

TEST: 3710#01#Y15#01#500QIYABI#KOMMERSIYA

Test	3710#01#Y15#01#500Qiyabi#kommersiya
Fənn	3710 - Reklam
Təsviri	[Təsviri]
Müəllif	Administrator P.V.
Testlərin vaxtı	80 dəqiqə
Suala vaxt	0 Saniyə
Növ	İmtahan
Maksimal faiz	500
Keçid balı	260 (52 %)
Suallardan	500
Bölmələr	43
Bölmələri qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Köçürməyə qadağa	<input checked="" type="checkbox"/>
Ancaq irəli	<input type="checkbox"/>
Son variant	<input checked="" type="checkbox"/>

BÖLMƏ: 01#01

Ad	01#01
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam sözü hansı ölkə dilindədir ? (Çəki: 1)

- İtalyan
 İtalyan,
 Fransız,
 Ərəb
 İngilis

Sual: Reklam sözünün mənası nədir ? (Çəki: 1)

- Elan etmək,
 Xəbərdarlıq,

- Həyəcanlandırmaq,
 - qışqırmaq,
 - danışmaq
-

Sual: Reklamın mahiyyəti nədir ? (Çəki: 1)

- oxşatmaq,
 - tanımaq,
 - pisləmək,
 - ləğv etmək,
 - görmək.
-

Sual: Reklamın obyektı ? (Çəki: 1)

- mallar,
 - təsərrüfatlar,
 - insanlar,
 - nazirliklər,
 - xidmətlər.
-

Sual: Reklamın verdiyi məlumatlar ? (Çəki: 1)

- yalan,
 - doğru,
 - sərt,
 - qeyri səmimi,
 - riya.
-

Sual: Reklam məlumatlarında rəqəmlərin həqiqətə uyğunluğu barədə tələblər ? (Çəki: 1)

- Məqsədyönlülük
 - Hümanistlik
 - Konkretlilik
 - Etibarlılıq
 - Uyğun olmamaq
-

Sual: İnsanların harmonik inkişafı üçün reklam qarşısında qoyulan tələblər ? (Çəki: 1)

- Etibarlılıq
 - Məqsədyönlülük
 - hümanistlik
 - Konkretlilik
 - Diqqətlik.
-

Sual: İnsanların psixologiyasına reklamın təsirini müəyyən edən reklamşünas mütəxəssis ? (Çəki: 1)

- Rejissor
- İqtisadçı

- psixoloq
 - Ədib
 - Rəssam
-

Sual: Psixologi təsir reklamlarının verilməsində tələb olunan mütəxəssis ? (Çəki: 1)

- psixoloq
 - Rejissor
 - Mühəndis
 - Jurnalist
 - Ədib
-

Sual: İlk dəfə yığma şrifti ilə çap edilən reklam tarixi? (Çəki: 1)

- 1440
 - 1472
 - 1650
 - 1840
 - 1845
-

Sual: İlk qəzet reklami ? (Çəki: 1)

- 1440
 - 1472
 - 1650
 - 1840
 - 1845
-

Sual: Müasir reklamin ilk mərkəzi ? (Çəki: 1)

- Yunanistan,
 - İtaliya,
 - İngiltərə,
 - amerika,
 - Fransa
-

Sual: Reklamin təkamül dövrü ? (Çəki: 1)

- 1440-1650,
 - 1650-1840,
 - 1840-1915,
 - 1915-1938,
 - 1938-1940
-

Sual: Reklamin ilk sığrayışlı inkişafı ? (Çəki: 1)

- 1650
- 1838
- 1840
- 1915

1920

Sual: Reklam nədir? (Çəki: 1)

- Malın istehlak xüsusiyyətləri
 - Mal satmaq, istehsalçıya çatdırmaq
 - Mal satmaq, istehlakçıya çatdırmaq
 - Qişqırmaq, çağırmaq
 - Müxtəlif xidmət növləri yaratmaq
-

Sual: İlk reklam elanları: (Çəki: 1)

- 1729-cu ildə
 - 1733- cü ildə
 - 1735-ci ildə
 - 1750-ci ildə
 - 1740-ci ildə
-

Sual: İlk çap reklamı: (Çəki: 1)

- 1472-cü ildə
 - 1490-ci ildə
 - 1492-ci ildə
 - 1618-ci ildə
 - 1720 -ci ildə
-

BÖLMƏ: 01#02

Ad	01#02
Suallardan	17
Maksimal faiz	17
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: "Reklam dəqiqləşdirilmiş maliyyə mənbəyi göstərilməklə lazımı kommunikasiya vasitəsilə pullu xidmətlərin və məlumatların yayılmasını özündə əks etdirilir" bu tərif hansı alimə aiddir ? (Çəki: 1)

- Axundov Ş.Ə.
 - Berezin I.I.,
 - Kotler F.
 - Devis D.
 - Maslou A.X.
-

Sual: İnsanlarda tələbin formalaşmasına göstərilən təsir ? (Çəki: 1)

- bilmirəm,
- diqqət çəkir.

- mənfi,
 - pis təsir göstərmir,
 - müsbət,
-

Sual: Reklamın istehlakçının qərarına təsiri (Çəki: 1)

- pis,
 - tam,
 - yaxşı,
 - natamam,
 - sərt.
-

Sual: Reklamın tətbiq edilməsinə çəkilən xərclər ? (Çəki: 1)

- çox
 - az
 - yüksək
 - əla,
 - qeyri müəyyən.
-

Sual: Reklam vasitəsilə alıcılara verilən məlumatlar ? (Çəki: 1)

- Uzun
 - geniş,
 - yanlış,
 - konkret,
 - mücərrəd.
-

Sual: Reklam xərcinin malın qiymətinə təsiri ? (Çəki: 1)

- olmalıdır,
 - olmamalıdır,
 - fərqi yoxdur,
 - aidiyyəti yoxdur,
 - dəqiq deyil.
-

Sual: Alıcı tələbinin formalaşmasında reklamın rolu ? (Çəki: 1)

- əsasdır,
 - yoxdur,
 - pisdir,
 - qeyri ciddi,dir,
 - tutarlıdır.
-

Sual: Malların keyfiyyət və dəyəri haqqında məlumat verilməsində reklamın tələbi ? (Çəki: 1)

- Hümanistlik
- Etibarlılıq
- Məqsədyönlülük

- düzgünlük
 Xeyirxahlıq
-

Sual: Reklam vasitəsilə istehsalın artırılmasına cəhd ? (Çəki: 1)

- 1650
 1840
 1880
 1915
 1920
-

Sual: Tələbin müəyyən edilməsi ? (Çəki: 1)

- İstehsalçıların ödəmələri,
 İstehsalçı qazancı,
 İstehlakçı gəlirindən ödəmə,
 Məhkəmə müdaxiləsi,
 Apelyasiya müdaxiləsi,
-

Sual: İstehsalçı reklamları ? (Çəki: 1)

- İstehsalçılara yönəldiyinə görə
 İstehlakçılara yönəldiyinə görə
 Məqsədli bazara yönəldiyinə görə
 Təşkilatlara yönəldiyinə görə
 Firmalara yönəldiyinə görə
-

Sual: Hesablaşma formasına görə reklamlar ? (Çəki: 1)

- Reklam şirkətlərinin mükafatı hesabına
 Həvəsləndirmə metodu ilə
 Əvəzetmə forması ilə
 Dövlət tərəfindən ödəmə
 Şəxsi və şərikli formada
-

Sual: Topdansatış ticarət reklami ? (Çəki: 1)

- İstehsal müəssisələri haqqında məlumat
 İstehlakçılar haqqında məlumat
 Xidmətin təşkil edilməsi
 Pərakəndə satışın təşkili
 Malın topdan satışının təşkili
-

Sual: Alicılara əmtəələrin satışı reklami ? (Çəki: 1)

- Topdansatış ticarət reklami
 Xidmət reklami
 İstehsal reklami
 İstehlak reklami
 Pərakəndə ticarət reklami
-

Sual: Malin nüfuz markasi ? (Çəki: 1)

- Böyük ümidlər
 - Mövqein müəyyən edilməsi
 - Mal nişanlarının yarışı
 - Səmimilik
 - Böyük ideyalar
-

Sual: Reklamın istehlakçının qərarına təsiri (Çəki: 1)

- pis,
 - yaxşı,
 - tam,
 - natamam,
 - sət.
-

Sual: Reklamın istiqaməti (Çəki: 1)

- Bazarda əmtənin realizəsi
 - İstehsal bazarında əmtə mübadiləsi
 - İstehlakçılarla istehsalçılar arasında qarşılıqlı əlaqə
 - Bazar münasibətlərinin tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsi
 - İstehsalçılarla istehlakçılar arasında qarşılıqlı əlaqə yaratmaqla bazara istiqamələndirmə
-

BÖLMƏ: 01#03

Ad	01#03
Suallardan	39
Maksimal faiz	39
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklamın siyasi həyata təsiri ? (Çəki: 1)

- vardır,
 - Yoxdur,
 - Məlum deyil,
 - Aid deyil,
 - Xeyir.
-

Sual: Müasir dövürdə ən çox reklam verici ölkə ? (Çəki: 1)

- İngiltərə,
- Fransa,
- Yaponiya,
- ABŞ,
- Rusiya

Sual: Reklam marketin nəyidir ? (Çəki: 1)

- Əsas səbəbi,
 - Əsas istiqamətidir
 - Əsas qaydası,
 - Əsas amili,
 - Əsas vəzifəsi.
-

Sual: Reklam iqtisadiyyatın hansı sahəsini əhatə edir ? (Çəki: 1)

- İstehsal,
 - Satış,
 - Tədarük,
 - Təminat,
 - Bütün sahəsini.
-

Sual: İstehsal marketinqinin məqsədi? (Çəki: 1)

- Malın qiymətləndirilməsi,
 - Çəkilən xərclərin azaldılması,
 - Rəqibin öyrənilməsi,
 - Malın satılması,
 - Malın çeşidlənməsi
-

Sual: Direkt marketinq nədir ? (Çəki: 1)

- Dolayısı yolla marketinq,
 - Natamam marketinq,
 - Birbaşa marketinq,
 - Şəbəkə marketinq,
 - Yoxlayıcı marketinq
-

Sual: Reklamın fərqləndirici cəhəti ? (Çəki: 1)

- Təklifin dinlənilməsi,
 - Malın fərqləndirilməsi,
 - Tələbin formalaşdırılması,
 - Təklifin alınması,
 - Tələbin toplanılması.
-

Sual: Müasir şəraitdə reklamın imici ? (Çəki: 1)

- Onun davamlılığını əks etdirir,
 - Onun sayını əks etdirir,
 - Onun mahiyyətini əks etdirən vasitədir,
 - Onun istiqamətini göstərir
 - Onun dayanıqlılığını göstərir
-

Sual: Qəzet reklamının üstünlükləri ? (Çəki: 1)

- Əhalinin xüsusi təbəqələrinə verilir
 - Cəmiyyətin bütün dairələrinə nüfuz edir
 - Konkret bazarı yoxdur
 - Cəmiyyətin passiv informasiya daşıyıcısıdır
 - Qeyri aktualdır
-

Sual: Qəzetlərin bəzi çatışmayan cəhətləri ? (Çəki: 1)

- İnsan fəaliyyətinin bütün fəaliyyətini əhatə etmir
 - Seçim prinsipi ilə oxunur
 - Qısa ömürlüdür
 - Qəzet reklamı itmir
 - Operativ xəbərləri yaymır
-

Sual: ABŞ-da qəzet reklamına etibarlılıq faizi ? (Çəki: 1)

- 32
 - 40
 - 42
 - 45
 - 50
-

Sual: Jurnal reklamlarının üstünlüyü. (Çəki: 1)

- Uzun hazırlıq dövrü tələb edir
 - Qiyməti çox da baha deyil
 - Əhatə dairəsinə görə effektivdir
 - Jurnal reklamına daha çox inam var
 - Xeyli əvvəldən hazırlanır
-

Sual: Jurnal reklamlarının bəzi çatışmamazlığı ? (Çəki: 1)

- Dizayn çəvikliyi yoxdur
 - Rəngdən istifadə imkanları azdır
 - Reproduksiyaların keyfiyyəti yüksək deyil
 - Prestij və auditoriyanın seçimi düzgün deyil
 - Uzun hazırlıq dövrü tələb edir
-

Sual: Televiziya reklamında çatışmayan cəhətlər ? (Çəki: 1)

- Səs
 - Hərəkət
 - Az ömürlü olması
 - Rəng
 - Heç biri
-

Sual: Ən geniş yayılmış küçə reklamları ? (Çəki: 1)

- Ad sılqanları
- Plakatlər

- Lövhlər
 - Qalxanvari reklam qurğuları
 - İşıqlı qurğular
-

Sual: Küçə reklamlarının təsir göstərmə yeri ? (Çəki: 1)

- Evdə,
 - İşdə,
 - Kurortlarda,
 - İstirahət zonalarında,
 - Küçədə
-

Sual: Küçə reklamlarına olan tələb ? (Çəki: 1)

- Radio reklamı ilə eynidir
 - Televiziya reklamı ilə eynidir
 - Qəzet reklamı ilə oxşardır
 - Jurnal reklamına uyğundur
 - Bunlardan xeyli fərqlidir
-

Sual: Küçə reklamlarının mənfi xüsusiyyətləri ? (Çəki: 1)

- Əhatə dairəsinə görə
 - Tezliyinə görə
 - Təsir gücünə görə
 - Ətraf mühitin çirkləndirici təsirinə görə
 - Sərf olunan xərclərin səviyyəsinə görə
-

Sual: Bilbordlarda istifadə olunan plakatlar ? (Çəki: 1)

- Vitrin reklamıdır
 - Elan yeridir
 - Maşınlara vurulan reklamlardır
 - Hissə-hissə hazırlanaraq küçələrdə quraşdırılan reklamdır +
 - İstehsal reklamıdır
-

Sual: Reklam agentliyi ? (Çəki: 1)

- Bir reklam mütəxəssisi tərəfindən yaradılan reklam firması
 - İstehsal müəssisəsində çalışan reklamlarla məşğul olan mütəxəssislər
 - İstehlakçı reklam mütəxəssisləri
 - Dövlət reklam müəssisələri
 - Müxtəlif ixtisaslı mütəxəssislərin bir məkanda birləşdiyi təşkilat
-

Sual: Reklam agentliyinin funksiyası ? (Çəki: 1)

- Reklamın verilməsi
- Bazarların öyrənilməsi
- Reklamın yaradılması
- İstehlakçıların tədqiqi

İstehlakçı ilə istehsalçı arasında əlaqə

Sual: Reklam elanının hazırlanması ? (Çəki: 1)

- Əmtəə və bazarın öyrənilməsi
 - Əmtəənin zəif və güclü tərəfinin müəyyənləşdirilməsi
 - Bazarın tədqiq edilməsi
 - Büdcə və marketinq strategiyası
 - Agentliyin mövcudluğunun başlıca şərti olan son mərhələsi
-

Sual: Ymummilli reklamvericilər ? (Çəki: 1)

- Mütəxəssislər
 - Reklam şirkətinin rəhbərliyi
 - Televiziya şirkəti, mətbuat
 - Reklamı maliyələşdirən təşkilatlar
 - Hec biri
-

Sual: Reklam agentliyinin əsas vəzifəsi (Çəki: 1)

- Reklam obyektinin müəyyənləşdirilməsi
 - Reklam xərclərinin ödənilməsi
 - Reklam edilən məhsula aid mətnlərinin təstiq edilməsi
 - Reklam məhsulunun işlənilib hazırlanmasında
 - Reklam materiallarının işlənilib hazırlanmasında köməklik göstərmək
-

Sual: Reklamverənlərin əsas vəzifəsi ? (Çəki: 1)

- Reklam xərclərinin ödənilməsi
 - Reklam sifarişlərinin verilməsi
 - Reklam sifarişlərinin formalaşdırılması
 - Kütləvi informasiya
 - Radio və televiziya ilə müqavilələrin bağlanması
-

Sual: Reklamın istehlakçılara məlumatı (Çəki: 1)

- Malları satmaq və tələb yaratmaq
 - İstehsal xüsusiyyətlərinin məlumatı
 - Əmtəə istehsalına sərf olunan vəsait
 - İstehsala sərf olunan xidmət növləri
 - Malların yaranması haqqında məlumat
-

Sual: Reklamın istehsalçılarla istehlakçılar arasındakı rolu (Çəki: 1)

- Tanışlığın yaranması
 - Danışqların təşqiledicisi
 - Müqavilələrin bağlanması
 - Münasibətlərin möhkəmlənməsi
 - Ünsiyyətin yaranması
-

Sual: Amerika Marketing Assosiyasiyasının fikrincə- (Çəki: 1)

- Məhsulun keyfiyyətini artırmalı
 - Bazarın inkişaf mərhələlərini özündə əks etdirməlidir
 - Standartlaşmaya xüsusi yer verilməlidir
 - Bazarın inkişaf mərhələlərini özündə əks etdirməlidir
 - Obyektə daha çox istehlakçılar toplanmasına xidmət etməlidir
-

Sual: Reklam konkretliliyi nədir? (Çəki: 1)

- Malın geniş tədbiği
 - İstehsal xidmətlərini n fəaliyyəti
 - Bazar fəaliyyətinə nəzarət
 - İstehsal proqramına təsiri
 - Sadə ,aydın,inandırıcı olması
-

Sual: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində reklamın məqsədi (Çəki: 1)

- İstehsalın səmərəliyinin təşkili
 - Yeni və rəqabətə görə biləcək mallar istehsal etməkdir
 - Kiçik həcmli informasiyaların yayınmasının təşkili
 - Keyfiyyətsiz mal istehsal edən istehsalçıları oradan qaldırmaq
 - Bazar subyektlərinə geniş yer vermək
-

Sual: Reklamın məqsədli auditoriya üzrə təsnifatı: (Çəki: 1)

- satıcı reklamı, marker reklamı, bazar reklamı
 - alıcı reklamı, istehlakçı reklamı
 - xarici. regional, yerli reklamlar
 - mal reklamları, qeyri-mal reklamları. bitgi mənşəli və s.
 - küca reklamları. radio-televiziya, cap reklamı
-

Sual: Reklam prospektinin növü necə adlanır? (Çəki: 1)

- Docer
 - Qlossari
 - Buklet
 - Binqo-kart
 - Çıxarış
-

Sual: Reklam müraciətinin ideyasının formalasmasının əsasında nə durur? (Çəki: 1)

- Motiv
 - Maqsadlar
 - Galirlar
 - Da v ranis
 - Seqmentlasdirma
-

Sual: Reklam tədqiqatlarında bütövlükdə əhalini təmsil edən seqmentləri necə adlanırlar? (Çəki: 1)

- Secilmis qruplar
 - Tutum
 - Faydasız auditoriya
 - Yayım modeli
 - Ünvanlı kataloq
-

Sual: Qəzet sahifəsinin yuxarısında yerləşdirilən reklam lenti necə adlanır? (Çəki: 1)

- Kauk
 - Boks
 - Bilbord
 - Bull-mark
 - Docer
-

Sual: Yaradıcılıq konsepsiyası nəyə malik olmalıdır? (Çəki: 1)

- Aktualıq, orijinal təsir mexanizmi
 - ideyanın icrası, yaradıcı yanasma
 - Müraciətin yeni forması
 - Hissəyə emosional bağlanma
 - Yumor məhsulə aid olmalıdır
-

Sual: Bazarın seqmentləşdirilməsi (Çəki: 1)

- bazarları əhatə etmə səviyyəsidir
 - istehlakçıların tələbatlarının öyrənilməsidir
 - müxtəlif əlamətlərə görə məhsulların və bazarların təsnifləşdirilməsidir
 - müxtəlif əlamətlərə görə istehlakçıların müxtəlif qruplara bölünməsidir
 - məhsulların mövqeləşdirilməsidir
-

Sual: Bazarın potensial tutumu (Çəki: 1)


- istehsalçıların tələbatın həcmidir
 - istehlakçıların ehtiyaclarının həcmidir
 - istehlakçıların tələbinin həcmidir
 - istehsal edilən məhsulun maksimum miqdarıdır (dəyəridir)
 - bazarda satıla biləcək məhsulların maksimum miqdarıdır (dəyəridir)
-

Sual: Bazarın konyunkturası: (Çəki: 1)

- qiymətin müasir səviyyəsində tələbatın həcmi ilə təklifin həcmi arasında tarazlıq vəziyyətidir
- qiymətin müasir səviyyəsində tələbatın həcmi təklifin həcmindən artıq olduğu haldır
- qiymətin müasir səviyyəsində təklifin həcmi tələbatın həcmindən artıq olduğu haldır
- qiymətlərin müasir səviyyəsində tələbatın həcmi ilə təklifin həcmi arasındakı nisbətdir

qiymətlərin müasir səviyyəsində ehtiyaclarla tələbatın həcmi arasındakı nisbətdir

BÖLMƏ: 02#01

Ad	02#01
Suallardan	22
Maksimal faiz	22
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklamda yalan və şişirdilmiş məlumatlara qarşı “səlib yürüşü” ? (Çəki: 1)

- 1650
- 1840
- 1911
- 1915
- 1920

Sual: Rəngli televiziyanın yaranması ilə televiziya reklamının dünyada ikinci səviyyəyə yüksəlməsi ? (Çəki: 1)

- 1911
- 1918
- 1941
- 1947
- 1955

Sual: Ölkəmizdə ilk reklam tarixi ? (Çəki: 1)

- e. ə. XIII- X minillikdə,
- e.ə. I minilliyində
- V əsrdə
- X əsrdə
- XV əsirdə

Sual: Azərbaycanda ilk reklamın forması? (Çəki: 1)

- Totemlər
- qayaüstü rəsmlər
- Daş kitabələri
- “şəbehələr”,
- “dastanlar”.

