindən biri olaraq
 - konkret sınaqların nəticəsi olaraq
 - təcrübənin nəticəsidir
-


Sual: Kənd təsərrüfatında çətin vəziyyətdən çıxmaq üçün anti-böhran aqrar proqramları əhatə etməlidir. (Çəki: 1)

- aqrar bölmələri əlaqələndirən kompleks
- bir çox uğurlu müəssisələri
- konkret tədbirlər kompleksini
- bir çox geriləyən briqadanı
- təkliflər kompleksini

Sual: Əvvəllər nail olunmuş istehsal həcmnin təmin olunması: (Çəki: 1)

- aqrar proqramın əsas blokuna aid deyil
- yuxarı orqanların razılığı olmadan mümkün deyil
- aqrar blokun əsas proqramına daxildir
- aqrar proqramın ikinci dərəcəli blokuna aiddir
- illik proqramın əsas blokuna daxildir

BÖLMƏ: 0802

Ad	0802
Suallardan	29
Maksimal faiz	29
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Kənd təsərrüfatı istehsalında gəlirliliyin böhrana qədər kənd təsərrüfat dövründən yüksək səviyyəyə qaldırılması. (Çəki: 1)

- aqrar proqramın əsas blokuna aid deyil
- yuxarı orqanların razılığı olmadan mümkün deyil
- aqrar blokun əsas proqramına daxildir
- aqrar proqramın ikinci dərəcəli blokuna aiddir
- illik proqramın əsas blokuna daxildir

Sual: Yeni təsərrüfatçılıq şəraiti üçün istehsal strukturunun təkmilləşdirilməsi (Çəki: 1)

- aqrar proqramın əsas blokuna aid deyil
- yuxarı orqanların razılığı olmadan mümkün deyil
- aqrar blokun əsas proqramına daxildir
- aqrar proqramın ikinci dərəcəli blokuna aiddir
- illik proqramın əsas blokuna daxildir

Sual: Kənddə əvvəlcə nail olunmuş həyat səviyyəsinin bərpası: (Çəki: 1)

- aqrar proqramların əsas blokuna daxil deyil
- yuxarı orqanların icazəsi olmadan mümkün deyil
- aqrar proqramların əsas blokuna aiddir
- aqrar proqramların ikinci dərəcəli blokuna aiddir

illik proqramların əsas blokuna daxil deyil

Sual: Məqsədli proqramların müəyyən edilməsi ilə məşğuldur (Çəki: 1)

- Birləşmiş strukturun xüsusi şöbəsi
 - Birləşmiş strukturun maddi-texniki təchizat şöbəsi
 - Birləşmiş strukturun funksional şöbəsi
 - Sənaye Nazirliyinin funksional şöbəsi
 - Sənaye Nazirliyinin xüsusi şöbəsi
-

Sual: Tədqiqata və təhlilə elmi əsaslandırılmış yanaşmanı təmin edir. (Çəki: 1)

- Birləşmiş strukturun xüsusi şöbəsi
 - Birləşmiş strukturun maddi-texniki təchizat şöbəsi
 - Birləşmiş strukturun funksional şöbəsi
 - Sənaye Nazirliyinin funksional şöbəsi
 - Sənaye Nazirliyinin xüsusi şöbəsi
-

Sual: Müəssisə elmi təşkilatlar, sənaye və digər strukturlar: (Çəki: 1)

- Təşkilatın marketinq üzrə assosiasiyasında birləşə bilər
 - Aqromarketing üzrə assosiasiyada birləşə bilməz
 - Aqromarketing üzrə assosiasiyada birləşə bilər
 - Təşkilati marketinq üzrə assosiasiyasında birləşə bilməz
 - Marketinq üzrə assosiasiyada adamlar birlik təşkil edə bilir
-

Sual: İş vaxtının şərt strukturunda müəssisə rəhbərlərinin kommersiya üzrə müavinləri bütün aqromarketing məsələlərini xüsusi çəkisi təşkil edir. (Çəki: 1)

- 50%
 - 80%
 - 40%
 - 60%
 - 70%
-

Sual: Reqlamentlə aqromarketing əməyi (bu funksiyanı yerinə yetirən mütəxəssislər üzrə) təşkil edir. (Çəki: 1)

- 61-71%
 - 62-72%
 - 63-72%
 - 63-73%
 - 63-74%
-

Sual: ASK müəssisələrində aqromarketing çıxış edir. (Çəki: 1)

- Təsərrüfat fəaliyyətinin ilkin mərhələsi
- Təsərrüfat fəaliyyətinin ikinci dərəcəli mərhələsi
- Təsərrüfat fəaliyyətinin vacib mərhələsi
- Təsərrüfat fəaliyyətinin əhəmiyyətli mərhələsi

