

Test: **2301_Az_Æyani_Yekun imtahan**

Fenn: **2301 Aqromarketing**

Sual sayı: **700**

1) Sual:Tətbiq mərhələsi satış həcmının sürətli artımını xarakterizə edir:

- A) Doğrudur
- B) Həmişə belə olmur
- C) Doğru deyil
- D) Həmişə doğru deyil
- E) Hərdən bir doğrudur

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

- A) Doğrudur.
- B) Həmişə belə olmur
- C) Doğru deyil
- D) Heç də doğru deyil
- E) Hərdən bir doğrudur

3) Sual:Emalçıların inhisarçı vəziyyəti kənd təsərrüfatı xammallarına qiymətini aşağı düşməsinə səbəb olur.

- A) Doğru deyil
- B) Həmişə belə olmur
- C) Doğrudur
- D) Həmişə doğru olmur
- E) Hərdən bir doğrudur

4) Sual:Kənd təsərrüfatı xammallarının emalı gəlirli iş adlanır:

- A) Düzgün deyil
- B) İstehlakçılar üçün
- C) Doğrudur.
- D) Heç də həmişə belə olmur
- E) Hərdən bir doğrudur

5) Sual:əgər təşkilat inanmırsa ki, məhsulların yeniləşdirilməsi nəticəsində o birincilik əldə edəcək, onda bu ona əlavə gəlir gətirməyəcək:

- A) Düzgün deyil
- B) Bəzi hallarda düzdür
- C) Düzgün qərardır
- D) Heçdə həmişə belə olmur
- E) Hərdən bir doğrudur

6) Sual: Texnopolis proqramında yaradılması əsas götürülüb:

- A) «Şərt» infrastruktur
- B) Könüllü infrastruktur

- C) «Yumşaq» infratsruktur
- D) "Möhkəm" infrastruktur.
- E) İnfrastrukturlar

7) Sual: Bufer zonasının yaradılması prinsipinə əsaslanan regional inkişaf modelidir.

- A) Fermern təsərrüfatları arası
- B) Kooperativlər arası
- C) Regionlar arası
- D) Respublikalar arası
- E) Ölkələr arası.

8) Sual:Regional inkişaf modeli səlahiyyətin ötürülməsinə əsaslanır

- A) Yerdə qalan səlahiyyət aşağı strukturlara
- B) Kifayət qədər səlahiyyət mərkəzi
- C) Yalnız yerdə qalan səlahiyyət mərkəzə
- D) Kifayət qədər səlahiyyət aşağı strukturlara
- E) Normal səlahiyyət aşağı strukturlara

9) Sual:Regional inkişaf modeli transsərhəd əməkdaşlığı prinsiplərinə əsaslanır.

- A) Müəssisələrin birliyi
- B) İttifaq olmayan dövlətlər
- C) Qonşu regionlar
- D) Qonşu olmayan rayonlar.
- E) Qonşu olmayan regionlar.

10) Sual:Regional inkişaf modeli regionların muxtariyyəti prinsipinə çərçivəsində əsasnar.

- A) Dövlətlərin birliyi
- B) İttifaq dövləti
- C) Dövlətlərin toxunulmazlığı.
- D) Dövlətin qonşuluğu.
- E) Dost dövlətlər.

11) Sual:Dövlət əraziçələrinin rayonlaşdırılması siyasəti həyata keçirilir.

- A) Polşa.
- B) Vyetnam.
- C) Almaniya.
- D) Macarıstan.
- E) Peru.

12) Sual:Dövlət ərazilərinin rayonlaşdırılması siyasəti həyata keçirilib:

- A) Polşada.
- B) Vyetnamda.
- C) Fransada.
- D) Macarıstanda.
- E) Peruda.

13) Sual:Regional siyasətin işlənilib hazırlanmasında obyektiv proses olmalıdır:

- A) Regionun ərazisinin azaldılması meyilliyi nəzərə alınmamalıdır.
- B) Regionun ərazisinin azaldılması meyilliyi nəzərə alınmalıdır
- C) Regionlarda müxtəlifliklərin artırılmasına meyillər nəzərə alınmalıdır.
- D) Regionların azaldılması meyilləri nəzərə alınmalıdır.
- E) Regionların azaldılması meyilləri nəzərə alınmamalıdır.

14) Sual:Konkret regionun idarəedilməsi ilə bağlı dünyada çoxlu təcrübə toplanmışdır.

- A) Müsbət.
- B) Mənfi.
- C) Həm müsbət, həm də mənfi.
- D) Yalnız müsbət.
- E) Yalnız mənfi.