Sual: Müasir reklamın Azərbaycanda ilk yayımı ? (Çəki: 1)

- 1837
- 1855
- 1875

- 1887
 - 1881
-

Sual: Azərbaycanda müasir reklamin ilk yayım vasitəsinin adı ? (Çəki: 1)

- "ziya",
 - "tərcüman",
 - "həyat",
 - "əkinçi",
 - "tərəqqi"
-

Sual: Ümummilli reklamvericilər ? (Çəki: 1)

- Milli reklam hazırlayıcıları
 - Auditoriya
 - Milli televiziya
 - Milli qəzetlər
 - Ümummilli reklam maliyyələşdirənlər
-

Sual: Ölkənin bir bölgəsində nəzərdə tutulan reklamlar ? (Çəki: 1)

- Ərazi reklamı
 - Rayonlararası reklam
 - Regional reklam
 - Ölkə reklamı
 - Müəssisələrarası reklam
-

Sual: İlk çap reklamı (Çəki: 1)

- 1151- ci il Almaniya, «Ziyalılar vərəqəsi «
 - 1631- ci ildə Parijdə «Qazet de Fransa «
 - XVIII əsrdə Almanyanın «Nişanlar vərəqə»
 - 1808- ci il Moskva «Həftəlik cədvəl «
 - XX əsrin əvvəlləri «Soyuztorqreklama «
-

Sual: Video- ekspress informasiya reklamı (Çəki: 1)

- Kino- teatrda gedən jurnal- süjetlər
 - Lazım olan məlumatları videosüjetlərə köçürüb operativ şəkildə göstərmək
 - Kütləvi informasiya vasitələrindəki elanlar
 - Radioda oxunan reklam- elanlar
 - Bayram qabağı təbrik edici görüş kartoçkalrı
-

Sual: Mağaza vitrinasının rolu (Çəki: 1)

- Mağazanın genişliyi
 - Həm mal reklamı, həm də ticarət alqı- satqısı
 - İşıqlandırılması
 - Mal çeşidi sayı
 - Satıcıların qabiliyyəti
-

Sual: Proktat çap nəşri (Çəki: 1)

- Reklam xarakterli bəzəkli məqalələr
 - Radio və televiziya verilmə reklamları
 - Bayram qabağı endirilmə əlaqədar endirilmə
 - Divarlara vurulmuş reklamlar
 - Mal və xidmətin xüsusiyyətini başlıqlarla, fotosəkillərdə əks olunan syujetlər
-

Sual: Ticarət vitrinasının yerləşdirilməsi (Çəki: 1)

- Ticarət vitrinasının yerləşdirilməsi
 - İxtisaslaşdırılmış və universal supermarketlərdə, ramstorlarda, univermalarda
 - Qəsəbə- kənd mağazalarında
 - Tibb ocaqlarında
 - Mədəniyyət mərkəzlərində
-

Sual: Vitrina əyani və inandırıcı olmaqla malı necə göstərir? (Çəki: 1)

- Natural formada
 - Videokasetlə
 - Elanlarla
 - Çap vərəqəsilə
 - Reklam diyircəklərilə
-

Sual: Reklam- elanlar (Çəki: 1)

- Dövri mətbuat vasitəsilə pullu verilən reklam
 - Dirəklərə vurulan elanlar
 - Kinoteatr afişləri
 - İncəsənət yenilikləri xəbərləri
 - Bazarlardakı carçıların xəbərləri
-

Sual: Slayd-reklam vasitəsi – (Çəki: 1)

- Kino-keatrdə filmlərin nümayişindən qabaq təqdim olunan jurnal
 - bayramqabağı təbrikəedicilə kartoçkalar ,asıqcalar
 - radioda oxunan reklam –elanlar
 - bir və bir neçə ekranda proeksiyaların rəngli diapazonların avtomatik olaraq əvəz olunması
 - kütləvi-informasiya vasitələrindən reklamlar
-

Sual: Adavari vitrinlərin şüshələnməsi- (Çəki: 1)

- Hər dörd tərəfdən
 - Yalnız bir tərəfdən
 - İçəri polkaları
 - Qabağı
 - Üst hissəsi
-

Sual: Kopyüerləşdirilmiş reklam- (Çəki: 1)

- Telediyircəklək
 - Radio-elanlarla mətnin oxunması
 - Kompüterləşdirilmiş məlumatların verilməsi
 - Alqı-satqı ilə əlaqədər elanlar
 - KİV-ile nəşr olunan elanlar
-

Sual: Reklam praktikasında vampirobraz ilə ölçmək işarələri (Çəki: 1)

- məşhur adamların reklamda göstərilməsini
 - qorxulu sahələrdən istifadəsini
 - erotik səhnələrin istifadəsini
 - gələcək haqqında abstrak fixirləri.
 - heç biri doğru deyil
-

Sual: Qytenberq dioqanalı haradan keçir? (Çəki: 1)

- sol yuxarı küncdən, sağ aşağı küncə
 - sağ aşağı küncdən, sol yuxarı küncə
 - düzbucağın hipetenuzuna perpendikulyar olaraq
 - trapesiyanın orta xəttindən
 - heç biri doğru deyil
-

Sual: Çap elanlarında alıcının diqqətini reklam tədqiqatçılarının fikrinə görə nə daha çox cəlb edir (Çəki: 1)

- insan şəkli
 - rəsm.
 - bir neçə sifətdən istifadə
 - Ağ-qara yazılardan
 - Heç biri doğru deyil
-

Sual: Reklam rolikinin başlanğıcda müddəti nə qədərdir? (Çəki: 1)

- 45-30 saniyə
 - 10-15 saniyə
 - 7-5 saniyə.
 - 10-25 saniyə
 - heç biri doğru deyil
-

BÖLMƏ: 02#02

Ad	02#02
Suallardan	16
Maksimal faiz	16
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Dünyanın ən gəlirli reklam agentliyi ? (Çəki: 1)

- “yainq end ribiken”-ABŞ,
 - “saatc end saatc”- Böyük Britaniya,
 - “dentsu”- Yaponiya,
 - “makkanni erikson”- ABŞ,
 - “bekker spilivoldjil beyts”- Böyük Britaniya.
-

Sual: Beynəlxalq reklam agentlikləri şəbəkəsinin yaranması ? (Çəki: 1)

- 1918
 - 1948
 - 1955
 - 1980
 - 2000
-

Sual: Avropa “ümumi bazar” birliyində birləşən istehlakçıların sayı? (Çəki: 1)

- On min,
 - 175 min,
 - 320 min
 - 500 min,
 - 1 mln.
-

Sual: Beynəlxalq ticarət palatası tərəfindən beynəlxalq reklam kodeksinin qəbul edildiyi yer? (Çəki: 1)

- Nyu- York,
 - Tokio,
 - Berlin,
 - Roma.
 - Paris,
-

Sual: Xarici reklamlar? (Çəki: 1)

- Mala yönəldilmiş
 - Qiymətə yönəldilmiş
 - Öz ölkəsinə yönəldilmiş
 - Başqa ölkələrə yönəldilmiş
 - İctimaiyyətə yönəldilmiş
-

Sual: Dünyanın ən böyük reklam təşkilatı ? (Çəki: 1)

- “wpp group”- London +
 - “grey advertising” - Nyu-York
 - “dentsu” – Tokio
 - hakuoda” –Tokio
 - “omnikom group” – Nyu-York
-

Sual: Reklamın ilk forması haradan gəlmişdir? (Çəki: 1)

- Qəzet elanlarından
 - Divar yazılarından
 - Küçə və meydançalara yerləşdirilən xüsusi tablolarından
 - Hindistan və İrənin qədim müqəddəs kitablarından
 - İngiltərə və Fransa carçılarından
-

Sual: Təyinatına görə reklam vasitələrinin istifadəsi (Çəki: 1)

- Marketing fəaliyyətində
 - Topdan və pərakəndə alıcılara
 - İstehsalatda
 - Bazar münasibətlərində
 - İqtisadi qanunların tənziqlənməsində
-

Sual: Buklet- kataloq çap nəşri (Çəki: 1)

- Aylıq jurnal nəşri
 - Elmi- texniki yeniliklər külliyyatı nəşri
 - Mədəniyyət xəbərləri külliyyatı
 - İdman- turizm yenilikləri xəbərləri nəşri
 - Böyük tirajlı, qısamüddətə istifadə olunan və çox baha olmayan nəşr
-

Sual: Vitrina- sərgi reklam (Çəki: 1)

- Bazarlarda ticarət polkalrı
 - Mağaza daxili yarmarka və vitrinlər
 - Tibb- müəssisələrinin sərgisi
 - Rəsm qalereyası
 - İncəsənət- bədii sərgilər
-

Sual: Texniki vasitələrdən istifadəsinə görə reklamın növü (Çəki: 1)

- Divarlara yapışdırılan elanlar
 - Hay-küylü bazar carçıları
 - Vizual(audiovizual)müşahidə
 - Bəbə rzekli əşyalar
 - Təzə modellər
-

Sual: Beynəlxalq Reklam Kodeksi (BRK) va na vaxt meydana gəlmişdir: (Çəki: 1)

- 1952-ci ildə
 - 1958-ci ildə
 - 1967-ci ildə
 - 1970-ci ildə
 - 1980-ci ildə
-

Sual: Beynəlxalq Reklam Kodeksinin (BRK) tərkib maddələrinin sayı: (Çəki: 1)

- 8
- 12
- 14
- 17
- 19

Sual: Eno-fraza özündə nəyi göstərir? (Çəki: 1)

- dövrü olaraq söz toplusunun (şüar,deviz,slogan) yaxşı yadda qalması üçün təkrarlanması
- çox dəfə təkrarlanan reklam müraciətinin əvvəlində təkrarlanan fraza
- reklam müraciətinin sonunda təkrarlanan fraza
- Reklam müraciətinin ortasında təkrarlanan fraza
- heç biri doğru deyil.

Sual: Mətnin məlumat hissəsində daha çox şrift olması (Çəki: 1)

- o daha pis qavranılır
- alana daha səmərəli olur
- onun ayrı-ayrı hissələri daha çox qavranılır
- onun ayrı-ayrı elementlərinə diqqətin çox olması ehtimalı
- heç biri doğru deyil

Sual: Reklamda tətbiq edilən videocarların imkanlarını genişləndirən texniki üsullar necə adlanır? (Çəki: 1)

- Animasiya
- interaktiv vasitələr
- Kombinaolunmuş
- Oyun-quruluşlu
- Əyləncəli, orijinal personaj

BÖLMƏ: 02#03

Ad	02#03
Suallardan	29
Maksimal faiz	29
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Əmtəə tədavülündə reklam fəaliyyətinin qanunlaşdırılması? (Çəki: 1)

- 1955
 - 1963
 - 1978
 - 1987
 - 1992
-

Sual: Reklamın hazırlanma mənbəyi ? (Çəki: 1)

- İstehsalçı, vasitəçi və xidmət firmaları tərəfindən
 - Hesablaşma şəklinə görə
 - Məqsədlərinə görə
 - Coğrafi prinsipi üzrə
 - Məqsədli bazara görə
-

Sual: Bir neçə bazarın segmentlərinə eyni məhsulun reklami ? (Çəki: 1)

- Xidmət obyektləri reklami
 - Vasitəçilərə istiqamətləndiyinə görə
 - Məqsədlərinə görə
 - Məqsədli bazara görə
 - Əmtəəyə yönəldiyinə görə
-

Sual: Buraxılan reklam məhsulunun səviyyəsini və peşəkarlığını yüksəltmək ? (Çəki: 1)

- Reklamverənlər
 - Mütəxəssislər
 - İstehlakçılar
 - İcraçılar
 - Bədii-redaksiya şurası
-

Sual: Sərgilərdə və yarmarkalarda reklam tədbirləri keçirmək ? (Çəki: 1)

- Reklamverənlər
 - Mütəxəssislər
 - Reklam agentlikləri
 - Dövlət müəssisələri
 - İstehlakçılar
-

Sual: Reklam materiallarının tərtibində insanların fizioloji, özünümüdafiə və sosioloji tələblər nəzəriyyəsi ? (Çəki: 1)

- F.Kotler
 - E.P. Qolubkov
 - A.X. Maslou
 - D. Karnegi
 - T.Ş. Şükürov
-

Sual: Prospekt çap reklamında (Çəki: 1)

- Mədəniyyət yenilikləri haqda məlumat
 - Yeni istehsal olunan malların təbliği
 - Məhsul istehsalının artırılması haqda
 - Məişət malları istehsalının təkmilləşdirilməsi və təbliği
 - Malların şəkilləri çəkilməklə onlar haqda məlumat verilir
-

Sual: Texniki və nüfuz reklam filmlərinin istifadəsi (Çəki: 1)

- Hər hansı bir məlumatın radio və televiziya vasitəsilə oxunması
 - Televiziyada hər hansı bir sənədli publisist verilişin verilməsi
 - Yarmarka və sərgilərdə, mətbuat konfranslarında, işgüzar görüşlərdə və s. verilir
 - Kinoteatrlarda nümayiş etdirilir
 - Radioda hər hansı sənədli publisist verilişin oxunması
-

Sual: Vitrin- mağazalarının nəyi adlandırılır? (Çəki: 1)

- Mağazanın xarici görünüşü
 - Bər- bəzəkli görünüşü
 - Çağırış kartoçkası
 - Dirəyi
 - Keyfiyyətli malın satışı
-

Sual: Texniki vasitələrdən istifadə xarakterinə görə reklam növü (Çəki: 1)

- Vərəqələr
 - Qazet elanları
 - Bəzəkli əşyalar
 - Təzə modellər
 - Vitrina- sərgi reklamı
-

Sual: Vərəqələr- çap reklamı (Çəki: 1)

- Gündəlik mətbuat vasitəsi
 - Həftəlik məlumat külliyyatı
 - Mal və xidmətin şəkili çəkilməklə xarakteri verilir
 - Birjalar haqda məlumat
 - Divarlara vurulmuş elanlar
-

Sual: Hansı texniki vasitələrdən istifadəsinə görə reklamın növünə aiddir? (Çəki: 1)

- Birjalar
 - Çap reklamı
 - Təzə modellər
 - Kataloqlar
 - Bəzəkli əşyalar
-

Sual: Texniki vasitələrdə istifadəsinə görə reklamın növləri – (Çəki: 1)

- bər-bəzəkli əşyalar
 - bazarlarda carçılar
 - radio-televiziya (audiovizual) reklamı
 - təzə modellər
 - divarlara yapışdırılmış elanlar
-

Sual: Audiovizual reklama – (Çəki: 1)

- Televiziya reklamı
 - Gündəlik mətbuatda nəşr olunan reklam
 - Alqı-satqı elanları
 - Təbrikedici açıqçalar
 - Kinofilmlər, videofilmlər və slaydefilmlər
-

Sual: Birbaşa poçt reklam vasitəsi- (Çəki: 1)

- bayramqabağı təbrik reklamı
 - Radioda oxunan reklam-elanları
 - Musiqi ilə müşayət olunan reklam
 - Dirəklərə vurulan elanlar
 - poçtla xüsusi hazırlanmış reklam –məlumat məktubların göndərilməsi
-

Sual: Reklam diyircəkləri- (Çəki: 1)

- Müddəti 15san-dən bir necə dəq-dək qed.filmlər
 - Televiziya nümayiş etdirilən sənədli filmlər
 - Elmi püblisist jurnallar
 - Təbiətlə əlaqədar qısametrajlı filmlər
 - Uşaqlar üçün nümayiş etdirilən filmlər
-

Sual: Vitrinanın işıqlandırılmasının əhəmiyyəti- (Çəki: 1)

- Polkaları parlaqlığı
 - Alıcılara xoş təssürat bağışlamaq
 - Mağazadaxili rəflərin görünüşü
 - Rəflərdə malların quruluşu
 - malın keyfiyyətinin nümayişi
-

Sual: Vitrina-sərgi reklamı hansı ticarət növündə istifadə edilir? (Çəki: 1)

- Topdan ticarətdə mal sərqilərindən
 - Kino-jurnal sərgilərindən
 - Rəsm qalereyasından
 - Sanitar –gigiena malarına baxışdan
 - İncəsənət muzeylərinin sərgilərindən
-

Sual: Reklam diyircəyinin məqsədi- (Çəki: 1)

- İstehlak mallarının keyfiyyətini
 - İstehsal olunan malın miqdarını
 - Əhaliyyə istehlak mallarını və xidmətini göstərmək
 - Mədəni maarifciliyinin təbliği
 - Elmi-texniki yeniliklərin göstərilməsi
-

Sual: Video-ekspres informasiya reklamı- (Çəki: 1)

- kino-teatrlarda verilən jurnal syujetlər
- kütləvi informasiya vasitələrindəki reklamlar

- radioda oxunan reklam –elanlar
 - bayramqabağı təbrikedici görüş kartokaları
 - lazım olan məlumatları videoyujetlərə koçürülüb opertiv şəkildə göstərmək
-

Sual: Çap reklamının nəşri-növləridən biri- (Çəki: 1)

- Reklam- kataloq nəşri
 - Dərgi (jurnal) nəşri
 - Qəzet nəşri
 - Kitabça nəşri
 - Kalendar-bloknot nəşri
-

Sual: Reklamın ilk forması- (Çəki: 1)

- Vərəqələr
 - Qəzet elanları
 - Kataloqlar
 - Divar yazaları
 - Çap elanlar
-

Sual: "Nəzər nöqtəsi"-bu (Çəki: 1)

- Bayır reklamı yerləşən yer
 - bayır reklamının bütün xülasəsinin tam başa düşüldüyü yer
 - daha yaxşı formada bayır reklamının başa düşüldüyü yer
 - Yerli olaraq maksimal geniş nəzər nöqtəsi
 - heç biri doğru deyil
-

Sual: "Baxış bucaq"ı nədir? (Çəki: 1)

- bayır reklamının alıcılarının görmə keyfiyyətinin parametrləri
 - reklam məlumatlarının piyada və ya nəqliyyatda hərəkət edənlər
 - bayır reklamının qəbulu parmetrləri
 - Bayır reklamının yüksək və aşağı hündürlükdə baxış bucağı
 - heç biri doğru deyil
-

Sual: Reklam effektivliyinin hesablanmasmda asas dövrlər (Çəki: 1)

- reklam tətbiq olunan dövrün məlumatlar
 - reklam tətbiqindən əvvəlki dövrün məlumatları
 - reklam tətbiqindən sonrakı dövrün məlumatları
 - reklam tətbiq oilman dövüdə. ondan avval va tətbiqdan sonrakı dovriin
 - reklam tatbiqi dovriinda va tətbiqdan sonrakı dovriin malumatlan
-

Sual: Reklam effektivliyinin hesablanmasmda istifadə olunan gostaricilər (Çəki: 1)

- günlərin sayı. alıcıların sayı
- kompaniyaların miqdarı
- günlərin sayı, orta günlük dövriyyə
- mal dovriyyası, gun hesabi ila norma

işçilərin sayı. texnikanın miqdarı

Sual: Reklam tasarrüfatında rentabelliğin müəyyənədiciləri (Çəki: 1)

- gəlirin mal dövriyyəsinə nisbəti
 - gəlirin işçilərin sayına nisbəti
 - mənfəətin reklam məsrəflərinə nisbəti
 - mənfəətin mal dövriyyəsinə nisbəti
 - mənfəətin əlavə mal dövriyyəsinə nisbəti
-

Sual: Ticarət reklamına hansı islahatlar aid edilir (Çəki: 1)

- Hümanistlik və etibarlılıq
 - Düzgünlük
 - Konkretlik
 - Məqsədyönlülük
 - Hamisi aid edilir
-

Sual: Görünən sürətin yaranmasına yönələn kreativ necə adlanır? (Çəki: 1)

- Dizayner kreativ
 - Təsviri kreativ
 - Psixoloji
 - Yaradıcı
 - Emosional
-

BÖLMƏ: 03#01

Ad	03#01
Suallardan	28
Maksimal faiz	28
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Brendinq nədir ? (Çəki: 1)

- İstehsalın genişləndirilməsi
 - Satışın artırılması
 - Reklam agentliklərini işini fərqləndirilməsi
 - Satış stimullaşdırılması
 - İstehsal, satış təşkilatlarının və reklam agentliklərinin birgə işinin fərqləndirilməsi.
-

Sual: “seylz promouşn” dedikdə nə nəzərdə tutulur ? (Çəki: 1)

- Satışın çoxaldılması
- Satışın azaldılması
- Qiymət amili
- Satışdan asılı olaraq təchizin stimullaşdırılması

Təchizin tamamlanması

Sual: "publik-rileyşnz" nədir ? (Çəki: 1)

- İctimaiyyətlə əlaqə
 - İstehlakçıların birliyi
 - İstehsalçıların əlaqəsi
 - Reklamın yayılması
 - Reklamın tətbiqi
-

Sual: Mağaza vitrinasının mahiyyəti (Çəki: 1)

- Küçədən keçən alıcıların münasibəti
 - Geyim mədəniyyəti və məişət estetikasını tətbiq etmək
 - İstehsal olunan malın təbliğati, yayımlanması
 - İstehlakçıların tələbat, ehtiyaclarının marağı
 - Malların keyfiyyətinə olan münasibət
-

Sual: Reklam vasitələrinin təsnifatı (Çəki: 1)

- Xüsusiyyətlərinə görə
 - İstehsala görə
 - Təyinatına görə
 - İstehlak xüsusiyyətlərinə görə
 - Keyfiyyətinə görə
-

Sual: Reklam- nüfuz filmləri (Çəki: 1)

- Elmi- texniki yeniliklərin təbliği haqda film
 - Mal haqda məlumat verir və eyni zamanda istehsalçının nüfuzunu artırmağa imkan verir
 - Mədəni maarifçiliyin təbliği
 - Hər hansı bir məlumatın radio diktorunun vəsitəsilə oxunması
 - Bayram qabağı təbrik edici görüş kartoçkaları, açıqçalar
-

Sual: Mağaza vitrinlərinin köməyi (Çəki: 1)

- Satışda olan mala qarşı münasibət
 - Reklam olunan malın keyfiyyəti
 - İstehlakçıya bu və ya digər malın alınmasına
 - Malın istehsal olunma vaxtı
 - Malın çeşidinin sayı
-

Sual: Slayd- reklam (Çəki: 1)

- Kinoteatrlarda filmlərin nümayişindən qabaq təqdim olunan jurnal
- Kütləvi- informasiya vasitələrində gedən reklamlar
- Radioda oxunan reklam- elanlar
- Bir və bir neçə ekranda proyeksiyaların rəngli diapazonların avtomatik olaraq əvəz olunması

Bayramqabağı təbrik edici kartoçkalar, açıqçalar

Sual: Radio- reklam elanı (Çəki: 1)

- Hər hansı bir məlumatın diktör vasitəsinə oxunması
 - Televiziya vasitəsilə nümayiş olunan reklam- diyircəklər
 - Kinoteatrlarda gedən jurnallar
 - Kütləvi informasiya vasitələrində nəşr olunan reklam
 - Divarlarda vurulan reklam və elanlar
-

Sual: Prokat- reklam nəşri (Çəki: 1)

- Bayramqabağı endirim reklamları
 - Qəzetlərdə reklam xarakteri məqalələr
 - Reklam olunan məhsul haqda ətraflı məlumat verilir
 - Divarlara vurulmuş reklam və elanlar
 - Mağaza reklamları
-

Sual: Video- ekspress informasiya reklamı (Çəki: 1)