Təsərrüfat fəaliyyətinin köməkçi mərhələsi

Sual: Kiçik biznesin formalaşmasında aqromarketing çıxış edir. (Çəki: 1)

- Təsərrüfat fəaliyyətinin ilkin mərhələsi
 - Təsərrüfat fəaliyyətinin ikinci dərəcəli mərhələsi
 - Təsərrüfat fəaliyyətinin vacib mərhələsi
 - Təsərrüfat fəaliyyətinin əhəmiyyətli mərhələsi
 - Təsərrüfat fəaliyyətinin köməkçi mərhələsi
-

Sual: Aqromarketing xidməti oynayır: (Çəki: 1)

- Marketing fəaliyyətində yalnız təşkil edən, koordinasiya edən rol
 - Elmi fəaliyyətdə müəyyən edici, təşkil edici koordinasiya edən rol
 - Marketing fəaliyyətində müəyyən edən, marketing fəaliyyətində təşkil edən və koordinasiya edən rol
 - Təşkil edən, cavab verən, koordinasiya edən rol
 - Müəyyən edən, reaksiya verən, təşkil və koordinasiya edən rol
-

Sual: Bazarın tədqiqidir: (Çəki: 1)

- aqroservis xidməti funksiyalarından biri
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biri
 - aqromarketing xidməti funksiyalarından biri
 - aqroservis xidməti qaydalarından biri
 - aqrotexnika qaydalarından biri
-

Sual: Rəqabət mübarizəsi və məqsədin müəyyən olunması: (Çəki: 1)

- aqroservis xidməti funksiyalarından biri
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biri
 - aqromarketing xidməti funksiyalarından biri
 - aqroservis xidməti qaydalarından biri
 - aqrotexnika qaydalarından biri
-

Sual: İstehlakçının öyrənilməsi, onun ödənmə qabiliyyətli tələbi: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Ətraf mühitin təhlili: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Məhsul siyasətinin həyata keçirilməsi: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Məhsulun həyat dövrünün öyrənilməsi: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Qiymətin əmələ gəlməsi və qiymət siyasəti: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Məhsulun hərəkəti və satış: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Tələbin formalaşması və məhsul satışının fəallaşdırılması: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Kommersiya fəaliyyəti: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Beynəlxalq aqromarketing: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Maliyyə-uçot fəaliyyəti: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Aqromarketingin idarə olunması: (Çəki: 1)

- aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
 - aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
 - aqroservis xidməti qaydalarından biridir
 - aqrotexniki qaydalarından biridir
-

Sual: Aqromarketoloq: (Çəki: 1)

- müəssisədə aqromarketing fəaliyyətini həyata keçirən adi işçi
 - müəssisədə aqromarketing fəaliyyətinin həyata keçirən köməkçi işçi
 - müəssisədə aqromarketing fəaliyyətini həyata keçirən əsas işçi
 - qeyri-peşəkar fəaliyyət
 - aqroservis üzrə mütəxəssis
-

Sual: Aqromarketing sisteminin effektivliyi qrup göstəriciləri ilə xarakterizə olunur:
(Çəki: 1)

- 5
 - 4
 - 3
 - 2
 - 6
-

Sual: Aqromarketing sistemi tam kimi çıxış edir: (Çəki: 1)

- orijinal, təşkilati, informasiya, texniki və proqram alt sistemi
 - funksional, innovasiya, informasiya, texniki və proqram alt sistemi
 - funksional, təşkilati, informasiya, texniki və proqram alt sistemi
 - innovasiya, təşkilati, informasiya, texniki və proqram alt sistem
 - təşkilati, informasiya, texniki, texnoloji və proqram alt sistem
-

Sual: Məqsədə çatma əmsalı hesablanır: (Çəki: 1)


- Xüsusi proqramların dəyər göstəricilərinin faktiki göstəricilərə olan nisbəti ilə

- Adi proqramların konkret göstəricilərinin faktiki yerinə yetirilmə nisbəti ilə
 Məqsədli proqramlarının plan göstəricilərinin onların faktiki yerinə yetirilməsinə olan nisbəti ilə
 Məqsədli proqramların konkret göstəricilərinin onların faktiki yerinə yetirilməsi müqayisəsi ilə
 Məqsədli proqramların dəyər göstəricilərinin onların faktiki yerinə yetirilməsinin üst-üstə düşməsi ilə

Sual: Müəssisənin gəlirinə aqromarketing kompleksinin kəmiyyətə təsirinin müəyyən etmək üçün istifadə olunur. (Çəki: 1)