15) Sual:Regionallaşdırma ilə bağlı dünyada çoxlu təgrübə toplanmışdır:

- A) Müsbət.
- B) Mənfi.
- C) Həm müsbət, həm də mənfi.
- D) Yalnız müsbət.
- E) Yalnız mənfi.

16) Sual:Aqrar sənaye kompleksidir

- A) Bütün regional siyasətin bir hissəsi
- B) Bütün regional siyasətin müəyyənedici amili
- C) Regional infrastrukturunun bir hissəsi
- D) Bütün təsərrüfat siyasətinin müəyyənedici amili
- E) Sənaye infrastrukturunun vacib amili

17) Sual:Bazara geniş müdaxilə strategiyası aşağı qiymətlə xarakterizə olunur:

- A) satışın həvəsləndirilməsində orta xərc səviyyəsi ilə;
- B) satışın həvəsləndirilməsində aşağı xərc səviyyəsi ilə;
- C) satışın həvəsləndirilməsində yüksək xərc səviyyəsi ilə;
- D) reklam mövcud deyil;
- E) bütün cavablar doğrudur.

18) Sual:Bazara geniş müdaxilə strategiyası xarakterizə edir:

- A) yüksək qiyməti;
- B) orta qiyməti;
- C) aşağı qiyməti;
- D) dempinq qiyməti;
- E) bütün cavablar doğrudur.

19) Sual:Seçmə yolla bazara daxil olma strategiyası yüksək qiymətlə o halda mümkündür ki

- A) satışın stimullaşdırılmasında xərclər orta səviyyəlidir;

- B) satışın stimullaşdırılmasında xərclər yüksək səviyyəlidir;
- C) satışın stimullaşdırılmasında xərclər aşağı səviyyəlidir;
- D) reklam mövcud deyil;
- E) bütün cavablar doğrudur

20) Sual:Bazara seçmə yolla daxil olmaq müəyyən edir:

- A) aşağı qiyməti;
- B) orta qiyməti;
- C) yüksək qiyməti;
- D) dempinq qiyməti;
- E) bütün cavablar doğrudur.

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

- A) satışın stimullaşdırılması orta xərc səviyyəsindədir;
- B) satışın stimullaşdırılması aşağı xərc səviyyəsindədir;
- C) satışın stimullaşdırılması yüksək xərc səviyyəsindədir;
- D) reklam mövcud deyil;
- E) bütün cavablar doğrudur.

22) Sual:Yeni mallarla bazara çıxarkən intensiv aqromarketing strategiyası müəyyən etməlidir:

- A) aşağı qiyməti;
- B) orta qiyməti;
- C) yüksək qiyməti;
- D) dempinq qiyməti;
- E) bütün cavablar doğrudur.

23) Sual:Passiv aqromarketing strategiyası mallara aşağı qiyməti o zaman müəyyən edir ki

- A) satışın həvəsləndirilməsində orta xərc səviyyəsi ilə;
- B) satışın həvəsləndirilməsində aşağı xərc səviyyəsi ilə;
- C) satışın həvəsləndirilməsində cüzi xərc səviyyəsi ilə;
- D) reklam mövcud deyil;
- E) bütün cavablar doğrudur

24) Sual:Passiv aqromarketing strategiyası müəyyən edir:

- A) yüksək qiyməti;
- B) orta qiyməti;
- C) aşağı qiyməti;
- D) dempinq qiyməti;
- E) bütün cavablar doğrudur.

25) Sual:Aqromarketingin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) istehsal olunan malların rolu və əhəmiyyəti;
- B) istehsal olunan əmək alətlərinin rolu və əhəmiyyəti

- C) əsas fondların rolu və əhəmiyyəti
- D) dövriyyə vəsaitlərinin rolu və əhəmiyyəti
- E) əmək proseslərinin mexanikləşdirmə səviyyəsinin rolu və əhəmiyyət.