- Kinoteatrlarda gedən jurnal- süjetlər
 - KİV- də verilən reklamlar
 - Radioda oxunan reklam və elanlar
 - Bayramqabağı təbrik edici görüş kartoçkalrı
 - Lazım olan məlumatları videosüjestlərə köçürüb operativ şəkildə göstərmək
-

Sual: Kompüterləşdirilmiş reklam vasitəsilə məlumatların verilməsi (Çəki: 1)

- Telediyircəklər
 - Radio jurnal
 - Kompüterləşdirilmiş məlumatların verilməsi
 - Alqı-satqı ilə əlaqədar elanlar
 - KİV- də nəşr olunan elanlar
-

Sual: Reklamın vasitəsi (Çəki: 1)

- İstehsalla ticarəti əlaqələndirmək
 - İqtisadi imkanları müəyyən etmək
 - Malın keyfiyyətinə zəmanət vermək
 - Alıcılıq qabiliyyətini təyin etmək
 - İstehsalçıların məlumatlandırılması
-

Sual: Cib- cədvəl təqvim çap reklamı (Çəki: 1)

- Xüsusi fotosəkillər
 - Malın keyfiyyət nişanları
 - Təqvimlə yanaşı şifarişçinin simvolik səhətləri
 - Mal qrupu və xidmətin reklamı
 - bəzi syujetlər əksolunan kartlar
-

Sual: Prospekt çap reklamı – (Çəki: 1)

- Gündəlik dövrü mətbuat
 - Adətən yubiley və nüfuz xarakteri daşıyır
 - Alqı buklet nəşri
 - Həftəlik dərgi nəşri
 - Gündəlik qəzet nəşri
-

Sual: Vitrinanın guruluşu nəyi xatırladır ? (Çəki: 1)

- Qutunu
 - Torbanı
 - Otağı
 - Redalı
 - Dirəkləri
-

Sual: Reklamın vasitələrindən biri- (Çəki: 1)

- Bazarın hazırlanması
 - Məlumatlandırmaq
 - Yeni malın yaranması
 - Malların satışının təşkili
 - Tələbatın ödənilməsi
-

Sual: Tele elanlar reklam vasitəsi (Çəki: 1)

- Dmərəklərə vurulan elanlar
 - Bayramqabağı oxunan elan və təbriklər
 - Verilişlərin arasında gedən reklamlar
 - Musiqi ilə müşayət olunan syujetlər
 - Diktor tərəfindən nümayiş olunan və oxunan məlumatların yayılması
-

Sual: Radio-jurnal reklam vasitəsi (Çəki: 1)

- Kinoteatrlarda verilən jurnallar
 - Televiziya vasitəsilə nümayiş olunan tele-diyircəklər
 - Musiqi ilə müşayət olunan reklam məlumatları
 - Dirəklərə vurulmuş elanlar
 - Məlumat reklam xarakterli radio-verilişlərin ötürülməsi
-

Sual: teleelən reklam vasitələri və onun mahiyyəti- (Çəki: 1)

- Dirəklərə vurulan elanlar
 - Diktor tərəfindən oxunmaqla məlumatın yayılması
 - Bayraqabağı oxunan təbriklər
 - Verilişin arasında qədən reklamlar
 - Musiqi ilə müşayət olunan syujetlər
-

Sual: KİV -in (kütləvi informasiya vasitələri) əsas funksiyaları: (Çəki: 1)

- informasiya. proqnoz
 - tədqiqat, satış
 - mətnlərin tərtibi
 - elanın dərc edilməsi
 - planlaşdırma və secim
-

Sual: Televiziya proqramının aparıcısı necə adlanır? (Çəki: 1)

- Moderator
 - Aktyor
 - Operator
 - Kopirayter
 - Kontaktor
-

Sual: Reklam müraciətini hazırlayan surət necə adlanır? (Çəki: 1)

- Kommunikator
 - Kommunikant
 - Aktyor
 - İcraci
 - informasiya mənbəyi
-

Sual: Reklamın televiziya vasitəsilə verilməsinin üstünlüyü: (Çəki: 1)

- istehlakçı auditoriyasının genişliyi;
 - onun operativliyi;
 - reklamın qiymətinin (haqqının) ucuz olması;
 - reklamın verilməsi imkanlarının yüksək olması;
 - reklamın verilməsi imkanlarının yüksək olması;
-

Sual: Radioreklamın üstünlükləri (Çəki: 1)

- alıcılara təsir
 - ucuzluq
 - ürəkdən söhbət
 - cəlbedicilik
 - heç biri düzgün cavab deyil
-

Sual: Radio reklam çatışmazlıqları. (Çəki: 1)

- bahalıq.
 - təsirin azalması
 - cəlbedicilik
 - ucuzluq
 - heç biri
-

Sual: Radio reklamın daha effektiv vaxtı (Çəki: 1)

- 8-dən 9-kimi
- 13-dən 15-kimi

- 20-dən 21-ə kimi
 5-dən 10-kimi
 heç biri
-

Sual: Sinql özündə nəyi göstərir (Çəki: 1)

- musiqili reklam müraciəti
 səs şüarı
 reklam nəğməsi
 radioreklamda səs effekti naboru
 heç biri doğru deyil
-

BÖLMƏ: 03#02

Ad	03#02
Suallardan	48
Maksimal faiz	48
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Müraciət formasına görə reklamlar ? (Çəki: 1)

- Keyfiyyət və qiymət göstəricisinə görə,
 Xidmət obyektinə görə,
 Hazırlanma mənbəinə görə,
 Coğrafi prinsiplərinə görə,
 Geniş tələb yaratmaq məqsədi ilə
-

Sual: Reklamın məqsədinin və vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsi ? (Çəki: 1)

- Coğrafi prinsipi müəyyənləşdirildikdə
 Haqqının ödənilməsində
 Fəaliyyət proqramının işlənilib hazırlanmasında
 Vəzifələrin müəyyənləşdirilməsində
 İstehsalçı firmaların tapılmasında
-

Sual: Reklamın stimullaşdırma kompleksinin tərkib elementi ? (Çəki: 1)

- Reklamın hazırlama mənbəyi
 Məqsədli bazar
 Geniş tələb yaratmaq
 Məlumat vermək və xatırlatmaq
 Hesablaşma formasının tətbiqi
-

Sual: Mütəxəssislər üçün nəzərdə tutulmuş reklam ? (Çəki: 1)

- Dövlət reklamı
 İstehlakçılar üçün verilmiş reklamlar

- Hökumət üçün verilmiş reklamlar
 - İxtisaslaşdırılmış reklamlara
 - Televiziya mütəxəssisləri üçün nəzərdə tutulmuş reklamlar
-

Sual: İxtisaslaşdırılmış reklamların verilməsində istifadə edilən əsas vasitələr ? (Çəki: 1)

- Poçt və peşəkar cəmiyyətlərin nəşrləri
 - Radio
 - Qəzet
 - Jurnal
 - Televiziya
-

Sual: Fərdi şəxslər tərəfindən verilən reklam ? (Çəki: 1)

- Televiziya reklamı
 - Radio reklamı
 - Sətr və ya rubrikalı reklam
 - Vitrin reklamı
 - Küçə reklamı
-

Sual: Səsə əsaslanan reklam vasitələri ? (Çəki: 1)

- radio və televiziya reklamı
 - Jurnal reklamı
 - Bukletlər, poçt reklamı
 - Qəzet reklamı
 - Hamısı səhvdir
-

Sual: Reklamda mövqeyin müəyyən edilməsi ? (Çəki: 1)

- Mal nişanlarının yarışı
 - Mal istifadəçilərin rəyi
 - Malın nüfuzunun qorunması
 - Məhsulun istifadəsində sizdəki müsbət dəyişiklik
 - Səmimiyyət
-

Sual: Reklamda böyük ideya vermək ? (Çəki: 1)

- Mövqeyi bildirmək
 - Malın nüfuz markasını qaldırmaq
 - İdeyanın uzun illər aktuallığı
 - Səmimilik
 - Yenilikçilik
-

Sual: Reklamda keyfiyyət ? (Çəki: 1)

- Mövqeyi müəyyən edilməlidir
- Böyük ümidlər aşılmalı
- Yaxşı ideyalar verilməli

- Mal haqqında reklam diqqətə layiq olmalıdır
 - Səmimilik olmalıdır
-

Sual: Reklamda əyanilik ? (Çəki: 1)

- Mövqeyi müəyyən etmək
 - Səmimiliyi təmin etmək
 - Böyük ümidlər aşılmalı
 - Yaxşı ideya olmalıdır
 - Malın görünüşü olmalı
-

Sual: Reklam büdcəsinin müəyyən edilməsi ? (Çəki: 1)

- Reklam vasitəsinin seçilməsi
 - Reklam elanlarının yaradılması
 - Reklam vaxtının seçilməsi
 - Maliyyə-pul sənədlərinin hazırlanması
 - Məsuliyyətin müəyyən edilməsi
-

Sual: Reklam vaxtının seçilməsi ? (Çəki: 1)

- Mətbuat
 - Büdcəni formalaşdırmaq
 - Reklam elanlarını hazırlamaq
 - Məsuliyyəti aydınlaşdırmaq
 - Radio və televiziya şirkət rəhbərliyi ilə razılaşdırmaq
-

Sual: Çap reklamının nəşrinin növü (Çəki: 1)

- Reklam- kataloq nəşri
 - Dərgi (jurnal) nəşri
 - Qəzet nəşri
 - Kitabça nəşri
 - Kalendar- bloknot nəşri
-

Sual: Prospekt çap reklamı (Çəki: 1)

- Dəqiq və mal qrupu haqda məlumat verən nəşr
 - İdman və sağlamlıq haqda külliyat
 - İstehsalın səmərəliliyi göstəricisi
 - Mədəniyyət yenilikləri nəşri
 - İdman və sağlamlıq haqda külliyat
-

Sual: Reklamın ən səmərəli vasitəsi (Çəki: 1)

- Doğru məlumat
 - Bazar carçıları
 - Malın keyfiyyəti
 - İstehsal xüsusiyyətləri
 - Sabit qiymətlər
-

Sual: Telebüzək və ya telenaxış reklam vasitəsi (Çəki: 1)

- Müxtəlif televerilişlərin arasında diktor vasitəsilə oxunan mətnlər
 - Bayramqabağı radio verilişlərində oxunan təbriklər
 - Dirəklərə vurulan elanlar və anonslar
 - Musiqi ilə müşayət olunan süjetlər
 - Radio- diktor tərəfindən elanın yayımlanması
-

Sual: Stolüstü və divar təqvimləri (Çəki: 1)

- Malın istehsal xüsusiyyətləri
 - Malın keyfiyyəti
 - Satılan malın miqdarı
 - Realizə olunan yerin xüsusiyyətləri
 - Üzlüyündə sifarişçinin simvolik əlamətləri olunur
-

Sual: Reklam- nüfuz filmləri (Çəki: 1)

- Elmi- texniki yeniliklərin təbliği
 - Mədən maarifçiliyin təbliği
 - Mal haqqında məlumat verir və eyni zamanda istehsalçının nüfuzunun artırmağa imkan verir
 - Hər hansı bir məlumatın radio diktorunun vasitəsilə oxunması
 - Bayramqabağı təbrik açıqçaları
-

Sual: Cib- cədvəl təqvim çap reklamı (Çəki: 1)

- Xüsusi fotosəkillər
 - Malın keyfiyyət nişanları
 - Təqvimlə yanaşı sifarişçinin simvolik cəhətləri
 - Mal qrupu və ya xidmətin reklamı
 - Bəzi süjetlər əks olunur
-

Sual: Reklam- hədiyyə nəşri (Çəki: 1)

- Bayramqabağı təbrikədiçi açıqçalar
 - Həftəlik informasiya buraxılışı
 - Televiziyada verilən elanlar
 - Radio reklamları
 - Dirəklərə vurulan məlumatlar
-

Sual: Slayd- reklam vasitəsi (Çəki: 1)

- Kinoteatrlarda filmlərin nümayişindən qabaq təqdim olunan jurnal
 - Kütləvi informasiya vasitələrində gedən reklamlar Radioda oxunan reklam- elanlar
 - Radioda oxunan reklam- elanlar
 - Bir və bir neçə ekranda proyeksiyaların rəngli diapazonların avtomatik olaraq əvəz olunması
 - Bayramqabağı təbrikədiçi kartoçkalar, açıqçalar
-

Sual: Çap reklamı materialları qrupu (Çəki: 1)

- Radio- televiziya elanları
 - Dirəklərə vurulan elanlar
 - Yeni il reklam- hədiyyə nəşri
 - Bazarlarda hay-küçü carçılar
 - İnformasiya vasitələri
-

Sual: Audiovizual reklama (Çəki: 1)

- Televiziya reklamları
 - Gündəlik mətbuat reklamı
 - Alqı- satqı reklamları
 - Təbrikiçici açıqçalar
 - Kinofilmlər, videofilmlər və slaydfilmələr
-

Sual: Texniki və nüfuz reklam filmlərinin istifadəsi (Çəki: 1)

- Hər hansı bir məlumatın radio vasitəsilə oxunması
 - Televiziyada hər hansı bir sənədli- publisist verilişin verilməsi
 - Yarmarka və sərgilərdə mətbuat konfranslarında işgüzar görüşlərdə, təqdimetmə mərasimlərində verilir
 - Kinoteatrlarda nümayiş etdirilən reklamlar
 - Radiosüjetin musiqi ilə müşayəti ilə oxunması
-

Sual: Radio- reklam elanını necə başa düşmək oldar? (Çəki: 1)

- Hər hansı bir məlumatın diktör vasitəsilə oxunması
 - Televiziya vasitəsilə nümayiş olunan reklam –diyircəklər
 - Kinoteatrlarda gedən jurnallar
 - Kütləvi informasiya vasitələrində nəşr olunan reklamlar
 - Divarlara vurulan elanlar
-

Sual: Vitrina –sərgi reklamı (Çəki: 1)

- Kinojurnal sərgiləri
 - Topdan ticarətdə mal sərgiləri
 - Rəsm galereyası
 - Sanitar-gigiena mallarının sərgisi
 - İncəsənət myzeylərinin sərgiləri
-

Sual: Çap- reklamı hansı sahədə istifadə edilir? (Çəki: 1)

- Super-marketlərdə
 - Mədəniyyət mərkəzlərində
 - Kommersiya danışıqlarında ,işgüzar görüşlərdə
 - İdman yarışlarında
 - Ziyafət mərasimlərində
-

Sual: Reklam vasitələrinin təsnifatı- (Çəki: 1)

- Tətbiq olunma yerinə görə
 - Xasiyyətinə görə
 - Tətbiq olunma xarakterinə görə
 - Keyfiyyətinə görə
 - Kəmiyyətinə görə
-

Sual: Vitrinanın hansı ölçüləri götürülür? (Çəki: 1)

- İşıqlılıq dərəcəsi
 - Səliqə-səhmanı
 - Bər-bəzəyi
 - Ralaqlığı
 - Hündürlüyü, eni və dərinliyi
-

Sual: Reklam vasitələrinin təsnifatına nə daxildir? (Çəki: 1)

- Xüsusiyyət
 - Keyfiyyət
 - Tətbiq olunma yeri
 - Xarakter
 - kəmiyyət
-

Sual: Cib-cədvəl təqvim çap reklamı – (Çəki: 1)

- Xüsusi fotoşəkillər
 - Malın keyfiyyət nişanları
 - Təqvimlə yanaşı sifarişçinin simvolik cəhətləri
 - Mal qrupu və ya xidmətin reklamı
 - Bəzi syujetlər əks olunan kartlar
-

Sual: Texniki-reklam filmlərinin məqsədi- (Çəki: 1)

- Sənaye təyinatlı malların ,xammal və avadanlıqların təbliği
 - İstehlak mallarının xüsusiyyətlərini və xarakteri
 - Malın istehsal xüsusiyyətlərini
 - Mədəni maarifsiliyinin təbliği
 - Elmi-texniki yeniliklərin təbliği və nümayiş etdirilməsi
-

Sual: Çap reklamının istifadə olunduğu yer – (Çəki: 1)

- Super marketlərdə
 - Mədəniyyət mərkəzlərində
 - Kommersiya danışıqlarında ,işgüzar görüşlərdə
 - İdman yarışlarda
 - Ziyafət mərasimlərində
-

Sual: Texniki və nüfuz reklam filmlərinin istifadəsində – (Çəki: 1)

- Hər hansı bir məlumat radio vasitəsilə oxunması

- Televiziyada hər hansı bir sənədli püblisist verilişin verilməsi
 - Yarmarka və sərqilərdə, mətbuat konfraslarında, işquzar görüşlərdə, təqdimetmə mərasimlərində verilir
 - Kinoteatrlarda nümayiş etdirilir
 - Radiosuyjetlərin musiqi ilə müşayət edilməsi ilə oxunması
-

Sual: Reklam hədiyyə nəşri – (Çəki: 1)

- Bayramqabağı təbrikedici açıqçalar
 - Həftəlik informasiya buraxılışı
 - Televiziyada verilən elanlar
 - Radio-reklamı
 - dirəklərə vurulan məlumatlar
-

Sual: Hansı filmlər rekram diyircəklərinə aiddir? (Çəki: 1)

- Müddəti 15-sən-dən bir necə dəq-dək olan filmlər
 - Televiziyada nümayiş etdirilən filmlər
 - Elmi-publisist gurnallar
 - Təbiətlə əlaqələr qısametrajlı filmlər
 - Uşaqlar üçün verilən cizgi filmləri
-

Sual: Kopyüترلəşdirilmiş reklam vasitəsi (Çəki: 1)

- Telediyircəklər
 - Radio elanlarda mətnin oxunması
 - Komyüترلəş-ş məlumatların verilməsi
 - Alqı-satqı ilə əlaqədar elanlar
 - KİV-ile nəşr olunan elanlar
-

Sual: Adavari vitrinlərə hası aiddir? (Çəki: 1)

- Ticarət zalının bir hissəsində yerləşir
 - Kücələrdə qoyulmuş stollar
 - Mağazanın şüşəarxası vitrinləri
 - Mağazada qoyulmuş rəflər
 - Gəzdirilən arabaçıqlar
-

Sual: Birbaşa poçt reklamı vasitəsi- (Çəki: 1)

- bayramqabağı təbrike reklamı
 - radioda oxunan reklam-elanları
 - musiqi ilə müşayət olunan reklamlar
 - dirəklərə vurulan elanlar
 - poçtla xüsusi hazırlanmış reklam -məlumat məktubların göndərilməsi
-

Sual: Görünən surətin yaranmasına yönələn kreativ necə adlanır? (Çəki: 1)

- Dizayner kreativ
- Təsviri kreativ

- Yaradici
 - Psixoloji
 - Emosional
-

Sual: Reklam müraciətinin ideyasının formalaşmasında nə durur? (Çəki: 1)

- Motiv
 - Məqsədlər
 - gəlirlər
 - davranış
 - seqmetləşdirmə
-

Sual: İlk çap elanının mətni hansı məlumatı verir ? (Çəki: 1)

- mal – qara satışı
 - nigah elanı
 - dua kitabçasının satışı
 - cinəyatkərin axtarışı
 - heç biri
-

Sual: Avropada çap reklamını yaradan (Çəki: 1)

- Teof Rast
 - İ.Qultenberg
 - B.Franklin
 - T.Erikson
 - heç biri
-

Sual: Reklam məktubu nə ola bilər? (Çəki: 1)

- çap və mətbuat
 - mal və nüfuz
 - fərdi və tipli.
 - kommərsiya və qeyri kommərsiya
 - heç biri doğru deyil
-

Sual: Məlumat vərəqində nə yerləşir (Çəki: 1)

- firma nişanı
 - loqotip.
 - firma simvolikası atributu
 - adresatın atributu
 - heç biri doğru deyil
-

Sual: Press-Reliz nədir? (Çəki: 1)

- mətbuat rəhbərinə ünvanlaşmış məlumatverici məktub
- çoxlu mal və xidmət siyahısı olan broşura
- mətbuat nümayəndəsinə ünvanlaşmış reklam materialı
- mətbuat nümayəndələrinə ünvanlaşmış bukletlər

heç biri düzgün cavab deyil

Sual: CXR-də reklamdan ilk istifadə tarixi (Çəki: 1)

- 1930
 - 1945
 - 1950
 - 1978
 - 1990
-

BÖLMƏ: 03#03

Ad	03#03
Suallardan	15
Maksimal faiz	15
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Enerjiyə qənaət, ekologiya, xəstəliklərlə mübarizə və s. barəsində verilən reklamlar? (Çəki: 1)

- Ayrı-ayrı şəxslər
 - İstehlakçılar
 - Mütəxəssislər
 - Reklam şirkətləri
 - Hökumət tərəfindən
-

Sual: Məqsədli potensial alıcıların dəqiq təsvir olunması ? (Çəki: 1)

- Reklamın verilməsində
 - Reklam çarxının yığılmasında
 - Reklam gəlirlərinin hesablanmasında
 - reklam vasitələrindən istifadənin planlaşdırılmasında
 - Reklam şirkəti işçilərinin əmək haqqı hesabında
-

Sual: Qoyulduğu gündən bir ay sonra əhalinin reklamı görməsi faizi? (Çəki: 1)

- 45%
 - 52%
 - 73%
 - 89%
 - 92%
-

Sual: Maqazaya vurulan ad asilqanlarının əsas funksiyası ? (Çəki: 1)

- Maqaza sahibi haqqında məlumat
- Ticarət yerinin göstəricisi
- Təklif olunan mala diqqəti cəlb etmək

- Maqazanın tertibatını vermək
 - Reklam şirkəti haqqında məlumat
-

Sual: Nəqliyyat reklami ? (Çəki: 1)

- Nəqliyyatın gücü və tutumu haqqında
 - Nəqliyyatın üzərində vurulan hər hansı məlumat haqqında reklamlar
 - Nəqliyyatın aid olduğu nazirlik haqqında
 - Nəqliyyat müfəttişliyi haqqında
 - Nəqliyyatın istehsal müəssisələri haqqında
-

Sual: Azərbaycanda nəqliyyat reklami ilə məşğul olan şirkətlər ? (Çəki: 1)

- "art reklam"
 - "memar ss"
 - "art mmm"
 - "anteks-ko ltd"
 - "intellekt -servis"
-

Sual: Reklam vasitələrinin tərtib edilməsində qarşıya qoyulan məqsəd (Çəki: 1)

- Ticarət müəssisələrində istifadə olunan vasitələr
 - Bədii cəhətdən yaxşı tərtib edilmiş məqalələr
 - İstehlakçıların motivləşmə adətini nəzərə almaq
 - Texniki vasitələrdən istifadə olunma xarakteri
 - İstehsal olunan məhsulun keyfiyyəti
-

Sual: Hansı fəaliyyət slayd-reklamvasitəsinə aiddir? (Çəki: 1)