- yüklərin yerdəyişmə metodu
 elmi tədqiqat
 prioritetlərin yerdəyişmə metodu
 prioritetlərin yerinə qoyulması qaydası
 kodların yerdəyişməsi metodu

BÖLMƏ: 0803

Ad	0803
Suallardan	31
Maksimal faiz	31
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Ekspertizanın keçirilməsi qaydası istifadəyə əsaslanır: (Çəki: 1)

- güclərin yerdəyişmə metoduna
 prioritetlərin yerdəyişmə metoduna
 ikili müqayisə metoduna
 prioritetlərin yerdəyişmə qaydasına
 ikili metodun uzlaşmasına

Sual: Aqromarketingin kompleks əmsalının kəmiyyətə qiymətləndirilməsi əsasında alınır. (Çəki: 1)

- xüsusi anketin sahəsi mütəxəssisi tərəfindən doldurulması, ekstern informasiya
 xüsusi anketlərin doldurulması, informasiyanın məxfiliyi
 müəssisənin mütəxəssislərinin doldurduğu xüsusi anketlər, ekspert informasiya
 xüsusi anketin doldurulması, ekspert informasiyası
 xüsusi anketin mütəxəssis tərəfindən doldurulması, yoxlanılmış informasiya

Sual: Qoşa-qoşa keçirilən qiymət işarə ilə göstərilir: (Çəki: 1)

- + yaxşı
 – ən yaxşı
 > ən yaxşı
 + ən yaxşı

+əla

Sual: Qoşa-qoşa keçirilən qiymət işarə ilə göstərilir: (Çəki: 1)

- + yaxşı
 – pis
 < pis
 + ən yaxşı
 + əla
-

Sual: Qoşa-qoşa keçirilən qiymət işarə ilə göstərilir: (Çəki: 1)

- +yaxşı
 – pis
 = eyni
 + ən yaxşı
 + əla
-

Sual: Avto korrelyasiyanın yoxlanması üçün istifadə olunur: (Çəki: 1)

- Durbin – Şerqin zəmanəti
 Durbin məsləhəti
 Durbin – Uotson kriteriyası
 Durbin – Şerqin kriteriyası
 Şerqin – Uotson zəmanəti
-

Sual: Əgər avtokorrelyasiya yoxdursa, o bərabər olacaq: (Çəki: 1)

- 5
 4
 2
 3
 1
-

Sual: Əgər tam avtokorrelyasiya varsa, o bərabər olacaq: (Çəki: 1)

- 0 və ya 2
 0 və ya 1
 0 və ya 4
 0 və ya 3
 0 və ya 5
-

Sual: Müəssisənin effektivliyini o vaxt bilmək olar ki, onda əmsal bərabər olar. (Çəki: 1)

- 1
 2
 birdən böyük
 3
 birdən kiçik
-

Sual: Dəyişmə əmsalı vahiddən böyükdürsə, bu faktiki olaraq: (Çəki: 1)

- müəssisənin dəyəri proqnozdan böyükdür
 - müəssisənin gəliri orta göstəricidən aşağıdır
 - müəssisənin gəliri orta göstəricidən yüksəkdir
 - müəssisənin dəyəri orta göstəricidən aşağıdır
 - müəssisənin gəliri proqnozlaşdırıldıqdan aşağıdır
-

Sual: Aqromarketing xidməti işçilərinin və mütəxəssislərin əməyinin keyfiyyət əlaməti: (Çəki: 1)

- səriştəlik, əməyi ödəmə bacarığı, ünsiyyətlik
 - səriştəlilik, əməyi təşkil etmək bacarığı
 - səriştəlilik, əməyi təşkil etmək bacarığı, ünsiyyət və s.
 - əməyi təşkil etmək bacarığı, ünsiyyətlik
 - səriştə, əməyi təşkil etmək bacarığı, ünsiyyətlik
-

Sual: Mükafatlandırmanı ASK müəssisələri dövrü olaraq müəyyən edir: (Çəki: 1)

- yuxarı orqanlarla birlikdə
 - kollektivlə birlikdə
 - sərbəst
 - sərbəst olmadan
 - aşağıdan
-

Sual: Mükafatlandırılmalı işçilərin sayın ASK müəssisələri müəyyən edir. (Çəki: 1)

- yuxarı orqanlarla birlikdə
 - kollektivlə birlikdə
 - sərbəst
 - sərbəst olmadan
 - aşağıdan
-

Sual: Aqromarketingin alt sistemi qarşılıqlı əlaqəli olan tam təhsildən və ibarətdir. (Çəki: 1)

- qarşılıqlı təsir edən istehsal amillərdən
 - istehsalın sərbəst struktur amillərindən
 - qarşılıqlı təsir edən struktur elementlərindən
 - qarşılıqlı təsir edən elementlərdən
 - sərbəst elementlərdən
-