26) Sual:Aqromarketingin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir

- A) iqtisadi nəticələrin təbii şəraitdən asılılığı;
- B) iqtisadi nəticələrin təbii şəraitdən qeyri-asılılığı;
- C) iqtisadi nəticələrin təbii şəraitdən asılılığının müstəqil olması;
- D) planlaşdırılan iqtisadi nəticələrin əkilən torpaq sahələrindən asılılığı
- E) iqtisadi nəticələri xırda və iri buyuzlu heyvanlardan asılılığı

27) Sual:Aqromarketingin xüsusiyyətləri kənd təsərrüfatının özünəməxsusluğu ilə izah edilir:

- A) təbii şəraitlə, istehsalın mövsümi olması ilə, ASK-də mülkiyyət münasibətləri ilə, istehsal vasitələri ilə, marketing fəaliyyətinin və elminin aşağı səviyyəsi ilə;
- B) iqtisadi nəticələrin təbii şəraitdən asılı olmaması ilə, istehsal ardıcılığı ilə;
- C) ASK-də torpaq mülkiyyətinin eyni formada olması ilə, marketing fəaliyyətinin müxtəlif səviyyədə həyata keçirilməsi ilə
- D) istehsal vasitələri ilə, satılan mallarla, yüksək həssaslıqla, özünü təşkil forması ilə;
- E) kənd təsərrüfatının müxtəlif formalarda təşkili ilə, aqromarketing sistemində digər marketing növlərinə nisbətən özünü təşkil forması ilə

28) Sual:Aqromarketingin xüsusiyyətlərini müəyyən edir:

- A) kənd təsərrüfatının özünəməxsusluğunu;
- B) dövləti;
- C) biznesmeni;
- D) fermerləri və birja maklerlərini;
- E) aqrobiznesin özünəməxsusluğunu

29) Sual:Kənd təsərrüfatı məhsulları ilə bağlı marketing

- A) mürəkkəb sənaye və digər marketing növlərinin məqsədyönlü asılılığıdır
- B) digər sənaye və müxtəlif marketing növlərinin geniş çeşiddə məqsədyönlü asılılığıdır;
- C) yüngül sənaye və daha çox marketing növlərinin mürəkkəb metodlarla asılılığıdır;
- D) ucuz sənaye malları və çox müxtəlif marketing növlərinin məqsədyönlü asılılığıdır;
- E) mühüm sənaye sahələri və müxtəlif növ marketing fəaliyyətinin məqsədyönlü asılılığıdır

30) Sual:Amerika iqtisadçı alimləri C.N.Devis və R.A.Qoldberq belə hesab edirlər ki, aqrobiznes marketingi özündə birləşdirir:

- A) birinci alıcıdan sonuncu istehlakçıya qədər marketing əməliyyatları
- B) birinci alıcıdan birinci istehlakçıya qədər marketing əməliyyatları;
- C) birinci alıcıdan sonuncu istehlakçıya qədər idarəetmə əməliyyatları
- D) birinci alıcıdan sonuncu istehlakçıya qədər kommersiya əməliyyatları
- E) birinci alıcıdan sonuncu istehlakçıya qədər loqistik əməliyyatlar

31) Sual:Robert E.Brenson və Duqlas Q.Norvel (ABŞ) yazır ki, Kənd təsərrüfatı marketingi əvvəllər müəyyən edirdi:

- A) istehsalçıdan birinci istehlakçıya qədər marketing;
- B) fermerdən birinci istehlakçıya qədər marketing;
- C) sahədən birinci istehlakçıya qədər marketing;
- D) istehsalçıdan birinci alıcıya qədər marketing
- E) istehsalçıdan sonuncu istehlakçıya qədər marketing.

32) Sual:Praktik fəaliyyətdə peşə etikasını köməyi ilə reallaşır.

- A) Yuxarı təşkilatların müəyyən etdiyi normalardır.
- B) Xüsusi orqanların müəyyən etdiyi normaların
- C) Prosedur qaydada müəyyən olunan forma, metod və üsulların
- D) Prosedur qaydada müəyyən olunan təlimat, metod və üsullarla
- E) İnzibati metod

33) Sual:Rəhbərlərin və mütəxəssislərin xədməti etikasını özündə əks etdirir

- A) Kadrların davranış üsullarının məcmusunu
- B) Qərarların qəbulu qaydalarının məcmusun
- C) İdarə edən kadrların praktiki əxlaqın
- D) İdarəedən kadrların nəzəri və praktiki əxlaqın (moral)
- E) İdarəetmə kadrlarının nəzəri əxlaqı

34) Sual:Peşə etikasını aşkar edir.

- A) Konkret əxlaqı öhdəliklərin məcmusunun davranış norma və prinsiplərin məcmusunu
- B) Məqbul öhdəliklərin məcmusunu, davranış norma və prinsipləri, hansı ki, işçilərin qarşılıqlı münasibəti zamanı reallaşır
- C) İşçilərin qarşılıqlı münasibətləri zamanı reallaşan davranış norma və prinsipləri, müəyyən əxlaqı öhdəliklərin məcmusunu
- D) Müəyyən əxlaqı öhdəliklərin məcmusunu, davranış prinsip və normalar
- E) Davranış norma və prinsiplərinin məcmusu

35) Sual:Ali məktəb onu qurtaran adamda əmək məhsuldarlığını artırır.