- Kino-teatrlarda filmlərin nümayişindən qabaq təqdim olunan jurnal
 - Kino-teatrlarda filmlərin nümayişindən qabaq təqdim olunan slayd
 - Radioda oxunan reklamlar
 - Bir və bir neçə ekranda proeksiyaların rəngli diapazonların avtomatik olaraq əvəz olunması
 - Kütləvi-informasiya vasitələrində gedən reklamlar
-

Sual: Vitrinanın ölçüləri- (Çəki: 1)

- 1m-dən-2metrədək
 - 2,5-3metrdən(hündürlüyü),eni 4-5m-dək
 - 6-7m-dək ,7-9m-dək
 - 9-10m-dək ,10-11m-dək
 - 10-12m-dək ,12 - 15m-dək
-

Sual: Reklam vasitələrini təsnifatı (Çəki: 1)

- İstehsal xüsusiyyətinə görə
- Keyfiyyətinə görə
- Texniki vasitələrdən istifadə xarakterinə görə
- İstehlak qabiliyyətinə görə

Xarakterinə görə

Sual: Reklamın televiziya vasitəsi ilə verilməsinin üstünlüyü (Çəki: 1)

- istehlakçı auditoriyasının genişliyi
 - onun operativliyi
 - reklamın qiymətinin (haqqının) ucuz olması
 - reklamın verilməsi imkanlarının yüksək olması
 - yuxarıda göstərilən bütün variantlar doğrudur
-

Sual: Radioreklamın əsas janrından biri necə adlanır? (Çəki: 1)

- Reklam dialoqu
 - Reklam qiymətləndirilməsi
 - Reklam miiraciati
 - Basorm
 - Blik faiq
-

Sual: Tələbatın hansı halında müəssisənin reklamdan istifadə etməsi effektiv deyildir (Çəki: 1)

- neqativ tələbatda
 - azalan tələbatda
 - mövsümü tələbatda
 - həddən artıq tələbatda
 - mövsümü tələbatda istehlakçılara çatdırılmasını tezləşdirməkdir
-

Sual: Avadanlıqların reklamında reklam yayımının hansı formasında istifadə etmək məqsəduyundur (Çəki: 1)

- televiziya
 - radio
 - reklam rolkləri
 - xüsusi bukletlər
 - qaçan sətirlər
-

Sual: İctimaiyyətlə əlaqənin məqsədi (Çəki: 1)

- məhsulu reklam etməkdir
 - məhsul haqqında istehlakçıya məlumat verməkdir
 - məhsulun mövqeləşdirilməsidir
 - məhsulun yayımını həyata keçirməkdir
 - xeyirxah münasibətlərin yaradılmasıdır
-

BÖLMƏ: 04#01

Ad	04#01
Suallardan	3
Maksimal faiz	3
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>

Sual: Reklam mətninin əyaniliyi (Çəki: 1)

- Elanların həcmindən
- Oxunan materialların dolğunluğundan
- Diktorun səsindən
- Verilişin təşkili və aparılmasından
- Mətnin ölçülərindən, başlıqların seçilməsindən, rənglərin işlənməsindən asılıdır

Sual: Reklam və informasiya Departamenti nə vaxt yaranmışdır?(Respublikamızda) (Çəki: 1)

- 1950-ci il 12 avqust
- 1997-ci il 24 noyabr
- 1988-ci il 20 fevral
- 1990-ci il 15 mart
- 2000-ci il 18 yanvar

Sual: Reklam mətnlərində istehlakçının diqəti (Çəki: 1)

- məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinə yönəldilir
- məhsulların nəqlənmə və saxlanma texnologiyasına yönəldilir
- məhsulun hazırlanması texnologiyasına yönəldilir
- məhsulun bazar mövqeyinə yönəldilir
- məqsəd bazarlarının seçilməsinə yönəldilir

BÖLMƏ: 04#02

Ad	04#02
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Yaxşı reklamın yaradılması qaydası (Çəki: 1)

- Mətnin tərtibatçılarının istedadı
- Reklam mətninin həqiqiliyi
- Reklam mətninin sərfəliliyi
- Veriləcək elanın müvəffəqiyyətliliyi
- Mövqenin müəyyən edilməsi qaydası

Sual: Reklam mətnlərin mənası (Çəki: 1)

- Məlumatlar vermək, inandırmaq, nəzərə çatdırmaq vasitəsidir

- Bayram qabağı t br k a ıq alarının mətni
 - Radioda diktor vasitəsilə oxunan mətn
 - K V- də nəsr olunmuş məqalələr
 -  stehsal müəssisələrinin təyinatı
-

Sual: Yaxşı reklamın yaradılması qaydalarından biri (  ki: 1)

- Mal markasının imici
 - Veriləcək elanın mətni
 - Oxunan elanın məzmunu
 - Reklamın dolğunluğu
 - Reklamın doğruluğu
-

Sual: Yaxşı reklamın alınması qaydalarından biri (  ki: 1)

- Həqiqi və əsl alıcılar
 - Malın keyfiyyəti
 - Malın miqdarı
 - Mal istehsalının g c 
 -  stehsalın səmərəliliyi
-

Sual: Reklam mətnini tərtib edənlərin m suliy ti (  ki: 1)

- Veriləcək hər bir elan r ngar nk olmalıdır
 - Radioda oxunan mətn maraqlı olmalıdır
 - Reklamın bəzəyi diqqəti cəlb etmelidir
 - Veriləcək hər bir elanın həqiqətə tam uyğunluğunu qabaqcadan görməli v  əmin olmalıdır
 - Kütləvi informasiya vasitələrindən nəsr olunan elanın m zmunlulu u
-

Sual: Reklam ıların prinsiplərindən biri- (  ki: 1)

-  m k myqavililirini təşkil etmək
 -  stehsal prosesini gedişinə təsir etmək
 - Mal haqqda alıcılarda müsbət fikir oyatmaqla onun m şhurlaşmasına çalışmaq
 -  ş prosesinin təşkili və təkmilləşdirilməsi
 -  m k m hskldarlı ının y ks ldirilm si
-

Sual: Reklam tekstlərinin tərtib edilməsində qarşıya qoyulan məqsəd- (  ki: 1)

- Ticarət m ssis l rind  istifadə olunan vasitələr
 - Bədi c h dd n yaxş tərtib olunmuş məqalələr
 -  stehlakcının motivləşmə adətini nəzərə almaq
 - Texniki vasitələrdən itsfad  olunma xarakteri
 -  stehsal olunan məhsulun keyfiyyəti
-

Sual: Reklam tekstlərinin yaxşı alınması qaydalarından biri- (  ki: 1)

- Mal markasının imici
- Veriləcək elanın mətni

- Oxunan elanın məzmunu
 - reklamın dolğunluğu
 - Reklamın doğruluğu
-

Sual: Reklam vasitələrinin effektivliyinin myəyyən edilməsi metodu- (Çəki: 1)

- Televiziya vasitəsilə baxış
 - Qəzetlərdə təbliğat
 - Verilmiş elanlar
 - təcrübə metodu
 - istehalın genişləndirilməsi
-

Sual: Reklamın aşağıda göstərilən yayım vasitələrindən hansı daha geniş auditoriyaya malikdir. (Çəki: 1)

- televiziya;
 - xüsusi nəşrlər
 - qazetlər
 - radio
 - broşuralar;
-

Sual: Reklam mətnlərində istehlakçının diqqəti: (Çəki: 1)

- məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinə yönəldilir
 - məhsulları nəqlənmə və saxlanma texnologiyasına yönəldilir
 - məhsulun hazırlanması texnologiyasına yönəldilir
 - məhsulun bazar mövqeyinə yönəldilir
 - məqsəd bazaların seçilməsinə yönəldilir
-

BÖLMƏ: 04#03

Ad	04#03
Suallardan	2
Maksimal faiz	2
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam mətnlərinin tərtib edilməsində qarşıya qoyulan məqsəd (Çəki: 1)

- Ticarət müəssisələrində istifadə olunan vasitələr
 - Bədii cəhətdən yaxşı tərtib edilmiş məqalələr
 - İstehlakçıların motivləşmə adətinin nəzərə almaq
 - Texniki vasitələrdən istifadə olunması
 - İstehsal olunan məhsulun keyfiyyəti
-

Sual: Reklamçıların prinsiplərindən biri- (Çəki: 1)

- istehsal prosesinin gedişinə təsir etmək

- əmək məhsuldarlığını yüksəltmək
- əmək müqavillələrini təşkil etmək
- iş prosesinin təşkili və təkmiləşdirilməsi
- mal haqda hay-küy salmaqla alıcıların diqqətini cəlb etmək

BÖLMƏ: 05#01

Ad	05#01
Suallardan	6
Maksimal faiz	6
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Kommunikasiya əlaqələrinin genişlənməsi mexanizmi- (Çəki: 1)

- Rabitə
- Nəqliyyat
- Mübadilə münasibətləri
- Reklam işinin təşkili
- İstehsalın təyinti

Sual: Reklam kommunikasiyasının mərkəzi elementlərindən biri hansıdır? (Çəki: 1)

- reklam müraciəti
- məzmun
- forma
- məlumatın stukturu
- yaradıcılıq prosesi

Sual: Aşağıdakı fəaliyyət növlərindən hansı marketinqin tətbiq sahəsinə aid deyildir (Çəki: 1)

- istehlakçının məhsula münasibəti
- istehsal və istehlak vasitələri istehsalı sahələri
- aqrar sahə
- maddi və qeyri maddi xidmət sahələri
- dövlətlərarası hərbi əməkdaşlıq

Sual: Marketinq kateqoriyası kimi tələbat aşağıdakılardan hansını əks etdirir (Çəki: 1)

- tələbi
- alıcının alıcılıq qabiliyyətini
- ödənilməsi spesifik forma alan ehtiyacı
- alıcının istəklərini
- istehlakçının məhsula münasibətini

Sual: Marketinq kateqoriyası kimi tələb aşağıdakılardan hansını əks etdirir (Çəki: 1)

- istehlakçının ehtiyacını
 - istehlakçının arzı və istəklərini
 - istehlakçının məhsula münasibətini
 - istehlakçının təbii (anadan gəlmə) və qazanılmış tələbatlarını
 - istehlakçının ödəniş qabiliyyətli tələbatını
-

Sual: Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketing fəaliyyətinə aid deyildir (Çəki: 1)

- marketing tədqiqatları
 - məhsulun qiymətinin müəyyənləşdirilməsi
 - məhsulun istehsal texnologiyası
 - məhsulların reklamı;
 - məhsulların qablaşdırılması
-

BÖLMƏ: 05#02

Ad	05#02
Suallardan	7
Maksimal faiz	7
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Marketing sisteminin kommunikasiyası (Çəki: 1)

- Keyfiyyətli məhsulun istehsalı
 - Reklam- satış himayə edilməsi
 - Mal dövriyyəsinin fəaliyyəti
 - İstehsal xilmətləri
 - Tələb və təklifin öyrənilməsi
-

Sual: Kommunikasiya əlaqələrinin genişlənməsi mexanizmi (Çəki: 1)

- Rabitə
 - Nəqliyyat
 - Müqavilə münasibətləri
 - Reklam işinin təşkili
 - İstehsalın təyinatı
-

Sual: Qeyri- verbal kommunikasiya vasitəsi (Çəki: 1)

- Radio- televiziya reklam ölçüləri
 - İstehsal prosesinin inkişafı
 - Əmtəə bazarının fəaliyyəti
 - Mal tədavülünün idarə olunması
 - Müəssisənin idarə olunma proqramı
-

Sual: Kommunikasiya siyasətində əsas vasitə (Çəki: 1)

- İqtisadi qanunauyğunluqlar
 - Müəssisənin fəaliyyət proqramı
 - Kütləvi informasiya vəsitələri (KİV)
 - Mağazaların təşkili
 - Bazarlarda satışın təşkili
-

Sual: Amerika marketing assosiasiyasının reklamın təyin edilməsini yadda qalmasında reklamın əsas əlaməti (Çəki: 1)

- biristiqamətli vasitəçilik müraciətin şəxsi xarakterli ödənişli olması
 - ödənişli , tək istiqamətli, müraciətin qeyri şəxsiliyi
 - ödənişli, bir çox obyektə yönəltmə, müraciətin şəxsi xarakteri, vasitəçilik
 - hamısına aiddir
 - heç biri
-

Sual: Konversiya marketinqi tələbatın hansı halında tətbiq edilir (Çəki: 1)

- tələbat azalmağa doğru meyl etdikdə
 - tələbat qeyri stabil oluqda
 - tələbatın həcmi həddən çox olduqda
 - tələbat irrasional olduqda
 - yuxarıdakı cavabların heç bir doğru deyildir
-

Sual: Aşağıda göstərilənlərdən hansı marketinqin təkmülünü tam əhatə edir (Çəki: 1)

- yalnız istehsalın və məhsulun təkmilləşdirilməsi
 - yalnız kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
 - yalnız istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketinq
 - istehsalın təkmilləşdirilməsi, məhsulun təkmilləşdirilməsi, kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi, istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketinq
 - məhsulun təkmilləşdirilməsi, kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi, istehlakçının marketinqi və sosial-etik marketinq;
-

BÖLMƏ: 05#03

Ad	05#03
Suallardan	13
Maksimal faiz	13
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: İstehlakçının və istehsalçının mənafeı hansı marketinq konsepsiyasında daha dolğun nəzərə alınır (Çəki: 1)

- istehsalın təkmilləşdirilməsi
- məhsulların təkmilləşdirilməsi
- kommersiya amillərinin intensivləşdirilməsi
- istehlakçının marketinqi

passiv marketinq

Sual: Marketinqin ətraf mühiti (Çəki: 1)

- müəssisənin istehsal- maliyyə fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemidir
 - ölkənin iqtisadi vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilər sistemidir
 - müəssisənin idarəetmə strukturudur
 - iqtisadi-sosial amillərdir
 - müəssisənin marketinq fəaliyyətinin təsir edən xarici subyekt və amillərin məcmuusudur
-

Sual: Aşağıda göstərilən metodlardan hansı marketinqə dair informasiyanın toplanmasında istifadə edilən metodlara aid deyildir: (Çəki: 1)

- müşahidə və sorğu metodları
 - eksperiment və fokus-qrup metodları
 - imitasiya metodu;
 - Delfi və fokus-qrup metodları
 - informasiyanın iqtisavdi təhlil metodu
-

Sual: Marketinq tədqiqatları (Çəki: 1)

- marketinq nəzəriyyəsi və praktikasının dərinədən öyrənilməsidir
 - bazar prosesləri və situasiyasının idarə edilməsi üzrə proqramların hazırlanması prosesidir
 - müəssisənin marketinq fəaliyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi prosesidir
 - marketinqin ətraf mühiti amillərini xarakterizə edən informasiyanın toplanması, sistemləşdirilməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi və marketinq fəaliyyətinə dair tövsiyələrin hazırlanması üzrə aparılan tədqiqat işləridir
 - müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması məqsədilə aparılan elmi-tədqiqat işləridir
-

Sual: Zondlaşdırma (kəşfiyyat) marketinq tədqiqatları hansı məqsədlə aparılır (Çəki: 1)

- qapalı rejimdə işləyən müəssisələrin fəaliyyəti haqqında informasiya toplanması və onun fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi
 - hökumətin iqtisadi inkişafa dair proqramlarının təhlili və onların müəssisənin marketinq fəaliyyətində nəzərə alınması;
 - marketinq fəaliyyətində olan problemlərin aşkar və həll edilməsi
 - öyrənilən hadisələr arasında səbəb-nəticə əlaqələrinin aşkar edilməsi
 - marketinq fəaliyyətində olan problemlərin aşkar edilməsi və tədqiqat metodologiyasının hazırlanması üçün informasiyanın toplanması
-

Sual: Marketinq tədqiqatlarının effektivliyi özünü nədə göstərir (Çəki: 1)

- müəssisənin marketinq bölməsinə ayrılmış maliyyə vəsaitlərinin məbləğinin artırılmasında
- müəssisənin rəqiblərə nisbətən məhsul istehsalına daha az material resursları sərf edilməsində
- müəssisənin məhsul satışının həcmi və bazar payının artmasında;

- rentabelik səviyyəsinin yüksəlməsində
 - müəssisənin qarşıya qoyduğu məqsədə (məqsədlərə) daha yüksək effektlə nail olmasında
-

Sual: Tələbatın tərəddüd etdiyi halda marketinqin hansı formasında istifadə etmək məqsədəuyğundur (Çəki: 1)

- konversiya marketinqi
 - təmərküzləşmiş marketinq
 - həvəsləndirici marketinq
 - demarketing
 - sinxromarketing
-

Sual: Marketing yanaşması baxımından bazar (Çəki: 1)

- mübadilə prosesidir
 - konkret regionun əhalisidir
 - konkret regionda yerləşən bütün müəssisələrin məcmusudur
 - oxşar tələbatları olan istehlakçıların məcmusudur
 - müəssisənin məhsuluna maraq göstərən istehlakçıların bir hissəsidir
-

Sual: Müəssisə bütün bazar segmentlərinə eyni qiymətlə yalnız bir növ məhsul təklif edir və onun reklamı bazarın bütün segmentlərinə yönəlmişdir. Bu halda müəssisənin bazarı ələ keçirməsi üçün hansı marketinq formasından istifadə etməsi məqsədəuyğundur (Çəki: 1)

- məhsullar marketinqi
 - sınaq marketinqi
 - təmərküzləşmiş marketinq
 - differensiallaşdırılmamış marketinq
 - birbaşa marketinq
-

Sual: Dövrü mətbuat və statistik nəşrlərin öyrənilməsi marketinq tədqiqatlarının hansı növünə aiddir (Çəki: 1)

- vaxtaşırı aparılan marketinq tədqiqatlarına
 - daima aparılan marketinq tədqiqatlarına
 - kabinet tədqiqatlarına
 - kabinetdən kənar tədqiqatlara
 - marketinq tədqiqatlarına aid deyildir
-

Sual: Sorğular və müşahidə marketinq tədqiqatlarının hansı növünə aiddir (Çəki: 1)

- vaxtaşırı aparılan marketinq tədqiqatlarına
 - daima aparılan marketinq tədqiqatlarına
 - kabinet tədqiqatlarına
 - kabinetdən kənar tədqiqatlara
 - marketinq tədqiqatlarına aid deyildir
-


Sual: Marketing informasiya sisteminin formalaşdırılmasında məqsəd (Çəki: 1)

- müəssisənin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və ona nəzarətin həyata keçirilməsi
- marketing fəaliyyətinə dair informasiyanın obyektivliyinin qiymətləndirilməsi
- marketing konsepsiyasının və onun funksiyalarının realizasiyası
- məlumat bazasının yaradılması
- marketing qərarlarının qəbul edilməsi üçün zəruri informasiya bazasının yaradılması

Sual: Marketingin informasiya sisteminin effektiv fəaliyyəti üçün aşağıdakıların olması zəruridir (Çəki: 1)

- mükəmməl idarəetmə strukturu
- mükəmməl idarəetmə strukturu və informasiyanın təhlili metodları
- informasiyanın təhlili metodları
- mükəmməl nəzarət və planlaşdırma sistemi
- informasiyanın toplanması və işlənməsi sahəsində təcrübəsi olan mütəxəssislər, zəruri avadanlıq və təlimatlar

BÖLMƏ: 06#01

Ad	06#01
Suallardan	3
Maksimal faiz	3
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklamın əsas cəhəti (Çəki: 1)

- Mal artımı istehsalı
- Sürətlilik
- Sabitlik
- Fəallıq
- İdeyalılıq

Sual: “ Qazetta” sözü əks etdirir (Çəki: 1)


- 19- cu əsrdə ABŞ- da çıxan ilk həftəlik reklam qəzeti
- Qədim Romanın orta əsr və sonrakı dövrü poçt müəllifləri
- İngiltərədə 1815 – ci ildə B.Fosterin yaratdığı çap maşını
- 16 əsrdə ilk kiçik Venesiya qəzeti
- heç biri

Sual: Qlobal reklam (Çəki: 1)

- Bir məhsulun çoxlu ölkədə satışına yönələn reklamdır
- Məhsulun uzun bir dövr ərzində (bir ildən çox müddətə) , reklam üçün nəzərdə tutulan reklam
- İctimai dəyərlərin təqdimatı üçün istiqamətlənmiş reklam
- heç biri

hamısına aiddir

BÖLMƏ: 06#02

Ad	06#02
Suallardan	11
Maksimal faiz	11
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Marketing fəaliyyətinə əsaslanan reklamın rolu (Çəki: 1)

- Marketingin xidmət fəaliyyətinə nəzarət edir
- Malların hərəkəti və satışını sürətləndirir
- Mal istehsalına təsir edir
- Əmtəə birjalarına nəzarət edir
- Bazar fəaliyyətinə müdaxilə edir

Sual: Reklam tekstinin tərtib edənlərinin məsuliyyəti (Çəki: 1)

- Veriləcək hər bir elan rəngarəng olmalıdır
- Radioda oxunan hər bir mətn maraqlı olmalıdır
- Reklamın bəzəyi diqqət cəlb etməlidir
- Veriləcək bir elanın həqiqətə tam uyğunluğunu qabaqcadan görməli və əmin olmalıdır
- KİV- də nəşr olunan məzmunluğu

Sual: Reklamın ən səmərəli vasitəsi (Çəki: 1)

- Dövri mətbuat
- Bazar carçıları
- Malın keyfiyyəti
- İstehsalın xüsusiyyətləri
- Sabit qiymətlər

Sual: Reklam mətnlərinin mənası (Çəki: 1)

- Məlumatlar vermək, inandırmaq, nəzərə çatdırmaq vasitəsidir
- Bayramqabağı təbrik açıqçalarının mətni
- Radioda diktör vasitəsilə oxunan elanlar
- KİV- də nəşr olunmuş məlumatlar
- İstehsal müəssisələrinin məqsədi

Sual: Reklam tekstlərinin tərtib edilməsində qarşıya qoyulan məqsəd – (Çəki: 1)

- Ticarət müəssisəsində istifadə olunan vasitələr
- Bədi cəhəddən yaxşı tərtib edilmiş məqalələr
- İstehlakçıların motivləşmə adətini nəzərə almaq

- Texniki vasitələrdən istifadə olunma xarakteri
 - İstehsal olunan məhsulun keyfiyyəti
-

Sual: Reklam tekstinin əyaniliyi (Çəki: 1)

- Elanların həcmindən
 - Oxunan materialların məzmunun və dolğunlulugundan
 - Diktorun səsindən
 - Verilişin təşkilindən
 - Tekstin ölçülərindən başlıqların secilməsindən ,rənglərin işlənməsindən asılıdır
-