Sual: Aqromarketing fəaliyyətidir: (Çəki: 1)

- aqrobiznesin tərkib hissəsi
 - bütün aqrobiznes siyasətinin mühüm tərkib hissəsi
 - bütün aqrobiznes fəaliyyətinin mühüm tərkib hissəsi
 - cəmiyyətin aqrobiznes siyasətinin bütün tərkib hissəsi
 - aqrobiznes fəaliyyətinin tərkib hissəsi
-

Sual: Aqromarketingin təkmilləşdirilməsi istiqaməti həyata keçirilə bilər. (Çəki: 1)

- sistem və kompleks təhlili
 - sistem və kompleks tədqiqatlarla
 - yalnız sistem və kompleks yanaşma ilə
 - tədqiqata sistem yanaşma ilə
 - yalnız kompleks yanaşma ilə
-

Sual: Aqromarketing sistem elmi təşkil olunur və proqram reytingində fəaliyyət göstərərsə: (Çəki: 1)

- Etibarlı, qənaətcil, özünü maliyyələşdirən və eyni zamanda özünü idarə edəndir
 - Təkcə etibarlı və qənaətcil deyil, eyni zamanda özünü maliyyələşdirən, həmçinin özünü idarə edəndir
 - Təkcə etibarlı və qənaətcil deyil, həmçinin özünü təşkil edən və özünü idarə edəndir
 - Etibarlı, qənaətcil və özünü təşkil edəndir
 - Özünü maliyyələşdirən və özünü təşkil edəndir
-

Sual: Praktiki fəaliyyətdə koordinasiya və tənzimləmə prosesinin yerinə yetirilməsində yüksəltmək vacibdir. (Çəki: 1)

- xüsusi funksiyadan
 - ümumi funksiyadan
 - aqromarketing funksiyalarını
 - fəvqəladə funksiyaları
 - ən vacib funksiyaları
-

Sual: Aqromarketingin təkmilləşdirilməsinin bütün istiqamətlərini həyata keçirilməsi mümkündür. (Çəki: 1)

- sistem və kompleks təhlili
 - sistemli yanaşma ilə
 - sistem və kompleks yanaşma ilə
 - kompleks təhlillə
 - kompleks yanaşma ilə
-

Sual: Aqromarketing sisteminin olmasından irəli gəlir: (Çəki: 1)

- etika, estetika və orta səviyyədə mədəniyyət
 - etika, estetika və ümumi səviyyədə mədəniyyət
 - etika, estetika və yüksək səviyyədə mədəniyyət
 - mədəniyyət, etika, estetika
 - yalnız mədəniyyət
-

Sual: İdarəetmənin səmərəli təşkili və şərait yaradır: (Çəki: 1)

- marketingin yaxşılaşdırılması üçün
- aqromarketingin yaxşılaşdırılması üçün
- aqromarketingin effektivliyi üçün

- marketinqin zənginləşdirilməsi üçün
 - aqromarketinqin zənginləşdirilməsi üçün
-

Sual: Aqromarketinq malların hərəkətinin bütün mərhələlərini əhatə edir: (Çəki: 1)

- müəyyən şəraitdə
 - inhisar şəraitində
 - bazar şəraitində
 - oliqapoliya şəraitində
 - xüsusi şəraitdə
-

Sual: Aqromarketinqin elementləri bazarın əsas tənzimləyicisi kimi (Çəki: 1)

- qarşılıqlı asılılıqda deyil
 - qarşılıqlı asılılıqdadır
 - daimi qarşılıqlı asılılıqdadır
 - qəbul edilməzdir
 - faktiki vəziyyətdə yolverilməzdir
-

Sual: Aqromarketinqin qarşılıqlı asılılıqda olan alətləri (Çəki: 1)

- fəaliyyətdə olan tələb və təklif iqtisadi qanununu əks etdirmir
 - fəaliyyətdə olan iqtisadi qanununu əks etdirir
 - fəaliyyətdə olan tələb və təklif iqtisadi qanununu əks etdirir
 - iqtisadi qanununu əks etdirmir
 - tələb və təklif qanununu əks etdirmir
-

Sual: Aqromarketinq sistemlərinin effektivliyi qrup göstəricilərlə xarakterizə olunur: (Çəki: 1)

- təşkilati göstəricilər, fəaliyyətdə olan göstəricilərlə
 - sistemin effektivliyinin nəticə göstəriciləri, fəaliyyətdə olan göstəricilərlə
 - təşkilati göstəricilər, sistemin effektivliyinin nəticə göstəriciləri, fəaliyyətdə olan göstəricilərlə
 - keyfiyyət göstəricilərlə
 - kəmiyyət göstəricilərlə
-

Sual: Aqromarketinq sistemi tələbinə həssaslıq nümayiş etdirir: (Çəki: 1)

- malgöndərənlərin
 - vasitəçilərin
 - istehlakçıların
 - rəqiblərin
 - təchizatçıların
-

Sual: Aqromarketinq fəaliyyətinin effektivliyi ilə müəyyən edilir: (Çəki: 1)

- yaranan marketinq problemlərinin həlli
- marketinq problemlərinin həlli

- bazarda yarana bilən marketing problemlərinin həlli
- aqrotexnik problemlərin həlli
- müəssisədə yaranan problemlərin həlli

Sual: Aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi ilə müəyyən edilir: (Çəki: 1)

- yaranan marketing problemlərinin həlli
- marketing problemlərinin həlli
- aqromarketing texnologiyalarının həlli
- aqrotexnik problemlərin həlli
- müəssisədə yaranan problemlərin həlli

Sual: Aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi ilə müəyyən edilir: (Çəki: 1)

- yaranan marketing problemlərinin həlli
- marketing problemlərinin həlli
- aqromarketing sistemləri və aqromarketing funksiyalarının həlli
- aqrotexnik problemlərin həlli
- müəssisədə yaranan problemlərin həlli

Sual: Aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi ilə müəyyən edilir: (Çəki: 1)

- yaranan marketing problemlərinin həlli
- marketing problemlərinin həlli
- sistemin fəaliyyət mexanizminin optimallaşdırılmasının həlli
- aqrotexnik problemlərin həlli
- müəssisədə yaranan problemlərin həlli

Sual: Fəaliyyətdə olan aqromarketing sisteminin effektivlik göstəriciləri əlamətləri ilə müəyyən edilir. (Çəki: 1)

- əməkdaşlıq
- uğurlu iş
- problemləli situasiya
- etibarın itməsi
- yaxşı iş

BÖLMƏ: 0901

Ad	0901
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Aqrar sənaye kompleksidir: (Çəki: 1)

- bütün regional siyasətin bir hissəsi

- bütün regional siyasətin müəyyənedici amili
 - regional infrastrukturunun bir hissəsi
 - bütün təsərrüfat siyasətinin müəyyənedici amili
 - sənaye infrastrukturunun vacib amili
-

Sual: Regionallaşdırma ilə bağlı dünyada çoxlu təgrübə toplanmışdır. (Çəki: 1)

- müsbət
 - mənfi
 - həm müsbət, həm də mənfi
 - yalnız müsbət
 - yalnız mənfi
-

Sual: Konkret regionun idarəedilməsi ilə bağlı dünyada çoxlu təcrübə toplanmışdır. (Çəki: 1)

- müsbət
 - mənfi
 - həm müsbət, həm də mənfi
 - yalnız müsbət
 - yalnız mənfi
-

Sual: Regional siyasətin işlənilib hazırlanmasında obyektiv proses olmalıdır. (Çəki: 1)

- regionun ərazisinin azaldılması meyilliyi nəzərə alınmamalıdır
 - regionun ərazisinin azaldılması meyilliyi nəzərə alınmalıdır
 - regionlarda müxtəlifliklərin artırılmasına meyillər nəzərə alınmalıdır
 - regionların azaldılması meyilləri nəzərə alınmalıdır
 - regionların azaldılması meyilləri nəzərə alınmamalıdır
-

Sual: Dövlət ərazilərinin rayonlaşdırılması siyasəti həyata keçirilib. (Çəki: 1)

- Polşada
 - Vyetnamda
 - Fransada
 - Macarıstanda
 - Peruda
-

Sual: Dövlət əraziçələrinin rayonlaşdırılması siyasəti həyata keçirilir. (Çəki: 1)

- Polşa
 - Vyetnam
 - Almaniya
 - Macarıstan
 - Peru
-

Sual: Regional inkişaf modeli regionların muxtariyyəti prinsipinə çərçivəsində əsaslanır. (Çəki: 1)

- dövlətlərin birliyi

- ittifaq dövləti
 - dövlətlərin toxunulmazlığı
 - dövlətin qonşuluğu
 - dost dövlətlər
-

Sual: Regional inkişaf modeli transsərhəd əməkdaşlığı prinsiplərinə əsaslanır. (Çəki: 1)

- müəssisələrin birliyi
 - ittifaq olmayan dövlətlər
 - qonşu regionlar
 - qonşu olmayan rayonlar
 - qonşu olmayan regionlar
-

Sual: Regional inkişaf modeli səlahiyyətin ötürülməsinə əsaslanır. (Çəki: 1)