Sual: Yaxşı reklamın yaradılması qaydalarından biri – (Çəki: 1)

- böyük ümüd
 - müvəffəqiyyətlilik
 - keyfilətlilik
 - səmərəlilik
 - elanların məzmunluğu
-

Sual: Reklam tekslərini mənası – (Çəki: 1)

- Məlumatı vermək, inandırmaq ,nəzərə çatdırmaq vasitəsidir
 - Bayramqabağı təbrik acıqçaların mətni
 - İstehsal müəssisələrinin məqsədi
 - KİV-də nəşr olunmuş məlumatlar
 - İstehsal müəssisələrinin məqsədi
-

Sual: Yaxşı reklam olunması qaydalarından biri- (Çəki: 1)

- Böyük ideya
 - Myvəffəqiyyətlilik
 - Səmərəlilik
 - Keyfiyyətlilik
 - Məzmunluluq
-

Sual: Marketing kommunikasiya sisteminin ünsürləri: (Çəki: 1)

- mallar, xidmətlər, ideyalar
 - reklam, direkt-marketing, seylz-promouşn, brendinq, pablik-rileysnz
 - istehsalçı, istehlakçı, əmtəə
 - bazar agentliklər. kompaniyalar
 - təlabat, tədarük. sifariş
-

Sual: Marketing va reklam planlarının əsas cəhəti: (Çəki: 1)

- təhlil etmək, göstəriş vermək
 - əlaqə yaratmaq, seçmək
 - malların, xidmətlərin hesabatını aparmaq
 - məlumatın konsepsiyası, ictimai qrup KİV, reklam ideyasi
 - əhatə dairəsi. auditoriya, alıcı kütləsi
-

BÖLMƏ: 06#03

Ad	06#03
Suallardan	7
Maksimal faiz	7
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklama mətninin əyaniliyi (Çəki: 1)

- Elanların həcmindən
- Oxunan materialların dolğunluğundan
- Diktorun səsindən
- Aparılan verilişin təşkilindən, təkmilləşdirilməsindən
- Mətnin ölçülərindən, başlıqların seçilməsindən, rənglərin işlənməsindən asılıdır

Sual: Çap reklamı materialları qrupu (Çəki: 1)

- Dirəklərə vurulan elanlar
- Reklam- kataloq nəşri
- İnformasiya
- Radio- televiziya elanları
- Bazarda hay- küyçü carçılar

Sual: Reklam vasitələri hansı xüsusiyyətinə görə təsnifləşdirilir? (Çəki: 1)

- Keyfiyyətinə görə
- Kəmiyyətinə görə
- İstedadına görə
- Xarakterinə görə
- Təyinatına görə

Sual: Çap reklamının nəşrinin növü- (Çəki: 1)

- Reklam -kataloq nəşri
- dərgi (jurnal)nəşri
- qəzet nəşri
- kitabça nəşri
- kalendar-bloknot nəşri

Sual: Ərzaq məhsullarının reklam olunması üsulu- (Çəki: 1)

- Dekorasiya
- Demoblizasiya
- Demonstrasiya
- Dezinfeksiya
- Dequstasiya

Sual: Yeni məhsulun hazırlanmasına hansı mərhələdən başlanılır (Çəki: 1)

- məhsulun eskizlərinin və çertyojlarının hazırlanmasından
 - məhsulun sınaq nümunələrinin hazırlanmasından
 - məhsulun yaradılmasına dair ideyanın verilməsindən
 - istehsal güclərinin mövcudluğunun təhlilindən
 - məhsulun istehsal üçün zəruri olan material resurslarının əldə edilməsi imkanlarının təhlilindən
-

Sual: Məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi əsasında onun modifikasiyası hansı halda məqsədəuyğundur (Çəki: 1)

- məhsulun keyfiyyətini yüksəltməyə imkan verən texnika və texnologiya mövcud olduğu halda
 - elmi-tədqiqat və konstruktor-layihələrinin həyata keçirilməsi üçün resurslar mövcud olduğu halda
 - bu işin həyata keçirilməsi üçün daha ucuz və keyfiyyətli material resurslarının mövcud olduğu halda
 - məhsulun modifikasiyası əlavə xərclər və resurslar tələb etmədiyi halda)
 - keyfiyyət parametrinin yüksəldilməsini istehlakçı mütərəqqi dəyişiklik kimi qəbul etdiyi halda
-

BÖLMƏ: 07#01

Ad	07#01
Suallardan	8
Maksimal faiz	8
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam vasitələrinin psixoloji təsirinin təyinatı (Çəki: 1)

- İstehlakçıdan öyrənmək
 - Qəzet və jurnallarda sorğu aparmaq
 - Mal keyfiyyəti haqda informasiya
 - İstehsal müəssisələrində tədqiqat aparmaq
 - Şəxsi təcrübə
-

Sual: Yaxşı qurulmuş reklamın təsiri- (Çəki: 1)

- bazar siyasətini tənzimləyir
 - müəssisə üçün mənfəəti artırmağa zəmin yaradır
 - əmək birjalarında fəaliyyət göstərir
 - pul tədavülündə rol olur
 - əmtəə istehsalına təsir göstərir
-

Sual: Reklam tekstlərinin mənası (Çəki: 1)

- Məlumatlar vermək ,inandırmaq,nəzərə catdırmaq vasitəsidir
 - Bayramabağı təbrikin acıq mətni
 - Radioda diktor vasitəsilə oxunan mətn
 - Kütləvi informasiya vasitələrində nəşr olunmuş məlumatlar
 - İstehsal myəssələrinin istesalı
-

Sual: Reklamın məqsədli auditoriya üzrə təsnifatı (Çəki: 1)

- satıcı reklamı, marker reklamı, bazar reklamı
 - istehlakçı reklamı, isgüzar reklamı, distributer reklamı, ticarət reklamı
 - xarici, regional, yerli reklamlar
 - mal reklamları, qeyri-mal reklamlr, bitgi mənşəli va s
 - kücə reklamlrı, radio-televiziya, cap reklamı
-

Sual: Reklamın iqtisadiyyata təsir formaları (Çəki: 1)

- istehsal ilə istehlak arasında əlaqə yaratmaq, istehsalçı ilə istehlakçı arasında dialoq vasitəsi, malların istehsalını təkmilləşdirməyə yönəldir, bazarda rəqabət yaradır, sahibkarlığı inkisaf etdirir, istehlakçıların şüurununu formalasdırır, zövqü inkisaf etdirir
 - istehsalın həcmi sabit saxlayır, istehlakçıları başqa mal alışına istiqamətləndirir, rəqabəti aradan götürür
 - istehsal olunmuş mallar özü-özünü reallaşdırır, alıcı hərəkəti öz axarınca gedir, əlavə dəyər yaradır, məhsulların qiymətini aşağı salır
 - bazarda mal ehtiyatları coxalır, təklif tələbi üstələyir, əhalinin əlində daha çox pul vəsaiti toplanmır
 - sahibkarlığı inkisaf etdirir. istehlakçıların şüurununu formalaşdırır zövqü inkişaf etdirir, təklif tələbi üstələyir
-

Sual: Stimullaşdırmanın mahiyyəti: (Çəki: 1)

- istehsala təsir göstərir, tədarükü artır
 - alıcıları həvəsləndirir. Xərclərə qənaət edir
 - müəssisənin imicini qaldırmaq. əlaqələri möhkəmləndirmək
 - rəqiblə mübarizə aparmaq. coxlu miqdarda mal toplamaq
 - KIV-ni inkisaf etdirmək, reytingi saxlamaq
-

Sual: Stimullaşdırma metodunun növləri: (Çəki: 1)

- mühafizəedici, mudaxiləedici
 - hifzedici, xilasedici
 - cəlbəedici. Nümayişetmə
 - qiymətlərin aşağı salınması
 - rəqabətin aparılması
-

Sual: Reklamı satışın həvəsləndirilməsində fərqləndirən cəhət (Çəki: 1)

- satışın həvəsləndirilməsində reklamın məqsədi təklifin alınması
- satışın həvəsləndirilməsində fərqli olaraq reklamda müəyyən haqqın tələb olunmaması

- satışın havaslandırılmasından fərqli olaraq reklam pulsuz hayata keçirilir
- satışın həvəsləndirilməsində fərqli olaraq reklamın məqsədi tələbin toplanması
- satışın həvəsləndirilməsindən fərqli olaraq reklam yalnız istehlak vasitələri inkişafı

BÖLMƏ: 07#02

Ad	07#02
Suallardan	10
Maksimal faiz	10
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Reklamın istehlakçılarla istehsalçılar arasında rolu (Çəki: 1)

- Tanışlığın yaranması
- Danışqların təşkil edicisi
- Müqavilələrin bağlanması
- Münasibətlərin möhkəmlənməsi
- Ünsiyyətin yaranması

Sual: Reklam vasitəsinin psixoloji təsirinin nə dərəcədə effektiv olmasının təyini (Çəki: 1)

- İstehlakçıdan öyrənmək
- Qəzet və jurnallarda sorğu aparmaq
- İstehsal münasibətlərində tədqiqat aparmaq
- Hər bir fərdin rəyi
- Şəxsi təcrübə

Sual: Reklamın ideyalılığı nədədir? (Çəki: 1)

- Onun tərbiyəvi əhəmiyyət kəsb etməsi
- Onun fəaliyyət proqramına təsiri
- Onun istehsala təsiri
- Mal tədavülünə müdaxiləsi
- Bazar münasibətlərinin tənzimlənməsi

Sual: Reklamın iştirakçılara psixoloji təsirinin təyini- (Çəki: 1)

- Televiziya baxışını təşkil etmək
- Nümayişlərdə iştirak etmək
- Təcrübə aparmaq və sorğu keçirmək
- İclaslar təşkili etmək
- İdman yarışları təşkil etmək

Sual: Reklam vasitələrinin psixoloji təsirinin təyin olunması metodu- (Çəki: 1)

- İstehlaksıdan öyrənmək
 - Qəzet və jurnallarda sorğu aparmaq
 - İstehsal myəssisələrində tədqiqat aparmaq
 - Hər bir fərdin rəyi
 - Şəxsi təcrübə
-

Sual: Reklam diyircəyinin məqsədi – (Çəki: 1)

- İstehlak mallarının keyfiyyətini
 - İstehsal olunan malın miqdarını
 - Əhaliyə istehlak mallarını vaxidmətini göstərmək
 - Mədəni-maarifciliyin təbliği
 - Elmi-kütləvi yeniliklərin göstərilməsi
-

Sual: İstehsalçı üçün aşağıdakılardan hansı kontakt auditoriyasıdır (Çəki: 1)

- məhsulgöndərənlər
 - müştərilər
 - rəqiblər
 - vasitəçilər
 - KİV-lər
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı pərakəndə ticarətin təsnifat əlaməti deyil? (Çəki: 1)

- qiymətə nisbi münasibət
 - təklif edilən əmətə çeşidi
 - göstərilən əlavə xidmətlər
 - mənsubiyyət və təmərəküzləşmənin müxtəlifliyi
 - ticarət xidmətinin xarakteri
-

Sual: Kommersiya fəaliyyətində broker hansı formalardır? (Çəki: 1)

- uzun müddətə alıcı ilə satıcının əlaqəsini yaradan firmalardır
 - birjada alıcı ilə satıcı əsasında əmtəə satışı, alışı, dəyişdirilməsi üzrə ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsində vasitəçi rolunu yerinə yetirir
 - qısa müddətli əlaqələri yaradan, malı alıb özünüküləşdirməyən firmalardır
 - anbarı olan, ticarət şəbəkəsi olan iri kompaniyalardır
 - uzun müddət əlaqə yaradan anbarı olan vasitəçilərdir
-

Sual: Pərakəndə ticarəti təmərəküzləşmə formasına aid deyil? (Çəki: 1)

- regional ticarət mərkəzləri
 - mərkəzi işgüzar rayon
 - imtiyaz saxlayan təşkilatların birləşməsi
 - rayon ticarət mərkəzləri
 - mikrorayon ticarət mərkəzləri
-

BÖLMƏ: 07#03

Suallardan	7
Maksimal faiz	7
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklamın doğruluğu nədir? (Çəki: 1)

- Müəssisə üçün mənfəəti artırmağa istiqaməti
- İstehlakçıya malın həcmi, satıldığı yer, göstərilən xidməti, keyfiyyəti haqqda məlumat verilməsi
- Mal tədavülünə təsir etməsi
- Bazar münasibətlərinin tənzimlənməsi və sabitləşdirilməsi
- Əmtəə-bazar münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi

Sual: İstehlakçılara prixolji təsir etmək üçün hansından istifadə etmək lazımdır? (Çəki: 1)

- Televiziya baxışını təşkil etmək
- Nümayişlərdə iştirak etmək
- Təcrübə aparmaq və sorğu keçirmək
- İşlaslar təşkil etmək
- İdman yarışları təşkil etmək

Sual: Xatirladıcı reklamlardan ən çox məhsulun hayat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir (Çəki: 1)

- stabillik (yetkinlik) mərhələsində
- dirçəliş. mərhələsində
- inkisaf (artım) mərhələsində
- bazara çıxarma mərhələsində
- böhran mərhələsində:

Sual: Nasihatverici reklamlardan ən çox məhsulun hayat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir (Çəki: 1)

- böhran mərhələsində
- stabillik (yetkinlik) mərhələsində
- dirçəliş mərhələsində
- inkisaf (artım) mərhələsində
- bazara çıxarma mərhələsində

Sual: Reklamın unvansız (qeyri saxsi) olması (Çəki: 1)

- A) onu həyata keçirən müəssisənin imicinin yüksək olmamasını göstərir
- B) onu həyata keçirən müəssisənin adının məlum olmasını göstərir
- onu həyata keçirən müəssisənin poçt ünvanının məlum olmadığını göstərir
- onu hazırlayan və həyata keçirən reklam firmasının məlum olmamasını
- bir təkliflə geniş istehlakçı auditoriyasına müraciət edilmasını göstərir

Sual: KiV-in planlaşdırılmasıVa secilməsində məqsəd və istiqamətləri (Çəki: 1)

- iimumi bazanın ölçüsü və onların bazarada rolu
- tadarukun xüsusiyyəti. məsrəf və mənfəət
- tadarukun təcrübəsi və metodu
- mümkün əlçətinin identifikasiyası
- amtaaların xarakteri də daxil olmaqla hamısı

Sual: Planın efirə seçilməsi tələbləri (Çəki: 1)

- A) hansı sponsor növünün (çəki, ödəmə və s.) müəyyənləşdirilməsi
- B) əhatə və tezlik dairəsi
- reklamın translyasiya vaxtının müəyyənləşdirilməsi
- verilənlərin proqramlar yoxsa proqramlararası yığılması şərti
- yuxarıda yazılanların hamısı

BÖLMƏ: 08#01

Ad	08#01
Suallardan	4
Maksimal faiz	4
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Azərbaycan Respublikası Dünya Reklam təşkilatına nə vaxt üzv qəbul olunub? (Çəki: 1)

- 1960-cı il may
- 1975-ci il sentyabr
- 1996-cı ilin noyabrında
- 2001-ci il yanvar
- 1985-ci il avqust

Sual: Reklam verən – bu hüquqverən və ya fiziki şəxsdir (Çəki: 1)

- Reklam istehsalçılarının maliyyələşdirən tərəfidir
- reklamın istehsalı və yerləşdirilməsi üçün reklam informasiya mənbəyidir
- həm maliyyələşdirmə, həm də informasiya mənbəyidir
- heç biri doğru deyil
- hamısına aiddir

Sual: Məqsədli auditoriya – bu (Çəki: 1)

- Reklam kampaniyasının hazırlanmasında və həyata keçirilməsində iştirak edən reklam agentliyi işçilərinin cəmiyyəti
- Reklam məhsuluna potensial və faktiki istehlakçılardır
- Reklam kampaniyasının yönəldiyi əhali qrupudur

- Reklamlaşdıran əmtənin faktiki və potensial alıcılarıdır
 - hamısına aiddir
-

Sual: informasiya xarakterli reklamlardan ən çox məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir (Çəki: 1)

- böhran mərhələsində
 - dirçəliş mərhələsində
 - inkişaf (artım) mərhələsində
 - sabillik (yetkinlik) mərhələsində
 - bazara çıxarma mərhələsində
-

BÖLMƏ: 08#02

Ad	08#02
Suallardan	9
Maksimal faiz	9
Sualları qarışdırmaq	<input type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Biznes fəaliyyətinə reklamın təsiri (Çəki: 1)

- İstehsalın artırılmasına səbəb olur
 - Malın keyfiyyətinə təsir göstərir
 - satışın təşkilinə
 - Ehtiyacın ödənilməsinə
 - Tələbatın artırılmasına
-

Sual: Reklamın müəssisə üçün xidməti (Çəki: 1)

- Strateji planlaşmanın həyata keçirilməsi
 - İstehsalçılarla istehlakçıların arasında əlaqənin yaranması
 - Müəssisənin imicini artırmaq, onu məşhurlaşdırmaq, bazara sahib çıxmaqdır
 - İstehsalın bazara istiqamətlənməsi
 - Məhsul istehsalının məhdudlaşdırılması
-

Sual: Biznesin fəaliyyətində reklamın rolu, təsiri (Çəki: 1)

- İstehsalın artırılmasına
 - Malın keyfiyyətinə
 - Tələbatın artırılmasına
 - Ehtiyacın ödənilməsinə
 - Yüksək gəlir əldə etməyə imkan verir
-

Sual: XIX əsrin ortalarından Azərbaycanda reklamın inkişafına nə təsir göstərmişdir? (Çəki: 1)

- İstehlakçılara lazımı məlumatların vaxtında çatdırılması

- Səhmdar cəmiyyətlərinin yaradılması
 - Respublikalarda sahibkarlığın və biznesin genişlənməsi
 - Sənaye sahələrinin inkişaf etdirilməsi, yarmarka və birjaların təşkili
 - İstehlakçılara mal və xidmət haqqında məlumatın verilməsi
-

Sual: Reklam sifarişçisinin funksiyası (Çəki: 1)

- Mal tədavülünün artırılması
 - Reklam obyektlərinin müəyyən edilməsi
 - Xidməti işlərin təşkili
 - Əmtəələrin keyfiyyətinin yaxşılaşması
 - Əmtəə- pul münasibətlərinin təşkili
-

Sual: Reklam sifarişçisinin funksiyaları (Çəki: 1)

- Reklamaya sərf edilən vəsaitin planlaşdırılması
 - satış siyasəti
 - Pul-kredit siyasəti
 - Mədəni-maarif fəaliyyəti
 - Kütləvi informasiya vasitəsinə baxış
-

Sual: Müasir dövrdə hansı tədbir reklamı aktivləşdirə bilər? (Çəki: 1)

- İstehsal prosesinin genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi
 - Əmək məhsuldarlığının artırılması
 - İstehsal prosesinin tənzimlənməsi
 - Məhsul istehsalının artırılması
 - Bugün və perspektivdə reklam edilməsi tələb olunan malları aşkar etmək
-

Sual: Reklam biznesinin mahiyyəti: (Çəki: 1)

- məlumatların yayılması, verilməsi əməliyyatları
 - mənfəət götürmək məqsədi
 - alıcıları hərəkətə gətirmək
 - istehlakçılarda fikir oyatmaq
 - istifadə olunan məlumatların alınması və ya sifarişi ilə əlaqədar isgiüzar
-

Sual: Reklam biznesinin əlaqədar ünsürləri: (Çəki: 1)

- istehsalçılar, istehlakçılar
 - vasitəçilər, markerlər
 - bir qrup təşkilatlar
 - marketoloqlar. menecerlər
 - reklam kampaniyaları, reklam agentlikləri, kütləvi informasiya vasitələri, tadarükcülər
-

BÖLMƏ: 08#03

Ad

08#03

Suallardan

1

Maksimal faiz	1
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində reklamın aktivləşdirilməsi üçün kecirilən tədbirlərdən biri (Çəki: 1)

- Əmək məhsuldarlığının artırılması
- Reklam üçün yükesək tərtib edilmiş və vahid şəkllə salınmış reklam qərarlarının qəbul edilməsi
- İstehsal prosesinin tənzimlənməsi
- Məhsul istehsalının artırılması
- Məhsul buraxılışının planlaşdırılması

BÖLMƏ: 09#02

Ad	09#02
Suallardan	5
Maksimal faiz	5
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	2 %

Sual: Reklam vasitəsinə sifariş verənin funksiyası (Çəki: 1)

- Reklam obyektinin müəyyən edilməsi
- İstehsal olunan malın keyfiyyətinin təyini
- İstehlakçının tələbatının ödənilməsi
- Mağazanın təşkil olunması
- Satış xidmətinin keyfiyyəti

Sual: Reklam vasitələrinin effektivliyinin müəyyən edilməsi metodlarından biri (Çəki: 1)

- Televiziya vasitəsilə baxış
- Qəzetlərdə təbliğat
- Verilmiş elanlar
- Təcrübə metodu
- İstehsalın genişləndirilməsi

Sual: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində reklamın əsas cəhəti: (Çəki: 1)

- Durğunluq
- Sabitlik
- Mütərəqqilik
- Doğruluq
- Fəallıq

Sual: Reklam –kataloq nəşri nəyi reklam edir? (Çəki: 1)

- Sarayda verilən müğənnilərin konsertini
 - Bazarlarda satılacaq malları
 - Dəqiq mal qrupunu, məhsulu və ya xidməti
 - Festivalda nümayiş etdirilən filmləri
 - Muzey eksponatları sərçisini
-

Sual: Keyfiyyət barədə alıcının iradı hansı qaydada ödənilir? (Çəki: 1)

- Çatışmayan miqdarda əmtənin göndərilməsi və qiymətin aşağı salınması ilə
 - Çatışmayan əmtəə üçün ödənilmiş pulun bir hissəsinin geri qaytarılması vasitəsilə
 - Əmtənin qiymətinin artırılması ilə
 - qüsurların aradan qaldırılması və ya əmtənin qiymətinin aşağı salınması ilə
 - Çatışmayan miqdarda əmtənin göndərilməsi yaxud ödənilmiş pulun geri qaytarılması vasitəsilə
-

BÖLMƏ: 09#03

Ad	09#03
Suallardan	2
Maksimal faiz	2
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Mağazanın tərtib olunması tezliyi şərti (Çəki: 1)

- Mağazanın xarici görünüşü
 - Vitrina tərtib edilən zaman onun yerləşdirilməsi nəzərə alınır
 - Mağazada sanitariya-gigiyenik nəzarət
 - Vitrinlərin görünüşü, quruluşu
 - Mağaza rəflərinin səliqəliyi
-

Sual: Reklam tekstini tərtib edənlərin məsuliyyətləri- (Çəki: 1)