- yerdə qalan səlahiyyət aşağı strukturlara
 - kifayət qədər səlahiyyət mərkəzi
 - yalnız yerdə qalan səlahiyyət mərkəzə
 - kifayət qədər səlahiyyət aşağı strukturlara
 - normal səlahiyyət aşağı strukturlara
-

Sual: «Bufer zonasının» yaradılması prinsipinə əsaslanan regional inkişaf modelidir (Çəki: 1)

- fermern təsərrüfatları arasındakı
 - kooperativlər arasındakı
 - regionlar arasındakı
 - respublikalar arasındakı
 - ölkələr arasındakı
-

Sual: Yaponiyada texnopolis proqramları reallaşdı: (Çəki: 1)

- 1986-1988-ci illərdə
 - 1983-1988-ci illərdə
 - 1984-1985-ci illərdə
 - 1985-1986-ci illərdə
 - 1986-1987-ci illərdə
-

Sual: «Texnopolis» proqramında yaradılması əsas götürülüb. (Çəki: 1)

- «şərt» infrastruktur
 - könüllü infrastruktur
 - «yumşaq» infrastruktur
 - «möhkəm» infrastruktur
 - infrastruktur
-

Sual: «Texnopolis» proqramlarının əsasında dayanır. (Çəki: 1)

- layihə insanlar

- layihə və servis
 insanlar və servis
 insanlar, layihələr və servis
 insanlar
-


Sual: Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə təbii iqtisadi şərait:
(Çəki: 1)

- aid deyil
 dolayısı ilə aiddir
 aiddir
 mövsümi olaraq aiddir
 müvəqqəti aiddir
-

Sual: Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə istehsal gücünün
quruluşu və inkişaf səviyyəsi: (Çəki: 1)

- aid deyil
 dolayısı ilə aiddir
 aiddir
 mövsümi olaraq aiddir
 müvəqqəti aiddir
-

BÖLMƏ: 0902

Ad	0902
Suallardan	18
Maksimal faiz	18
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə istehsala-təsərrüfat
ixtisaslaşdırılması: (Çəki: 1)

- aid deyil
 dolayısı ilə aiddir
 aiddir
 mövsümi olaraq aiddir
 müvəqqəti aiddir
-

Sual: Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə infrastrukturun təmin
olunma səviyyəsi: (Çəki: 1)

- aid deyil
 dolayısı ilə aiddir
 aiddir
 mövsümi olaraq aiddir
 müvəqqəti aiddir

Sual: Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə ticarət-kommersiya potensialı: (Çəki: 1)

- aid deyil
 - dolayısı ilə aiddir
 - aiddir
 - mövsümi olaraq aiddir
 - müvəqqəti aiddir
-

Sual: Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə yeni təsərrüfatçılıq formalarının inkişafı: (Çəki: 1)

- aid deyil
 - dolayısı ilə aiddir
 - aiddir
 - mövsümi olaraq aiddir
 - müvəqqəti aiddir
-

Sual: Aqrar sənaye komplekslərinin idarəetmə sisteminə aiddir: (Çəki: 1)

- sərt şəkildə əks olunmuş sahə-ərazi xarakteri
 - sərt şəkildə əks olunmuş sahə-ərazi fikir
 - dəqiq ifadə olunmuş sahə-ərazi xarakteri
 - dəqiq ifadə olunmuş sahə xarakteri
 - dəqiq ifadə olunmuş ərazi xarakteri
-

Sual: Müasir strateji idarəetmə sistemi əsaslanır: (Çəki: 1)

- strateji təsərrüfat zonaları prinsiplərinə
 - strateji zona şəraitinə
 - strateji təsərrüfat zonaları konsepsiyalarına
 - strateji zonaların təsirinə
 - təsərrüfatların strateji üstünlüklərinə
-

Sual: Sahənin dövlət tənzimlənməsinin informasiya əsasıdır: (Çəki: 1)

- mühasibat uçotu və statistik informasiya
 - statistika və uçot
 - dövlət statistikası və mühasibat uçotu
 - dövlət statistikası və kömrük orqanlarının məlumsatları
 - hesabatlılıq
-

Sual: ASK-da sahibkarlıq fəaliyyətinin alt sisteminin informasiya təminatının əsas məsələsidir. (Çəki: 1)

- statistik informasiya və mühasibat uçotunun informasiya təminatının yaxşılaşdırılması
- dövlət statistikasının dəqiqləşdirilməsi
- uçot hesabat və statistikanın beynəlxalq standartlarına uyğunlaşma
- uçot, hesabat və statistikanın dövlət standartına uyğunlaşma

- statistika və hesabatla uyğunlaşma
-

Sual: ASK-nın informasiya təminatının əsas tərəfi olmalıdır. (Çəki: 1)

- aqrotexnikanın vəziyyətinin yoxlanması
 fermer təsərrüfatının monitorinqi
 sahənin monitorinqi
 kübrənin keyfiyyətinin yoxlanması
 drenaj sisteminin yoxlanması
-

Sual: Aqrar islahatların (ARİS) müdafiəsi layihəsinin rolu: (Çəki: 1)

- ASK müəssisələrində aqrotexniki vəziyyətin yoxlanması
 Fermer təsərrüfatlarında monitorinqin aparılması
 ASK-nin vahid informasiya məkanının inkişafına töhfə
 Sahənin monitorinqinin keçirilməsi
 Drenaj sisteminin monitorinqinin keçirilməsi
-

Sual: RİTŞİX (Regionlararası informasiya telekommunikasiya şəbəkəsinin inteqral xidməti) yaradılması layihəsinin proqram tədbirlərinin əsasına aiddir. (Çəki: 1)

- RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının hazırlanması
 RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təmiri
 RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təşkili
 Qovşaqların və hissələrin hazırlanması
 Qovşaqların və hissələrin təmiri
-

Sual: RİTŞİX (Regionlararası informasiya telekommunikasiyaya şəbəkəsinin inteqral xidməti) yaradılması layihəsinin proqram tədbirlərinin əsasına aiddir. (Çəki: 1)

- RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının hazırlanması
 RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təmiri
 Ayrılmış rabitə kanallarının icazəsi
 Qovşaqların və hissələrin hazırlanması
 Qovşaqların və hissələrin təmiri
-

Sual: RİTŞİX (Regionlararası informasiya telekommunikasiyaya şəbəkəsinin inteqral xidməti) yaradılması layihəsinin proqram tədbirlərinin əsasına aiddir. (Çəki: 1)

- RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının hazırlanması
 RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təmiri
 Xidməti personalın öyrədilməsi
 Qovşaqların və hissələrin hazırlanması
 Qovşaqların və hissələrin təmiri
-

Sual: Regional təşkilatın ərazi forması kimi tək növbədə baxıla bilər. (Çəki: 1)

- müəssisə
 kollektiv
 sosial birlik

- fermer kollektivi
 fermer təsərrüfatı

Sual: Texnopolisl rin planlaşdırılması və tikintisi prosesində əsas rolunu oynayır. ( aki: 1)

- təşkilat
 kollektivlər
 yerli hakimiyyət
 yerli fermerlər
 fermer təsərrüfatları

Sual: Regional iqtisadiyyatın uęurlu fəaliyyət göstərməsi regionu idarəedən orqanların bacarığından, qərarların qəbulunda maraęının nəzərə alınmasından asılıdır. ( aki: 1)

- müəssisənin
 kollektivin
 mərkəzin, sahənin, region v  müəssisənin
 regionlarpın v  mərkəzin, fermer təsərrüfatlarının
 fermer təsərrüfatlarının

Sual: ASK-nın effektiv fəaliyyəti formalaşdırmaęa kömək edir. ( aki: 1)

- müəssisənin
 kollektivin
 aęromarketinqin regional idarəetmə sistemini
 fermer təsərrüfatlarının regional idarəetmə sistemini
 aęromarketinqin təşkilinin rasional sistemini

Sual: ASK-in informasiya təminatı sistemində monitorinqin k irilməsi çox vacibdir ( aki: 1)

- təşkilatda
 kollektivdə
 sahədə
 bütünlüklə iqtisadiyyatda
 regionda

BÖLMƏ: 0903

Ad	0903
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	<input type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: İqtisadi ədəbiyyatda «region» anlayışına ( aki: 1)

- yanaşma yoxdur
 - vahid yanaşma mövcuddur
 - bir neçə yanaşma mövcuddur
 - müəyyən izah yoxdur
 - dəqiq yanaşma mövcuddur
-

Sual: İqtisadi ədəbiyyatda regional idarəetmə konsepsiyası anlayışına (Çəki: 1)

- yanaşma yoxdur
 - vahid yanaşma mövcuddur
 - bir neçə yanaşma mövcuddur
 - müəyyən izah yoxdur
 - dəqiq yanaşma mövcuddur
-

Sual: Beynəlxalq təcrübədə region dedikdə məcmusu başa düşülür. (Çəki: 1)

- şirkətlərin
 - müəssisələrin
 - dövlətlərin
 - assosiasiyaların
 - birliklərin
-

Sual: Amerika alimi E.Markuzen region anlayışını kimi izah edir. (Çəki: 1)