- Veriləcək hər bir elan rəngarəng olmalıdır
 - Radioda oxunan mətnin məzmunluluğa
 - Reklamın bər-bəzəyi diqqət cəlb etməlidir
 - Veriləcək hər bir elanın həqiqətə tam uyğunluğunu qabacadan görməli və əmin olmalıdır
 - Kütləvi informasiya vasitələrində nəşr olunan elanın məzmunluluğu
-

BÖLMƏ: 10#01

Ad	10#01
Suallardan	3

Maksimal faiz	3
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: İlk dəfə reklamdan harada istifadə edilmişdir? (Çəki: 1)

- İngiltərədə
- Fransada
- Eramızdan əvvəl qədim Misirdə
- Şimali Amerikada
- Çar Rusiyasında

Sual: İlk dəfə reklamdan harada istifadə olunub? (Çəki: 1)

- Şimali Amerikada malların satılmasında
- Qədim Misirdə qulların olunub- satılmasında
- İngiltərədə çay istehsalında
- Fransada əmtəə birjalarında
- Çar Rusiyada yarmarkalarda

Sual: İlk çap elanları nə vaxt harada yaranmışdır? (Çəki: 1)

- 1725-ci ildə Şimali Amrikada
- 1473-ci ildə İngiltərədə
- XVIII əsrin ortalarında Almaniyada
- 1787-ci ildə Frasada
- 1920-ci ildə Rusiyada

BÖLMƏ: 10#02

Ad	10#02
Suallardan	4
Maksimal faiz	4
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Azərbaycan Respublikası Reklam və İnformasiya Departamenti nə vaxt yaranmışdır? (Çəki: 1)

- 2004- cü il, 1yanvar
- 1997- ci il, 24 yanvar
- 1985- ci il, 03 avqust
- 1960- cı il, fevral
- 1956- cı il, noyabr

Sual: Azərbaycan Respublikası Dünya Reklam Təşkilatına nə vaxt üzv olmuşdur? (Çəki: 1)

- 2004- cü il, yanvar
- 1965- ci il, mart
- 1983- cü il, may
- 2003- cü il, fevral
- 1996- ci il, oktyabr

Sual: Reklamın ilk forması hansı ölkədən gəlmişdir? (Çəki: 1)

- Almaniya
- Hindistan
- Amerika
- Fransa
- Rusiya

Sual: İlk çap elanları nə vaxt harada çıxmışdır ? (Çəki: 1)

- 1725-ci ildə Rusiyada çıxmışdır
- 1817-ci ildə Fransada çıxmışdır
- 1611-ci ildə amerikada çıxmışdır
- 1970-ci ildə Misirdə çıxmışdır
- 1473-cü ildə İngiltərədə çıxmışdır

BÖLMƏ: 10#03

Ad	10#03
Suallardan	2
Maksimal faiz	2
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: İlk reklam qəzeti neçəndi ildə və harada nəşr olunmuşdur ? (Çəki: 1)

- 1872-ci ildə Almaniyanın « Ziyalılar vərəqə»sində
- 1360-cı ildə Amerikanın «Nişanlar»qəzetində
- 1631-ci ildə Parijdə «qəzet de Frasa
- 1920-ci ildə Rusiyanın «Larya» qəzetində
- 1548-ci ildə Berlində «Ümümi alman nişanlarında»

Sual: Qəzet səhifəsinin yuxarısında yerləşdirilən reklam lenti necə adlanır? (Çəki: 1)

- Kauk
- Boks
- Bilbord
- Bull-mark
- Docer

BÖLMƏ: 11#02

Ad	11#02
Suallardan	9
Maksimal faiz	9
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam proqramının əsasının təşkili (Çəki: 1)

- Biznes proqramının hazırlanması
- Bazar münasibətlərinin təşkili
- Marketing fəaliyyətinin təşkili
- Reklam fəaliyyətinin təşkili
- İstehsalın təkmilləşdirilməsi

Sual: Azərbaycan SSR- in keçmiş SSRİ- də reklam agentliyi hansı Nazirliyin nəzdində fəaliyyət göstərirdi? (Çəki: 1)

- Respublika Maarif Nazirliyinin
- Aqrar- sənaye komitəsində
- Respublika Ticarət Nazirliyinin tabeliyində
- Kənd Təsərrüfatı Nazirliyində
- Mədəniyyət Nazirliyinin nəzdində

Sual: Azərbaycan Respublikası nə vaxt dünya reklam təşkilatına üzv qəbul olunmuşdur? (Çəki: 1)

- 2003- cü il, avqust
- 1957- ci il, iyun
- 1985- ci il, yanvar
- 1996- cı il, noyabr
- 2004- cü il, yanvar

Sual: Reklam haqqında qanun Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən nə vaxt qəbul olunmuşdur? (Çəki: 1)

- 2000- ci il, mayında
- 1985- ci il, sentyabr
- 1970- ci il, may
- 1990- cı il, iyun
- 1997- ci il, oktabr

Sual: Reklam proqramının əsasının təşkili (Çəki: 1)

- Reklam agentliklərinin fəaliyyəti
- Bazar münasibətlərinin təşkili
- Marketing fəaliyyətinin təşkili

- Reklam fəaliyyətinin təşkili
 Biznes programının təşkili
-

Sual: Reklam agentliklərinə müraciət edən sifarişçilərin vəzifəsi (Çəki: 1)

- İstehsal münasibətlərinin təşkili
 Əmtəə birjasına nəzarət
 Əmək məhsuldarlığının artırılması
 Mal satışının genişləndirilməsi
 İstehsal xərcinin aşağı salınması
-

Sual: Müasir iqtisadiyyatda reklamın əsas cəhətləri (Çəki: 1)

- Məlumatsızlıq
 Aktivlik
 Konkretlilik
 Yalan informasiya vermək
 Sabitlik
-

Sual: Rusiyada XI əsrdə reklamın tarixi prototipi hansı hesab olunur ? (Çəki: 1)

- Rayok
 Cubok
 Qroffiti
 Ambus
 heç biri
-

Sual: Parisdə sərgidə 1925-ci ildə reklam dövrünə görə gümüş medalı kim almışdır ? (Çəki: 1)

- A.M.Rodrenko
 V.V.Mayakovski
 A.M.Rodrenko , V.V.Mayakovski
 B.Rindin
 heç biri
-

BÖLMƏ: 11#03

Ad	11#03
Suallardan	1
Maksimal faiz	1
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklamın ən səmərəli vasitəsi (Çəki: 1)

- Dövri mətbuat
 Bazar satıcıları

- Malın keyfiyyəti
- İstehsal xüsusiyyətləri
- Sabit qiymətlər

BÖLMƏ: 12#01

Ad	12#01
Suallardan	4
Maksimal faiz	4
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklamın mal tədavülü prosesində rolu (Çəki: 1)

- Bazar iştirakçılarına göstərilən xidmət mədəniyyətin yüksəldilməsi
- Mal istehsalının genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi
- Keyfiyyətin yüksəldilməsi
- Əmtəə mübadiləsinin genişləndirilməsi
- İstehsalın sürətləndirilməsi

Sual: Çox böyük olmayan mağazalarda vitrinanın kim tərəfindən tərtib olunur? (Çəki: 1)

- Kinorejissorlar
- Kitabxanaçılar
- Mağaza müdirləri
- İstehsalçılar
- Xüsusi kurslar keçmiş satıcılar

Sual: Reklam kompaniyası” anlayışı nə ifadə edir ? (Çəki: 1)

- Professional formada reklam fəaliyyəti ilə məşğul olan firma
- b) KİV və Reklam agentliyinin bilavasitə iştirakı ilə reklam məlumatlarının reklam verəndə, reklam qəbul edənə ötürülməsi prosesi
- c) Reklam tədbirlərinin keçirilməsi və reklam materiallarının hazırlanması prosesi hansısa bazar seqmentinə vahid məqsədlə birləşmiş və istiqamətləri
- d) Marketing proqramı ilə uyğun hazırlanan kompleksi reklam tədbirləri
- e) Heç biri doğru cavab deyil

Sual: Reklam kompaniyası nədən başlayır? (Çəki: 1)

- Tədqiqatdan.
- Strateji planlaşmadan
- Büdcənin planlaşmasından
- Məqsədin müəyyənləşməsindən
- Heç biri doğru cavab deyil

BÖLMƏ: 12#02

Ad	12#02
Suallardan	10
Maksimal faiz	10
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Yüksək ixtisaslaşmış mağazaların vitrinası kimlər tərəfindən tərtib edilir? (Çəki: 1)

- Publisistlər
- Yazıçılar
- Mağazanın müdiri
- Kinorejissorlar
- Rəssam- dekaratorlar

Sual: Mağaza vitrinlərinin köməyi (Çəki: 1)

- İstehlakçıya bu və ya digər malın olunmasında
- Satışda olan mala qarşı münasibət
- Reklam olunan malın keyfiyyəti
- Malın istehsal olunma müddəti
- Malın çeşidinin sayı

Sual: Vitrinanın tərtib olunması tezliyi şərtlərindən biri (Çəki: 1)

- Vitrinanın işıqlı olması
- Vitrinanın bər- bəzəkli olması
- Mağazada rəflərin səliqəliliyi
- Vitrina tərtib edilən zaman onun əhəmiyyətinin nəzərə alınması
- Mağazanın təmizliyi

Sual: Respublikamızda reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsi üçün yaradılıb- (Çəki: 1)

- Reklam komitəsi
- Reklam nazirliyi
- Reklamşirkətləri
- Reklam departamenti
- Reklam komitəsi

Sual: Respublikamızda reklamın rolu- (Çəki: 1)

- Standartlaşmanın genişlənməsi
- Malın keyfiyyətinin artırması
- İstehsalın təkmilləşdirilməsi
- Sahibkarlığın və biznesin genişləndirilməsi
- Əmək məhsuldarlığının artırılması

Sual: Əmtənin bazara daxil olma mərhələsində hansı reklamdan istifadə edirlər? (Çəki: 1)

- Məsləhətverici
 - Nəsihətverici
 - Məlumatverici
 - Xatırladıcı
 - Heç biri doğru deyil
-

Sual: Reklam kompaniyasının keçirilməsinin praktiki həllinin mərhələsinə aiddir (Çəki: 1)

- Xərc smetasının tərtibi ; KİV – in seçimi reklam kompaniyasının müddətinin müəyyənləşməsi, reklam kompaniyasının planının tərtibi
 - Senarinin hazırlanması, mətinin nəşrin, reklam məlumatlarının tirajı
 - Əsas reklam kompaniyasının məqsəd ideyasının formalaşması, reklam məlumatlarının növlərinin və formalalarının yaradıcı işləməsi
 - Kommersiya xərclərinin ödəməsi, hesablaşmaların aparılması
 - Heç biri deyil
-

Sual: Reklam kompaniyası coğrafi ərazi əlamət üzrə bölünür (Çəki: 1)

- Bərabər, ixtisaslaşmış, regional, kütləvi üzrə
 - Yerli, regional, milli, beynəlxalq üzrə
 - Seqmetləşmiş, kombine olunmuş, beynəlxalq, regional üzrə
 - Yerli, aqreqat, kombine olunmuş, beynəlxalq qzrə
 - Heç biri doğru deyil
-

Sual: Marketing strategiyası əsasında istehlakçıların bütün sinifləri üçün eynicinsli malların reklamı (Çəki: 1)

- Diferensasiya olunmamış
 - Diferensasiya olunmuş
 - Konsentrasiya olunmuş
 - Qarışıq
 - Heç biri doğru deyil.
-

Sual: Firmanın loqotipi nədir? (Çəki: 1)

- Qrafik təsvir, simvol, reklam şüarı
 - Mal nişanının qrafik təsviri
 - Bədii qrafik yanaşma
 - Firmanı göstərən qrafik təsvir və simvolu
 - Heç biri doğru deyil
-

BÖLMƏ: 12#03

Ad	12#03
Suallardan	2
Maksimal faiz	2

Sualları qarışdırmaq



Suallar təqdim etmək

1 %

Sual: AIDA formulunun açılışı belədir (Çəki: 1)

- diqqət, maraq, qərar, hərəkət.
- diqqət, inandırma, qəbul etmə, hərəkət
- Anlamaq, assimlyasiya, inandırma, nəticə
- nəticə, diqqət, inandırma, anlama, alma
- Heç biri doğru cavab deyil

Sual: Reklamın əsas psixoloji elementləri hansılardır (Çəki: 1)

- Qəbul etmə, məlumatlandırma, başa düşmə, inandırma yadda
- inadkarlıq, məlumatlılıq, inandırma
- aktualıq, bilik, cəlbedicilik
- məlumatlılıq, cəlbedicilik konkret
- Heç biri doğru cavab deyil

BÖLMƏ: 13#01

Ad

13#01

Suallardan

4

Maksimal faiz

4

Sualları qarışdırmaq



Suallar təqdim etmək

1 %

Sual: Reklam agentliklərinə müraciət edən sifarişçinin vəzifəsi (Çəki: 1)

- Əmtənin keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq
- Bazara yeni mal və xidmət təklif etmək
- Satışın stimullaşdırılması
- Mal tədavülünü genişləndirmək
- Əmtə- pul münasibətlərini tənzimləmək

Sual: Reklam agentliyində sifarişçilərlə əlaqə yaradan (Çəki: 1)

- Kontaktor
- Kassir
- Mühasib
- Hüquqşünas
- İqtisadçı

Sual: Reklam agentliklərinin funksiyalarından biri- (Çəki: 1)

- mal tədavülünün genişləndirilməsi

- reklamaya sərf olunan vəsaitin planlaşdırılması
 - əmtəə-pül münasibətlərinin tənzimlənməsi
 - bazara nəzarət
 - mal istehsalına nəzarət
-

Sual: ilk reklam agentliyi (Çəki: 1)

- Ayer və oğulları
 - C.Uolterr Tompson
 - Mak – Kan Erikson
 - Dentsyu
 - heç biri
-

BÖLMƏ: 13#02

Ad	13#02
Suallardan	19
Maksimal faiz	19
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam informasiya agentliyinin quruluşunda əhəmiyyətli sahə (Çəki: 1)

- Satış bazarı
 - Malın təbliğ olunması
 - Yaradıcı şöbə
 - Malın keyfiyyəti haqda informasiya
 - İstehsalın artırılması
-

Sual: Azərbaycan Respublikada «Reklam» səhmdar cəmiyyəti nə vaxt yaranmışdır? (Çəki: 1)

- 1968- ci il
 - 1992- ci il
 - 1999- cü il
 - 2004- cü il
 - 1985- ci il
-

Sual: Respublikada fəaliyyət göstərən reklam şirkətinin sayı- (Çəki: 1)

- 150-i
 - 60-a yaxın
 - 1200-
 - 35-
 - 3-
-

Sual: Reklam agentliklərinin sifarişçilərlə əlaqə şöbəsi (Çəki: 1)

- Maliyyə-kredit münasibətlərinə müdaxilə
 - İstehsal münasibətlərinə nəzarət
 - Pul münasibətlərinin tənzimlənməsi
 - Sifarişçilərlə iş aparılması
 - Mədəni-maarif işinin təşkili
-

Sual: Reklam agentliyində sifarişçilərlə əlaqə yaradan (Çəki: 1)

- Kontaktor
 - Kassir
 - Mühasib
 - Hüquqşunas
 - İqtisadçı
-

Sual: Reklam agentliyinin mühasibəliq şöbəsinin fəaliyyəti- (Çəki: 1)

- Mədəni-kütləvi informasiyanın təbliği
 - Agentliyinin maliyyə vəziyyətinə nəzarət
 - Mal satışının təşkili
 - Bazarda nəzarət
 - Maarifləndirmə işinin təşkili
-

Sual: Reklam-informasiya agentliyinin quruluşunda əhəmiyyətli sahə – (Çəki: 1)

- Satış bazarı
 - Malın təbliq olunması
 - Yaradıcı şöbə
 - malın keyfiyyəti haqda informasiya
 - istehsalının genişləndirilməsi
-

Sual: Reklam agentlieləri üçün komisson haqqı(mükafatı) (Çəki: 1)

- 50%
 - 15%
 - 30%
 - 70%
 - 60%
-

Sual: Reklam agentliklərinin ixtisaslaşması (Çəki: 1)

- Mal istehsalı üzrə
 - Bazar sövdələşmələri üzrə
 - Satışın genişlənməsi üzrə
 - Reqional (məhəllələr)üzrə
 - Əmtəə-pul münasibətləri üzrə
-

Sual: Reklam agentliklərinin funksiyaları: — (Çəki: 1)

- istehlakcini toplama. əlaqə yaratma
- hesablaşma, vasaitin əldə edilməsi

- vasitəcilik etmək. imici qorumaq
 - strateji məqsədlər daşımaq.gəlir mənbəyi axtarmaq
 - tədqiqat, planlaşdırma. bədii işlər efir reklamının istehsalı, koordinasiya reklam proqramının idarə edilməsi və s.
-

Sual: Reklam agentliklərinin təşkilatı quruluşu (Çəki: 1)

- 2 şöbə: marketinq, menecer
 - 3 şöbə: əlaqə, sifariş, istehsal şöbələri
 - 4 şöbə: plan, rejissorlar, kordinator, məlumat toplayan
 - 5 şöbə: yaradıcı, sifarişlərin yerinə yetirilməsi, marketinq, maliyyə-təsərrüfat
 - 6şöbə: mühasibat, bədii-tərtibat, emalatxana, rəssamlıq, dizayner, inzibati xidmət
-

Sual: Stimullaşdırmanın mahiyyəti: (Çəki: 1)

- istehsalə təsir göstərir, tədarüku artırır
 - alıcıları həvəsləndirir, xərclərə qənaət edir
 - müəssisənin imicini qaldırmaq, çoxlu miqdarda mal toplamaq
 - KIV-ni inkişaf etdirmək, reytingi saxlamaq
-

Sual: Stimullaşdırma metodunun növləri: (Çəki: 1)

- mühafizəedici, müdaxiləedici
 - hifzedici, xilasedici
 - cəlbəedici. nümayişetmə
 - qiymətlərin aşağı salınması
 - rəqabətin aparılması
-

Sual: Reklam agentliyinin gəlir mənbələri: (Çəki: 1)

- bəbaşa alıcıdan gələn gəlir
 - bəbaşa satıcıdan gələn gəlir
 - komission, ticarət güzəştı, qonorar
 - mənfəət hesabına
 - əlavə tədbirlər
-

Sual: İlk reklam agentliyinin yaranması: (Çəki: 1)

- 1841-ci ildə ABŞ-da Volm Palmer yaradıldı
 - 1810-cu ildə Fransada
 - 1835-ci ildə Londonda
 - 1870-ci ildə Rusiyada
 - 1900-cu ildə Filadelfiyada
-

Sual: informasiya xarakterli reklamlardan ən çox məhsulun həyat dövrünün hansı mərhələsində istifadə edilir: (Çəki: 1)

- böhran mərhələsində
- dilçəliş mərhələsində
- inkişaf mərhələsində

- stabillik (yetkinlik)mərhələsində
 bazara çıxarma mərhələsində

Sual: Reklam agentliyinin gəlir mənbələri (Çəki: 1)

- birbasa alıcıdan gələn gəlir
 birbasa satıcıdan gələn gəlir
 komissiya, ticarət güzəşti. qonorar
 mənfəət hesabına
 əlavə tədbirlər

Sual: 1000 dollarlıq dəyərində reklamın yerləşdirilməsində agentlik 15% komissiya qaydasında və 2,78 %. Ticarət güzəşti şəklində gəlir %-i alacağı serti daxilində onun reklamverənlərdən aldığı ümumi gəlirin məbləği nəyə bərabər olacaq? (Çəki: 1)

- 127.8
 178
 278
 177.8
 178.8

Sual: F. Kotlerə görə marketing informasiya sistemi (MİS): (Çəki: 1)

- marketingə dair qərarların qəbulu üçün yaradılmış məlumat bankının, bu məlumatların toplanmasını həyata keçirən mütəxəssislər və məlumatların emalında istifadə edilən avadanlıqların məcmusudur
- marketing qərarlarının qəbulu üçün zəruri olan aktual və dəqiq informasiyanın toplanması, təsnifləşdirməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi və yayımını həyata keçirən mütəxəssislərin, həmçinin bu informasiyanın toplanmasının metodoloji üsullarının və bunun üçün lazım olan avadanlıqların məcmusudur
- marketing qərarlarının qəbulu üçün zəruri olan aktual və dəqiq informasiyanın toplanması, təsnifləşdirməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi və yayımını həyata keçirən mütəxəssislərin, həmçinin bu informasiyanın toplanmasının metodoloji üsullarının və bunun üçün lazım olan avadanlıqların məcmusudur
- marketing qərarlarının qəbulu üçün zəruri olan aktual və dəqiq informasiyanın toplanması, onun təhlili, sistemləşdirilməsi və məlumat bankının yaradılması, həmçinin yaradılmış məlumat bankı ilə dialoq sistemini təmin edən modellər və təlimatların məcmusudur
- marketing qərarlarının qəbulu üçün zəruri olan aktual və dəqiq informasiyanın toplanması, onun təhlili, sistemləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi, həmçinin informasiyanı özündə birləşdirən məlumat bankının yaradılması prosesidir;

BÖLMƏ: 13#03

Ad	13#03
Suallardan	2
Maksimal faiz	2
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam sifarişçiləri ilə reklam agentlikləri arasında bağlanan müqavilənin mahiyyəti (Çəki: 1)

- Reklamın istiqamətləndirilməsinin təşkili
- Reklamın ideyalılığının formalaşması
- Reklamın doğrululuğu
- Reklam işinin planlaşdırılması
- Reklam əməliyyatında iştirak edən tərəflər arasında qarşılıqlı əlaqə

Sual: Reklam agentliklərində yaradıcı şöbənin fəaliyyəti- (Çəki: 1)

- Əmtəə-istehsalının təşkili
- Mal mübadilələrinin təşkili
- İdeyaların yaradılması və həyata keçirilməsi
- Maliyyə-kredit məsələlərinin həlli
- Mədəni məsələlərin tətbiqi

BÖLMƏ: 14#02

Ad	14#02
Suallardan	4
Maksimal faiz	4
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Reklam agentliklərinin təşkilati quruluşu: (Çəki: 1)

- 2 şöbə: marketinq, menecer
- 3 şöbə: əlaqə, sifariş, istehsal şöbələri
- 4 şöbə: plan, rejissorlar, koordinator, məlumat toplayan
- 5 şöbə: yaradıcı, sifarişlərin yerinə yetirilməsi, marketinq, maliyyə- təsərrüfat
- 6 şöbə: mühasibat, bədii-tərtibat, emalatxana, rəssamlıq, dizayner, inzibati xidmət

Sual: Reklam agentliyi? (Çəki: 1)

- Bir reklam mütəxəssisi tərəfindən yaradılan reklam firması
- İstehsal müəssisəsində çalışan reklamlarla məşğul olan mütəxəssislər
- İstehlakçı reklam mütəxəssisləri
- Dövlət reklam müəssisələri
- Müxtəlif ixtisaslı mütəxəssislərin bir məkanda birləşdiyi təşkilat

Sual: Ymummilli reklamvericilər? (Çəki: 1)

- Mütəxəssislər
- Reklam şirkətinin rəhbərliyi

- Televiziya şirkəti, mətbuat
 Reklamı maliyələşdirən təşkilatlar
 Hec biri
-

Sual: Reklam agentliyinin əsas vəzifəsi? (Çəki: 1)

- Reklam obyektinin müəyyənləşdirilməsi
 Reklam xərclərinin ödənilməsi
 Reklam edilən məhsula aid mətnlərinin təstiq edilməsi
 Reklam məhsulunun işlənilib hazırlanmasında
 Reklam materiallarının işlənilib hazırlanmasında köməklik göstərmək
-

BÖLMƏ: 1401

Ad	1401
Suallardan	8
Maksimal faiz	8
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Hansı strateji planlaşdırmanın ikinci mərhələsinə aiddir? (Çəki: 1)

- firmanın əldə etdiyi kommersiya müvəffəqiyyətinə xarici amillərin təsiri dərəcəsini qiymətləndirmək
 informasiya bazasının yaradılması
 firmadaxili imkanların mövcudluğunu qiymətləndirmək
 strateji planın həyata keçirilməsi və onun yerinə yetirilməsinə nəzarət
 firmanın inkişafının strateji məqsədinin son seçimi
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı BMQ-na aid deyil? (Çəki: 1)

- "Çətin uşaqlar"
 "İt"
 "Sağılan inək"
 "Buqələmun"
 "Ulduz"
-

Sual: Vasitəçi firmanın fəaliyyətinin strateji zonasının həyat qabiliyyətinin tipik yolu necədir? (Çəki: 1)

- "İt" → "Ulduz" → "Çətin uşaq" → "Sağılan inək"
 "Çətin uşaq" → "Sağılan inək" → "Ulduz"
 "Çətin uşaq" → "Ulduz" → "Sağılan inək"
 "Ulduz" → "Çətin uşaq" → "İt"
 "İt" → "Sağılan inək" → "Ulduz"
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı "Çətin uşaq"a aid deyil? (Çəki: 1)

- bazarda az paylıdır
 - "Ya-ya da" vəziyyəti yaranır
 - sürətlə artan tələbat mövcuddur
 - yüksək gəlirlidir
 - adətən bazarda qalması üçün "Sağılan inək" tərəfindən yardım lazımdır
-

Sual: Operativ planlaşdırmanın əsas elementlərindən deyil? (Çəki: 1)

- əsas məsələnin qoyulması
 - resursların bölüşdürülməsinin uçotu
 - biznes əməliyyatının məqsəd və vəzifələrini həcmələrini qarşılıqlı əlaqələndirmək
 - bazarda davranışın, həm də satış və gəlirin taktikasını nəzərdə tutmaq
 - problemin həllinin dəqiq alqoritmini vermək
-

Sual: Maliyyə sabitliyi necə müəyyən olunur? (Çəki: 1)

- şəxsi vəsaitlərlə borc vəsaitinin nisbəti
 - kreditor borclarla borc vəsaitinin cəmi
 - şəxsi vəsaitlərin borc vəsaitləri və kreditor borclarının cəminə nisbəti
 - şəxsi vəsaitlərin kreditor borclarına nisbəti
 - şəxsi, borc vəsaiti və kreditor borclarının cəmi
-

Sual: Şəxsi vəsaitlərlə təminat əmsalı necə olmalıdır? (Çəki: 1)

- 0.1- dən az
 - 0.2-dən çox
 - 2.0-dan az
 - 0.1-dən çox
 - 2.0-dan çox
-

Sual: Vasitəçi fəaliyyətin bütöv göstəriciləri neçə qrupa bölünür? (Çəki: 1)

- 3
 - 2
 - 5
 - 4
 - 6
-

BÖLMƏ: 1403

Ad	1403
Suallardan	5
Maksimal faiz	5
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Hansı variantda biznes planın əsas bölmələrinin ardıcılığı düzgün verilib?

(Çəki: 1)

- ümumi xülasə→ümumi bölmə→təşkilatın planının hazırlanması→maliyyə planının hazırlanması.
 - ümumi bölmə→ marketing üzrə plan →daxili və xarici mühitin konkret amillərinin təsirinin analizi →təşkilatın planının hazırlanması .
 - ümumi xülasə→ümumi bölmə→ marketing üzrə plan →daxili və xarici mühitin konkret amillərinin təsirinin analizi →təşkilatın planının hazırlanması →riskin qiymətləndirilməsi→maliyyə planının hazırlanması.
 - ümumi xülasə→ümumi bölmə→ marketing üzrə plan →daxili və xarici mühitin konkret amillərinin təsirinin analizi →təşkilatın planının hazırlanması →maliyyə planının hazırlanması.
 - ümumi xülasə→ümumi bölmə→ marketing üzrə plan →təşkilatın planının hazırlanması →riskin qiymətləndirilməsi→maliyyə planının hazırlanması.
-

Sual: Vasitəçi ticarət firmasının fəaliyyətində əsas olan risklərdən deyil: (Çəki: 1)

- inflyasiyanın artımı
 - siyasi qeyri-sabitlik
 - alıcıların ödəmə qabiliyyətinin olmaması
 - tədarükçülər tərəfindən məhsulun qeyri-təkmil tədarükü
 - bazarda tələbatın qeyri-sabitliyi
-

Sual: Vasitəçilik fəaliyyəti üçün başlıca rol hansı səmərəlilik göstəricisi tutur? (Çəki: 1)

- məhsulun satılmasının gəlirliyinin səmərəliliyi
 - şəxsi əmlakın səmərəliliyi
 - məhsulun satılmasının gəlirliyi və şəxsi əmlakın səmərəliliyi
 - mənfəətin əməkhaqqı fonduna münasibətinə görə səmərəlilik
 - şəxsi əmlakın səmərəliliyi və mənfəətin əməkhaqqı fonduna münasibətinə görə səmərəlilik
-

Sual: Firmanın kommersiya-vasitəçilik fəaliyyətinin effektivliyi necə müəyyən olunur?


(Çəki: 1)

- satışın həcmninin tədavülün ümumi xərclərinə nisbəti
 - göstərilmiş xidmətlərlə satış həcmninin tədavülün ümumi xərclərinə nisbəti
 - satışın həcmi ilə göstərilmiş xidmətlərin ümumi həcmninin cəminin tədavülün ümumi xərclərinə nisbəti
 - göstərilmiş xidmətlərin ümumi həcmninin tədavülün ümumi xərclərinə nisbəti
 - tədavülün ümumi xərclərinin satışın həcmi və xidmətləri ümumi həcmninin cəminə nisbəti
-

Sual: Ticarət-vasitəçilik fəaliyyətinin effektivliyini xarakterizə etmir: (Çəki: 1)

- sürətlə dəyişən bazar konyukturuna uyğunlaşma
- elmi-texniki tərəqqi
- elmi-texniki tərəqqi
- xarici bazarda alının və satılanların sayı
- alının mənfəət norması və kütləsilə tam reallaşdırılma

BÖLMƏ: 15#01

Ad	15#01
Suallardan	46
Maksimal faiz	46
Sualları qarışdırmaq	
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: Ticarət müəssisəsinin mal dövriyyəsi planı hansı göstəricilər üzrə planlaşdırılır? (Çəki: 1)

- Mal satışı, mal ehtiyatları, mal təminatı
 - Mal satışı, mal dövriyyəsi, mal ehtiyatı
 - Mal qalığı, mal daxil olması, son qalıq
 - Mal satışı, mal qalığı, mal daxilolma
 - Mal satışı, mal qalığı, mal dövriyyəsi
-

Sual: İlk universam nə vaxt, harada yaranıb? (Çəki: 1)

- ABŞ - 1912
 - Fransa - 1958
 - Moskva - 1915
 - Almaniya – 1955
 - İtaliya - 1959
-

Sual: Mal yeridilişinin əsas forması hansılardır (Çəki: 1)

- anbar və tranzit
 - ənənəvi və mütərrəqi
 - topdan və pərakəndə
 - təsərrüfat və nəqliyyat
 - ərzaq və qeyri-ərzaq
-

Sual: Topdansatış mal dövriyyəsinin hansı metodlarla həyata keçirilir? (Çəki: 1)

- Müqayisə, statistik qruplaşdırma, balans, korrelyasiya, ekspert qiymətləndirmə metodları ilə
 - Müqayisə, riyazi moldəlləşmə, dinamik sıralar, proqnozlaşdırma, sistemli yanaşma metodları ilə
 - Statistik qruplaşdırma, balans, dinamik sıralar, proqnozlaşdırma metodları ilə
 - Statistik qruplaşdırma, balans, dinamik sıralar, proqnozlaşdırma metodları ilə
 - Riyazi modeləlləşmə, iqtisadi-sosial proqnozlaşdırma, müqayisə təhlil metodları ilə
-

Sual: Mal təminatı planına nələr daxildir? (Çəki: 1)

- Anbar və tranzit dövriyyəsi və yoldakı ehtiyatları əhatə edir
- Tranzit dövriyyəsinə, pərakəndə dövriyyəni, ilin sonuna qalığı əhatə edir

- Daxil olan bütün malları və ilin sonuna qalığı əhatə edir
 - Tranzit, pərakəndə və il ərzində daxil olan malları əhatə edir
 - Tranzit, anbar dövriyyəsini, ilin sonuna qalan mal ehtiyatlarını əhatə edir
-

Sual: Topdan anbar mal dövriyyəsi nədir? (Çəki: 1)

- Anbar dövriyyəsi malların topdansatış qaydası ilə bilavasitə anbarlardan satılması başa düşülür
 - Malgöndərən, sənaye müəssisələrinin anbarından birbaşa pərakəndə satış müəssisəsinə göndərilən malların dəyər məjmusudur
 - Anbar dövriyyəsi malların pərakəndə satış formasında anbarlardan satılması başa düşülür
 - Anbar dövriyyəsi üzrə mal göndərildikdə topdansatış bazası həmin mallar üzrə mal göndərən müəssisə ilə hesablaşma aparır
 - Anbar dövriyyəsi üzrə mal göndərildikdə topdansatış bazası həmin mallar üzrə mal göndərən müəssisə ilə hesablaşma aparmır
-

Sual: Topdan tranzit anbar mal dövriyyəsi nədir? (Çəki: 1)

- Mal göndərən, sənaye müəssisəsinin anbarından birbaşa pərakəndə satış müəssisələrinə göndərilən malların dəyər məjmusudur
 - Malgöndərən, sənaye müəssisələrinin anbarından birbaşa pərakəndə satış müəssisəsinə göndərilən malların dəyər məjmusudur
 - Anbar dövriyyəsi malların pərakəndə satış formasında anbarlardan satılması başa düşülür
 - Anbar dövriyyəsi üzrə mal göndərildikdə topdansatış bazası həmin mallar üzrə mal göndərən müəssisə ilə hesablaşma aparır
 - Anbar dövriyyəsi üzrə mal göndərildikdə topdansatış bazası həmin mallar üzrə mal göndərən müəssisə ilə hesablaşma aparmır
-

Sual: Tranzit mal dövriyyəsi malgöndərənlə hesablaşmanın formasına görə neçə bölünür? (Çəki: 1)

- Hesablaşmada iştirak etməklə tranzit və hesablaşmalarda iştirak etməməklə tranzit
 - Tranzit və anbar mal dövriyyəsi
 - Hesablaşmada iştirak etməməklə anbar və tranzit dövriyyə
 - Hesablaşmada iştirak etməklə anbar və tranzit dövriyyə
 - Topdan baza ilə malgöndərən müəssisənin özünün hesablaşması ilə
-

Sual: Həlqəlilik əmsalı nədir? (Çəki: 1)

- Ümumi mal dövriyyəsinin xalis mal dövriyyəsinə olan nisbəti başa düşülür
 - Xalis mal dövriyyəsinin ümumi mal dövriyyəsinə nisbəti başa düşülür
 - Topdansatış mal dövriyyəsinin anbar mal dövriyyəsinə nisbəti başa düşülür
 - Pərakəndə satış mal dövriyyəsinin topdansatış mal dövriyyəsinə nisbəti başa düşülür
 - Xalis mal dövriyyəsinin topdan mal dövriyyəsinə nisbəti başa düşülür
-

Sual: Topdan ərzaq bazarı nədir? (Çəki: 1)

- topdan və pərakəndə ticarət müəssisələri və fərdi ticarətçilər tərəfindən rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı xammalının və ərzaq məhsullarının alqı-satqı yeridir
 - İl boyu əhalini mallarla təmin edən müəssisə
 - Uzunmüddət əhalini ərzaq malları ilə təmin edən fərdi müəssisə
 - Kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarükünü həyata keçirən müəssisə
 - Tez xarab olan malların pərakəndə ticarət müəssisələrinə paylayan müəssisə
-

Sual: Topdan ərzaq bazarının əsas funksiyası nədir? (Çəki: 1)

- İlboyu əhalinin keyfiyyətli ərzaq məhsulları ilə təchizatının təmin olunması, k/t məhsullarının itkisinin azaldılması
 - il boyu əhalinin baqqal malları ilə təmin etmək
 - uzun müddətdə əhalinin k/t məhsulları ilə təmin etmək
 - il boyu əhalinin yeyinti məhsulları ilə təmin etmək üçün tədarükçülərlə iş aparmaq
 - topdan mal satanlardan tez xarab olan malları alıb əhaliyə çatdırmaq
-

Sual: Aşağıdakılardan hansı topdan satının vəzifələrinə aid deyil (Çəki: 1)

- topdan ərzaq bazarında ticarət qaydalarına əməl etmək
 - sanitariya, yanğından mühafizə tələblərinə əməl etmək
 - ticarət başa çatdıqdan sonra ticarət yerini boşaltmaq
 - icarəyə götürülmüş avadanlıq, inventarları təhvil vermək
 - malları son istehlakçıya şəxsi istehlak üçün satmaq
-

Sual: Mağaza-anbar hansı satış üsulu ilə fəaliyyət göstərir (Çəki: 1)

- özünəxidmət
 - nümunələrlə
 - piştaxta ilə
 - vitrinlə
 - ixtisaslaşmış formada
-

Sual: Topdan xidmətlər kompleksinə nə daxildir (Çəki: 1)

- texnologiya, kommertiya, təşkilatı, məsləhət, informasiya, maliyyə
 - ticarət, reklam, icarə
 - kommertiya, reklam, ticarət, komission xidməti
 - əmtənin çeşidi, keyfiyyəti, marketing xidməti
 - ticarət hesablaşma əməliyyatı
-

Sual: Topdan alış üzrə kommertiya işinin mərhələləri hansılardır? (Çəki: 1)

- Alıcı tələbatının öyrənilməsi, proqnozlaşdırılması, malgöndərənlərin öyrənilməsi, təsərrüfat əlaqələrinin təşkili, topdan alqı üzrə uçotun nəzarətinin təşkili
 - Tələbatın öyrənilməsi, bazar imkanlarının öyrənilməsi, təhlili, uçotu, marketing kompleksinin işlənməsi
 - Bazarın öyrənilməsi, malın istehsalı bazara çıxarılması, əmtənin bazarda mövqeyinin möhkəmləndirilməsi
 - Alıcı tələbatının öyrənilməsi, malın keyfiyyətinin qorunması
 - Şəbəkənin malla fasiləsiz təchiz üçün həyata keçirən ticarət sistemi
-

Sual: Malgöndərən istehsalçılara kimlər daxildir? (Çəki: 1)

- Alıcıların tələbatını ödəmək məqsədilə istehlak təyinatlı müxtəlif çeşidli əmtəələr istehsal edən istehsal müəssisələri, firmalar, fərdi sahibkarlar
 - broker müəssisələr, agent müəssisələr, dilerlər
 - distribüterlər, broker müəssisələr, agent müəssisələr
 - konsiqnatlar, əmtəə bircaları, mağaza-anbarlar
 - topdan yarmarkalar, hərraclar, əmtəə bircaları, mağaza-anbarlar
-

Sual: Malgöndərən-topdan müəssisələr kimlərdir? (Çəki: 1)

- topdan yarmarkalar, hərrajlar, əmtəə bircaları, mağaza-anbarlar, broker müəssisələr, agent müəssisələr, dilerlər
 - broker müəssisələr, agent müəssisələr, dilerlər
 - distribüterlər, broker müəssisələr, agent müəssisələr
 - konsiqnatlar, əmtəə bircaları, mağaza-anbarlar
 - komissionçular, topdan yarmarkalar, hərrajlar, əmtəə bircaları
-

Sual: İddia nədir? (Çəki: 1)

- Müqavilə və ya qanunvericilik şərtlərinin pozulmasının könüllü surətdə aradan qaldırılması barədə yazılı tələbdir
 - Müqavilə və ya qanunvericilik şərtlərinin pozulmasının könüllü surətdə aradan qaldırılması barədə şifahi izahatdır
 - Müqavilə və ya qanunvericilik şərtlərinin pozulmasının könüllü surətdə aradan qaldırılması barədə malın qəti izahatıdır
 - Müqavilə və ya qanunvericilik şərtlərinin pozulmasının könüllü surətdə aradan qaldırılması barədə yazılı müqavilədir
 - Müqavilə və ya qanunvericilik şərtlərinin pozulmasının könüllü surətdə aradan qaldırılması barədə yazılı müqavilədir
-

Sual: İqtisadi məzmununa və təyinatına görə ticarət fondları necə qruplaşdırılır (Çəki: 1)

- gəlir və rentabellik;
 - topdansatış və pərakəndəsətış mal dövriyyəsi
 - işçilərin sayı və əmək haqqı fondu
 - əsas və dövriyyə fondları
 - əmək məhsuldarlığı və effektivliyi
-

Sual: Ticarətin əsas fondlarının tərkibi (Çəki: 1)

- xammalehtiyatı;
 - yarımfabrikat ehtiyatları
 - binalar, avadanlıqlar və nəqliyyat vasitələri
 - tamamlanmamış istehsal;
 - pul vəsaiti, sair aktivlər
-

Sual: Ticarətin dövriyyə fondlarının tərkibi (Çəki: 1)

- binalar, qurğular

- daimi, ölçü-çəki, kassa avadanlıqları
 - mal ehtiyatları, pul vəsaiti, sair aktivlər
 - nəqliyyat vasitələri;
 - texnologiyalar və istehsal avadanlıqları
-

Sual: Əsas və dövriyyə kapitalının əmələ gəlmə mənbələri (Çəki: 1)

- özünün xüsusi vəsaiti və cəlb olunmuş vəsaiti
 - topdansatış, pərakəndəsətış mal dövriyyəsi
 - əsas və əlavə əmək haqqı
 - icarə olunmuş vəsaitlər
 - mal ehtiyatları
-

Sual: Normalaşdırılan dövriyyə vəsaitinin tərkibi (Çəki: 1)

- bankların hesablaşma hesablarında olan pul vəsaitləri
 - məqsədli kreditlər
 - mal ehtiyatları, pul vəsaiti və sair aktivlər
 - Debitor borcları
 - cari hesablarda olan pul vəsaitləri
-

Sual: Əsas fondlardan istifadə effektivliyinin göstəriciləri (Çəki: 1)

- fondverimi, fond tutumu
 - dövriyyə sürəti əmsalı
 - dövriyyə vəsaitlərindən istifadə əmsalı
 - vəsaitlərin gün və dəfə hesabı ilə həcmi
 - mal dövriyyəsi, ehtiyatları
-

Sual: Dövriyyə fondlarından istifadə effektivliyinin göstəriciləri (Çəki: 1)

- fondverimi
 - fond tutumu
 - fondla silahlanma
 - dövriyyə sürəti və vəsaitlərdən istifadə əmsalları
 - yük avtomobillərinin yürüş əmsalı
-

Sual: Əsaslı kapital qoyuluşunun effektivlik göstəriciləri (Çəki: 1)

- mənfəət və rentabellik
 - mal dövriyyəsi və mal ehtiyatları
 - xərclərə qənaət
 - ümumi effektivlik əmsalı
 - gün və dəfə hesabla dövretmə sürəti
-

Sual: Əmək planının göstəriciləri: (Çəki: 1)

- dövriyyə, işçilərin sayı, əmək haqqı fondu, mənfəət
- işçilərin sayı, əmək haqqı fondu səviyyəsi, mənfəətin səviyyəsi, ticarət sahəsi
- dövriyyənin həcmi, quruluşu, ehtiyatların gün üzrə norması və işçilərin sayı

- əmək məhsuldarlığı, işçilərin sayı, əmək haqqı fondu və kadrların hazırlanması və ixtisaslarının artırılması
 - topdansaş, pərakəndəsaş mal dövriyyəsi
-

Sual: Tədavül dairəsində gedən proseslərdən asılı olaraq ticarətdə sərf olunan əməyin növləri (Çəki: 1)

- sərfəli və sərfəsiz əmək
 - sadə və mürekkəb əmək
 - məhsuldar və qeyri-məhsuldar əmək
 - əqli və fiziki əmək
 - ağır və yüngül əmək
-

Sual: Ticarətdə əmək məhsuldarlığının hesablanması (Çəki: 1)

- $\Theta m = \text{dövriyyə} / \text{işçilərin sayı}$
 - $\Theta m = \text{işçilərin sayı} / \text{dövriyyə}$
 - $\Theta m = \text{dövriyyə} / \text{əmək haqqı fonduna}$
 - $\Theta m = \text{dövriyyə} / \text{mənfəətə}$
 - $\Theta m = \text{mənfəət} / \text{işçilərin sayı}$
-

Sual: Ticarətdə əməyin ödənilməsinin təşkili prinsipləri (Çəki: 1)

- dövriyyə və onun quruluşu
 - işçilərin sayı və əmək məhsuldarlığı
 - əmək məhsuldarlığı və effektivliyi
 - tarif sistemi və əməyin ödənilməsi sistemi
 - əmək haqqı fondu və işçilərin sayı
-

Sual: Ticarət və kütləvi iaşədə əmək haqqının formaları (Çəki: 1)

- mənfəətin həcmi və rentabelliyyə görə
 - dövriyyənin həcmi və quruluşuna görə;
 - əmək məhsuldarlığı və effektivliyinə görə
 - götürə və işəməzd: o cümlədən mükafatlı
 - tarif bölgüsü
-