- ştatın bir hissəsi
 - ştatın bir hissəsi və ayrıca ştat
 - ştatın bir hissəsi, ayrıca ştat və bir neçə ştatın məcmusu
 - sərbəst zonada yerləşən şirkətlərin məcmusu
 - sərbəst iqtisadi zonada yerləşən şirkətlərin məcmusu
-

Sual: V.M.Yakuşinə görə region (Çəki: 1)

- sərbəst zonada yerləşən şirkətlərin məcmusudur
 - sərbəst iqtisadi zonada yerləşən şirkətlərin məcmusudur
 - dəqiq sərhədlər içərisində olan infrastrukturudur
 - dəqiq sərhədlər içərisində olan istehsal infrastrukturudur
 - dəqiq sərhədlər içərisində olan sosial infrastrukturudur
-

Sual: Aqrar sənaye kompleksi (Çəki: 1)

- regional infrastrukturun müəyyən hissəsi deyil
 - infrastrukturun müəyyən hissəsidir
 - regional infrastrukturun müəyyən hissəsidir
 - bazar infrastrukturunun müəyyən hissəsidir
 - sosial infrastrukturun müəyyən hissəsidir
-

Sual: Regionlaşdırma dedikdə, həyati vacib sahələrin idarə edilməsi (Çəki: 1)

- müəyyən təşkilat daxilindədir
- müəyyən sosial birliklərin daxilindədir

- müəyyən ərazidə sosial birliklərin daxilindədir
 - müəyyən şirkət daxilindədir
 - müəyyən firma daxilindədir
-

Sual: Təbii iqtisadi regionlar federal torpaqlarla üst-üstə düşür. (Çəki: 1)

- Kanadada
 - Bolqarıstanda
 - Almaniyada
 - Polşada
 - Rusiyada
-

Sual: Regional inkişaf modeli qəbul edilib. (Çəki: 1)

- Kanadada
 - Bolqarıstanda
 - Avropada
 - Polşada
 - Rusiyada
-

Sual: Müəssisənin, regionun, əhalinin maraqlarının üst-üstə düşməsi üçün regional idarəetmə prinsipləri nəzərə alınmalıdır. (Çəki: 1)

- ayrı-ayrı sahələrin
 - kənd təsərrüfatının
 - hər bir sahənin
 - tikintinin
 - maşınqayırmanın
-

Sual: Maraqların üst-üstə düşməsi üçün regional idarəetmə prinsiplərindən biri nəzərə alınmalıdır. (Çəki: 1)

- əhalinin
 - əhalinin, regionun
 - əhalinin, regionun və sahənin hər bir müəssisəsinin
 - əhalinin, regionun və kənd təsərrüfatı müəssisəsinin
 - əhalinin, regionun və maşınqayırma müəssisəsinin
-

Sual: Əhalinin, regionun və sahənin hər bir müəssisəsinin maraqlarının uzlaşdırılması üçün nəzərə alınmalıdır. (Çəki: 1)

- rəqabət prinsiplərindən biri
 - bütün regional idarəetmə prinsipləri
 - regional idarəetmə prinsiplərindən biri
 - sahə daxilində rəqabət prinsiplərindən biri
 - müəssisənin rəqabət prinsiplərindən biri
-

Sual: Regional bölgüyə yanaşmanın təhlili tədqiqatın predmetidir: (Çəki: 1)

- bazar iqtisadiyyatının

- mərkəzləşdirilmiş sistemin
 - regional iqtisadiyyatın
 - inhisarçı iqtisadiyyatın
 - inzibati sistemin
-

Sual: ideologiyası mövcud əks fikrin aradan götürülməsini zəruri edir. (Çəki: 1)

- «təsərrüfat hesabına keçid»
 - region
 - «bazara keçid»
 - biznes
 - idarəetmə
-

Sual: ASK-da sahibkarlıq fəaliyyətinin informasiya təminatının altsistemi beynəlxalq standartlara uyğunlaşmanı əsas götürür. (Çəki: 1)

- hesabatlılığın
 - uçot, hesabatlıq və statistikanın
 - uçot və hesabatlılığın
 - hesabatlılıq və statistikanın
 - uçotun
-

Sual: Region ərazi kimi baxılmanı tələb edir: (Çəki: 1)

- forma etibarı ilə
 - təşkilati formada
 - sosial birliklərin təşkilati formasında
 - sosial birliklərin ideya formasında
 - strateji
-

Sual: Texnopolislərin planlaşdırılması və tikilməsi prosesində (Çəki: 1)

- yerli hakimiyyətin əsas rolda çıxışı tövsiyə edilir
 - rəqiblər mühüm rol oynayır
 - yerli hakimiyyət aparıcı rolda çıxış edir
 - vasitəçilər əsas rol oynayır
 - yerli istehlakçılar xüsusi rol oynayır
-