Sual: Ticarətdə istifadə edilən taralar təyinatına görə neçə növə ayrılır (Çəki: 1)

- təmiz və çirkli
 - yamaqlı və yamaqsız
 - daxili və xarici
 - quru və yaş
 - qoxulu və qoxusuz
-

Sual: Tədavül xərclərini izah et. (Çəki: 1)

- malların istehsalından istehlakçıya çatdırılması ilə əlaqədar sərf olunan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsidir.
- Malların istehsalı ilə əlaqədar sərf olunan əmək məsrəflərinin pul ilə ifadəsidir

- Mal dövriyyəsi planının yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar sərf olunan məsrəflərin həcmidir
 - İstehlakçılın mal alışına sərf etdikləri pul vəsaitinin ümumi həcmidir
 - İşçilərin sərf etdikləri əməyini kəmiyyət və keyfiyyətinə görə onlara verilən pul vəsaitinin həcmidir
-

Sual: Ticarətdə tədavül xərcləri mahiyyətinə görə necə qruplaşdırılır? (Çəki: 1)

- dövriyyənin həjmi və quruluşu ilə əlaqədar xərclər;
 - ümumi gəlir və mənfətlə əlaqədar xərclər
 - istehsalın davamı və dəyərlərin formasının dəyişməsi ilə əlaqədar xərclər
 - işçilərin sayı və əmək haqqı ilə əlaqədar xərclər
 - əmək məhsuldarlığı və əməyin effektivliyinin yüksəldilməsi ilə əlaqədar xərclər
-

Sual: İqtisadi əlamətinə görə tədavül xərclərinin təsnifləşdirilməsi. (Çəki: 1)

- dövriyyənin həcmi, quruluşu, artım və azalma sürəti, mal ehtiyatları ilə əlaqədar xərclər
 - işçilərin sayı, əmək haqqı fondu, əmək haqqı fondu səviyyəsi, əmək məhsuldarlığı ilə əlaqədar xərclər
 - əsas və əlavə əmək haqqı, digər təsərrüfat sahələrinin məsrəfləri, özünün istehlak məsrəfləri, itgilər
 - istehsal məsrəfləri, nəqliyyat məsrəfləri, ümumi gəlir, əsas kapital
 - əsas fondların amortizasiyası, taraların köhnəlməsi, yanacaq, elektrik enerjisi məsrəfləri
-

Sual: Mənsubiyyətindən asılı olmayaraq tədavül xərclərinin qruplaşdırılması (Çəki: 1)

- əsas və əlavə əmək haqqı xərcləri
 - müstəqim və qeyri-müstəqim xərclər
 - xalis və əlavə xərclər
 - müstəqim və reklam xərcləri
 - amortizasiya ayırmaları və cari təmir xərcləri
-

Sual: Tədavül xərclərinin quruluşu dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- Ayrı ayrı xərc maddələrinin ümumi dövriyyədəki xüsusi çəkisidir;
 - Tədavül xərcləri məbləğinin mal dövriyyəsinə olan nisbətindən faizlə ifadəsidir
 - Ayrı-ayrı xərc maddələri məbləğinin ümumi xərjlərdəki xüsusi çəkisidir
 - Xərc maddələri məbləğinin mal dövriyyəsinə olan nisbətidir
 - Xərc maddələrinin qruplar üzrə təsnifatı
-

Sual: Ticarətdə ümumi gəlir təyinatına görə nəyi özündə əks etdirir? (Çəki: 1)

- Mal dövriyyəsi ilə tədavül xərclərinin cəmini
 - Mənfəət ilə mal dövriyyəsinin məbləğinin cəmini
 - Mənfəətin tədavül xərclərinə olan nisbətine
 - Tədavül xərcləri ilə mənfəətin cəmini
 - Tədavül xərclərinin mənfəətə nisbətini
-

Sual: Ticarətdə ümumi gəlirin əmələ gəlmə mənbələri hansılardır? (Çəki: 1)

- Mal satışından alınan gəlir,
 - Mal satışından alınan gəlir,
 - Müəssisə krediti və istehsal krediti
 - Əsas və əlavə əmək haqqı, digər təsərrüfat sahələrinin məsrəfləri
 - Ayrı ayrı xərc maddələrinin ümumi dövriyyədəki xüsusi çəkisidir;
-

Sual: Ticarət maliyyəsinin funksiyaları hansılardır? (Çəki: 1)

- Satış, alış, nəzarət, xidmət
 - Operativlik, bölgü, nəzarət, həvəsləndirmə
 - Bölgü, nəzarət, xidmət, qənaət
 - İstehsal, ticarət, təsərrüfatçılıq
 - Qənaət, risk, iqtisadi həvəsləndirmə
-

Sual: Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kreditin ən çox yayılmış forması hansılardır? (Çəki: 1)

- Bank krediti və ticarət (kommersiya) krediti
 - İstehsal krediti və ticarət krediti
 - Əsas və dövriyyə kreditləri
 - İqtisadi və təsərrüfat kreditləri
 - Müəssisə krediti və istehsal krediti
-

Sual: Mal dövriyyəsinin kreditlə təmin edilməsi dedikdə nə başa düşülür? (Çəki: 1)

- müəyyən olunmuş normativlər əsasında firmanı cari mal ehtiyatları ilə təmin etmək üçün verilən bank kreditidir
 - Firmanın əsas vəsaitlərlə təmin etmək üçün verilən bank kreditidir
 - Dövlət büdcəsi ilə əlaqə yaratmaq üçün verilən ticarət kreditidir
 - Firmanın rentabelliğini təmin etmək üçün verilən ticarət kreditidir
 - İstehsal riskini sığortalamaq üçün verilən bank kreditidir
-

Sual: Firmanın maliyyə vəziyyətinin təhlili nəyə əsaslanır? (Çəki: 1)

- Əhalinin pul gəlirləri və məsrəfləri balansına
 - Pərakəndə satış mal dövriyyəsi balansına
 - Mühasibat və maliyyə hesabatına
 - Operativ uçot materiallarına
 - Ümumi gəlir və mənfəət haqqındakı məlumatlara
-

Sual: Kapitalın sərf olunması dairəsindən asılı olaraq risklər necə təsnifləşdirilir? (Çəki: 1)

- Kommersiya riski, tədavül riski, mal dövriyyəsi üzrə risk
 - Kommersiya riski, ticarət riski, küiləvi iaşə riski
 - İstehsal riski, kommersiya (ticarət) riski, maliyyə riski
 - İstehsal riski, satış riski, alış riski
 - Alış riski, vasitəçilik riski, satış riski
-

Sual: Müəssisənin maliyyə vəziyyəti nədir? (Çəki: 1)

- Aktivlərin likvidliyi, pul vəsaitlərinin tədavüldəki fasiləsizliyi və ödəniş qabiliyyəti
- Pul vəsaitlərinin hərəkəti, mal ehtiyatlarının optimallığı və xərclərin səviyyəsi
- Müəssisənin ödəniş qabiliyyətini, vəsaitlərin əmələ gəlməsi, mal dövriyyəsinin həcmi və quruluşu
- Əhalinin alıcılıq qabiliyyəti, tədavül xərclərinə qənaət, mənfəətin artması
- Pul vəsaitinin sərf olunması, əsas və dövriyyə vəsaitlərindən istifadə effektivliyi

Sual: Ticarət müəssisələrinin mal-pul hesablaşmaları hansı vasitələrlə həyata keçirilir? (Çəki: 1)

- Bütün hesablaşmalar nəğd pul pul köçürmələri vasitəsilə həyata keçirilir
- Alıcılar və mal göndərənlər vasitəsilə
- Qısa və uzun müddətli kreditlər vasitəsilə
- Mal mübadiləsi və nəğdi pul köçürmələri vasitəsilə
- Banklardakı hesablaşma hesabı və cari hesablar vasitəsilə

BÖLMƏ: 15#02

Ad	15#02
Suallardan	8
Maksimal faiz	8
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	1 %

Sual: İdarəetmənin funksiyaları hansılardır? (Çəki: 1)

- Planlaşdırma, təşkilati, rəhbərlik və nəzarət
- Planlaşdırma, nəzarət, əməliyyat
- Planlaşdırma, reklam, nəzarət, tədqiqat
- Tədqiqat, bölgü, rəhbərlik, təşkilat
- Təşkilati, rəhbərlik, reklam, təşviqat

Sual: Müddətinə və səviyyəsinə görə planlaşdırmanın növləri hansılardır? (Çəki: 1)

- Strateji, taktiki və operativ
- Strateji qısa müddətli, uzunmüddətli
- Operativ planlar, kiçik mağazalar üzrə planlaşma
- Orta müddətli və taktiki planlar
- Strateji və uzunmüddətli planla

Sual: İdarəetmənin məqsədləri hansılardır? (Çəki: 1)

- Strateji, taktiki, operativ
- Strateji, texniki, texnoloji
- Strateji, taktiki, texnoloji
- Texniki, cari, operativ.

Operativ, texniki, texnoloji

Sual: Kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkili elementlərindən deyil: (Çəki: 1)

- Kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkili elementlərindən deyil:
 - informasiyanın ötürülməsi sisteminin yaradılması
 - ayrı-ayrı həlqələrdə funksiyaların növləri
 - aydın formalaşdırmış məqsədin olması
 - vəzifələr
-

Sual: Marketing şöbələrindən diqqət verdiyi sahələrə hansı aid deyil: (Çəki: 1)

- rəqiblərin tədqiqi
 - əmtəə bazarının öyrənilməsi
 - reklam
 - alıcıların servis xidməti
 - satıcılar
-

Sual: kommersiya müəssisələrində idarəetmənin məqsədləri hansılardır? (Çəki: 1)

- strateji, texniki, operativ məqsədlər
 - strateji, texniki, texnoloji məqsədlər
 - strateji, texniki, cari məqsədlər
 - strateji, marketing, cari məqsədlər
 - strateji, texniki, taktiki məqsədlər
-


Sual: kommersiya müəssisələrində idarəetmənin funksiyaları hansılardır? (Çəki: 1)

- planlaşdırma, təşkilatı, rəhbərlik və nəzarət
 - planlaşdırma, nəzarət, əməliyyat
 - planlaşdırma, reklam, nəzarət, tədqiqat
 - tədqiqat, rəhbərlik, təşkilat
 - təşkilatı, rəhbərlik, reklam, təşviqat
-

Sual: kommersiya müəssisələrində idarəetmənin metodları hansılardır? (Çəki: 1)

- strateji, taktiki, operativ
 - strateji, texniki, texnoloji
 - strateji, taktiki, texnoloji
 - strateji, cari, operativ
 - operativ, texniki, texnoloji
-

BÖLMƏ: 15#03

Ad	15#03
Suallardan	29
Maksimal faiz	29
Sualları qarışdırmaq	

Sual: Əməyin idarə olunmasının predmeti nədir? (Çəki: 1)

- Xammal
 - Məlumat
 - Texnika
 - Əmtəə
 - Materiallar
-

Sual: İdarəetmə kadrlarına kimlər daxildir? (Çəki: 1)

- Köməkçi işçilər
 - Texniki personal
 - İdarəetmənin hər hansı funksiyasını yerinə yetirən idarəetmə aparatının işçiləri
 - Təchizatçılar
 - Satıcılar
-

Sual: İdarəetmənin prinsipləri nədir? (Çəki: 1)

- İqtisadi metodlar
 - Təşkilati metodlar
 - Obyektiv iqtisadi qanunların və inkişaf qanunauyğunluqlarının fəaliyyətindən irəliləyən idarəetmə qaydası
 - Psixoloji metodlar
 - Bu sosial metoddur
-

Sual: Ticarəti idarəetmə elminin məqsədi nədir? (Çəki: 1)

- İdarəetmə strukturunun təkmilləşməsi
 - İdarəetmə strukturunun optimallaşması
 - İdarə olunan heyətin hazırlanması
 - Qərar qəbulunun optimallaşması
 - Ticarəti idarəetmə mexanizminin nəzəri metodoloji əsaslarının işlənməsidir
-

Sual: İdarəetmənin mahiyyəti nədir? (Çəki: 1)

- İdarəetmə effektivliyinin yüksəlməsi
 - İdarəetmə sisteminin idarə olunan sistemə şüurlu təsir
 - İdarəetmə normasının müəyyənləşməsi
 - İdarəetmə metodları sisteminin işlənməsi
 - Menecmentin loqik sxeminin işlənməsi
-

Sual: İdarəetmə məqsədi nəyin vasitəsilə həyata keçirilir? (Çəki: 1)

- İdarəetmənin texniki vasitələri ilə
- İdarəetmə funksiyaları
- Göstəricilər bazasının yığılması
- İdarəetmə aparatının səmərələşdirilməsi

Bazar mexanizmindən keçməklə

Sual: Təsir istiqamətindən asılı olaraq qərarlar necə ola bilər? (Çəki: 1)

- Fərdi
 - Xarici
 - Şəxsi və xidməti
 - Daxili
 - Daxili və xarici
-

Sual: Təsirin dərinliyinə görə qərarlar necə ola bilər? (Çəki: 1)

- Səviyyəli
 - Sadə və birsəviyyəli
 - Mürəkkəb
 - Birsəviyyəli və çoxsəviyyəli
 - Çoxsəviyyəli
-

Sual: İnformasiya nədir? (Çəki: 1)

- Bu məlumat texnikasıdır
 - Mənbələrarası əlaqə forması kimi çıxış edən, məlumatı ötürən və onu qəbul edən mənbələr arasında əlaqə forması
 - Qərar qəbulu texnologiyasıdır
 - Qərar qəbulu prosesidir
 - Qərar qəbulu mərhələsidir
-

Sual: Təşkilati əlaqələrin xarakterindən asılı olaraq münasibətlər necə ola bilər? (Çəki: 1)

- Xətti
 - Xətti, funksional və funksiyalararası
 - Funksional
 - Funksiyalararası
 - Paralel
-

Sual: İdarəetmə metodları nədir? (Çəki: 1)

- İdarəetmə fəaliyyətinin həyata keçiriləmsi üsuludur
 - Bu idarəetmə qanunudur
 - Bu idarəetmə qanunauyğunluğudur
 - Bu idarəetməyə yanaşma metodudur
 - Bu idarəetməyə prinsipidir
-

Sual: Kommersiya xidmətinin təşkilati strukturlarının qurulmasının əsas prinsiplərindən deyil: (Çəki: 1)

- qarşılıqlı razılaşma prinsipi
- azhəlqəlilik
- aydın məqsədi olması

- fəaliyyətin əlaqələndirilməsi
 - vahid təbəçilik prinsipi
-

Sual: Kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkili elementlərindən deyil: (Çəki: 1)

- kommersiya fəaliyyətinə görə cavabdehliklərin bölüşdürülməsi
 - informasiyanın ötürülməsi sistemminin yaradılması
 - ayrı-ayrı həlqələrdə funksiyaların növləri
 - aydın formalaşdırmış məqsədin olması
 - vəzifələr
-

Sual: kommersiya müəssisələrində idarəetmənin mahiyyəti nədir? (Çəki: 1)

- idarəetmənin effektivliyinin yüksəlməsi
 - idarəedən sistemin idarə olunan sistemə şüurlu təsiri
 - idarəetmə normasının maliyyələşməsi
 - idarəetmə metodları sisteminin işlənməsi
 - menecmentin loqik sxeminin işlənməsi
-

Sual: Kommersiya müəssisələrində planlaşdırmanın metodları hansılardır? (Çəki: 1)

- Strateji, texniki-iqtisadi, iqtisadi-hesablamalar, taktiki
 - Texniki, riyazi, statistik, faktik
 - Balans, texniki-riyazi, iqtisadi-statistik, iqtisadi-riyazi, iqtisadi təhlil
 - tədqiqat, balans. təbliğat, riyazi-iqtisadi
 - tədqiqat, balans. təbliğat, riyazi-iqtisadi
-

Sual: Firmanın müəssisədən fərqi nədir? (Çəki: 1)

- firma özündə eyni və müxtəlif profilli bir neçə müəssisəni birləşdirməklə fəaliyyəti ilə məşğul olan iqtisadi subyektdir
 - firma özündə eyni və müxtəlif profilli bir neçə müəssisəni birləşdirməklə yalnız istehsalla məşğul olan subyektlərdir.
 - firma özündə eyni və müxtəlif profilli bir neçə müəssisəni birləşdirməklə istehsal və kommersiya fəaliyyəti göstərən iqtisadi subyektdir.
 - heç biri doğru deyil.
 - firma müəssisədən fərqli olaraq bir obyektədən təşkil olunur ki, onun bir ərazi vahidində yerləşməsi əsas şərtidir.
-

Sual: İstehsal müəssisələrinin birləşmə formalarına görə firmaların növlərinə aid deyil. (Çəki: 1)

- məhsulunun iqtisadi təyinatı eyni olan müəssisələrin birləşməsi.
 - təkrar istehsalın müxtəlif mərhələlərinə aid müəssisələrin birliyi
 - müxtəlif sahələrin müəssisələrini birləşdirən firmalar
 - eyni məhsul istehsalı ilə məşğul olan vasitəçi firmalar
 - heç biri düzgün cavab deyil
-

Sual: Müəssisənin tərkibinə daxil olan struktur bölmələrinin vəhdətlik formasına aid deyil. (Çəki: 1)

- istehsal-texniki vəhdətlik
 - təşkilati vəhdətlik
 - iqtisadi vəhdətlik
 - mədəni vəhdətlik
 - bütün variantlar doğrudur.
-

Sual: Fərdi müəssisə nədir? (Çəki: 1)

- bir şəxsin mülkiyyəti altında təşkil olunan ailə müəssisədir.
 - sahibkarlıq fəaliyyətinin sadə forması olaraq bir neçə şəxsin fərdi mülkiyyəti əsasında yaradılır.
 - sahibkarlıq fəaliyyətinin ən klassik formalarından biri olub, bir şəxsin mülkiyyəti əsasında təşkil olunur.
 - heç biri doğru deyil.
 - fərdi müəssisələr əsas infrastruktur elementi olub ailə şirkətləridir.
-

Sual: Şərikli (tam ortaqlı) müəssisə hansıdır? (Çəki: 1)

- ən azı iki fiziki və hüquqi şəxs tərəfindən müqavilə əsasında təsis edilir ki, onlar müəssisənin öhdəlikləri üçün bütün əmlakları ilə məsuliyyət daşıyırlar.
 - vətəndaşın mülkiyyətində və ya onun ailə üzvlərinin ümumi pay mülkiyyətində olan müəssisədir.
 - müəssisə azı bir şərikli və bir payçı tərəfindən təsis edilir.
 - dövlət əmlakını idarə etməyə vəkil edilən dövlət orqanları tərəfindən yaradılır.
 - bir və ya bir neçə fiziki və hüquqi şəxs tərəfindən yaradılan, nizamnamə fondu təsis müqaviləsi ilə müəyyən edilən həcmdə paylara bölünən müəssisədir
-

Sual: Şərikli (tam ortaqlı) müəssisənin çatışmayan cəhətləri onun hansı formasında aradan qaldırılır? (Çəki: 1)

- payçı və şərikli (komaudit ortaqlıqları) müəssisə
 - payçı və tam ortaqlı müəssisələrdə
 - səhmdar cəmiyyətlərdə
 - maliyyə sənaye qruplarında
 - fərdi müəssisələrdə
-

Sual: Məhdud məsuliyyətli müəssisə hansıdır? (Çəki: 1)

- nizamnamə fondu təsis müqavilələri ilə müəyyən edilən həcmdə paylara bölünən müəssisələrdir.
 - nizamnamə fondu təsis müqaviləsi ilə müəyyən edilən həcmdə paylara bölünməyən müəssisələrdir
 - sadə və köçürmə veksellerin tətbiqi ilə yaradılan müəssisələrdir.
 - sahibkarlığın əsas formalarından olub müştərək müəssisələrdir.
 - səhmdarların fəaliyyətinin sadə formasıdır
-

Sual: Səhmdar cəmiyyətin nizamnamə kapitalı necə formalaşır? (Çəki: 1)

- sadə və imtiyazlı səhmlərin yerləşdirilməsi nəticəsində

- veksellərin üçüncü  xse notarial formada ötürülməsi nəticəsində
 - xarici investordardan sadə səhmlərin köçürülməsi nəticəsində
 - yalnız yerli sərmayədarların sadə və köçürmə səhmlərinin yerləşdirilməsi nəticəsində
 - heç biri dođru deyil
-

Sual: Sadə səhmlər səhmdar cəmiyyətin nizamnamə kapitalının neçə faizini təşkil edir? ( eki: 1)

- 70 faizdən çox ola bilməz.
 - 75 faizdən az ola bilməz.
 - 65 faizdən az ola bilməz.
 - 60 faizdən çox ola bilməz
 - 75 faizdən az ola bilər.
-

Sual: İmtiyazlı səhmlər səhmdar cəmiyyətin nizamnamə kapitalının neçə faizini təşkil edir? ( eki: 1)

- 25 %-dən çox ola bilməz.
 - 20 %-dən az ola bilər.
 - 10 %-dən çox ola bilməz.
 - 20 %-dən çox ola bilər
 - 23 %-dən çox ola bilməz
-

Sual: Fəaliyyət miqyasına görə müəssisələr necə bölünür? ( eki: 1)

- kiçik, orta, iri
 - konqlomeratlar, trestl r, sindiqatlar
 -  xsi, fərdi, kollektiv
 - orta, iri, çox iri
 - heç biri dođru deyil.
-

Sual: İxtisaslaşma dərəcəsinə görə müəssisələr necə bölünür? ( eki: 1)

- ixtisaslaşmış, universal, qarışiq
 - ixtisaslaşmış, özünəxidmət, qarışiq
 - xüsusi, dövlət, bələdiyyə
 - xüsusi,  z l, dövlət
 - heç biri dođru deyil.
-

Sual: T m rk zl şm nin mahiyyəti nədir? ( eki: 1)

- məhsul istehsalı üzrə iri istehsal müəssisələrinin xüsusi  kikl rinin mütəmadi artmasıdır.
 - toplaşma, cəmləşmə
 - məhsul istehsalı üzrə kiçik istehsal müəssisələrinin toplaşaraq iri müəssisələr yaratması
 - məhsul istehsalı üzrə orta və kiçik müəssisələrin xüsusi  kisinin mütəmadi artırılmasıdır.
 - heç biri dođru deyil.
-

Sual: T m rk zl şm nin hansı formaları var? (  ki: 1)

- aqrqat, istehsal-texniki, texnoloji
 - dəyişən, formalaşmış, texnoloji
 - dəyişkən, texniki, texnoloji
 - iqtisadi, istehsal, texniki
 - heç biri doęru deyil.
-