- A) 100%
- B) 200%
- C) 300%
- D) 50%
- E) 1-2%.

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

- A) İstehlakçıların müxtəlif və ya fərqli olmasını
- B) Qəbul edilən sanksiyaların müxtəlif və fərqli olmasını
- C) Bu malların, xidmətlərin, ideyaların müxtəlif və fərqli olmasını
- D) Bu mal və xidmətlərin fərqli olmasını
- E) Yalnız istehlakçıların müxtəlifliyi

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

- A) Aqromarketing sisteminin səmərəli fəaliyyət göstərməsinə, malların rəqabətqabiliyyətliliyi

azaldılmasını, aqrobiznesin geriləməsinə.

B) Aqromarketing sisteminin differensial fəaliyyət göstərməsinə, malların rəqabət qabiliyyətliyi yüksəlməsinə aqrobiznesin dirçəldilməsinə.

C) Aqromarketing sisteminin səmərəli fəaliyyətinə, malların rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə, aqrobiznesin dirçəldilməsinə

D) Aqromarketing sisteminin səmərəli fəaliyyətinə, malların rəqabətqabiliyyətinin zəiflədilməsinə, işin geriləməsinə

E) Aqromarketing sisteminin differensiyalaşması, malların rəqabətliliyinin azalması, aqrobiznesin ixtisası

38) Sual:Rəqabət mübarizəsində strategiyaya baxılır

A) Əsas məhsulun satışı üzrə onun uduşu, qeyri-qənaətbəxş aqrobiznesin səbəbinin öyrənilməsi

B) Əsas məhsulun xidmətin satışı üzrə onun uğursuzluğu, qeyri-qənaətbəxş aqrobiznesin səbəbinin öyrənilməsi

C) Əsas məhsulun (xidmətin) satışı üzrə onun uduşu qeyriqənaətbəxş aqrobiznesin səbəblərinin öyrənilməsi və s.

D) Bütün cavablar səhvdir

E) Əsas planını reallaşması, qeyri-qənaət bəxş aqrobiznesin səbəblərinin öyrənilməsi

39) Sual:Qanuna görə aqromarketing fəaliyyətinə nəzarət özündə birləşdirir

A) Aqromarketing xərclərinin təhlili və mənfəətə nəzarəti

B) Aqromarketingin təftişi və strateji nəzarət

C) Satış imkanlarının təhlili və tədarükə nəzarət

D) Satış imkanlarının təhlili və strateji nəzarət

E) Bütün cavablar düzdür

40) Sual:Aqromarketing xidməti məsuliyyət daşıyır

A) Rəhbərliyin və icraçıların zəruri aqromarketing və aqrotexniki informasiya ilə təmin olunmasına görə

B) Rəhbərliyin və icraçıların zəruri aqromarketing informasiyası ilə zəruri olunmasına görə

C) Rəhbərliyin və icraçıların zəruri aqromarketing və informasiyası ilə təyin olunmasına görə

D) Rəhbərliyin zəruri aqromarketing və aqrotexniki informasiya ilə təyin olunmasına görə

E) Zəruri aqromarketing informasiyası və köməkçi materiallarla təminata görə

41) Sual:Aqromarketingin təşkilidir

A) ASK-də müəssisələrin yaradılması prosesi

B) ASK-nin strukturunun yaradılması prosesi

C) ASK-də müəssisənin strukturunun yaradılması prosesi

D) Aqrarsənaye kompleksinin strukturunun yaradılması prosesi

E) Proseslərin struktur öyrənilməsi

42) Sual:Cəmləşdirmə (fokuslaşdırma) strategiya ondan ibarətdir ki,

A) Firma malgöndərənlər üçün bazarın spesifik segmentini müəyyən edir

B) Firma rəqiblər üçün bazarın spesifik segmentini müəyyən edir.

C) Firma özü üçün bazarın spesifik segmentini müəyyən edir

D) Firma vasitəçilər üçün bazarın spesifik segmentini müəyyən edir

E) Özü üçün münasib istehsal həcmi müəyyən edən vasitəçilər

43) Sual: Differensiallaşdırma strategiyası həyata keçirilir

- A) Böyük olmayan bazarın məqsəd olduğu müəssisələrdə
- B) Kiçik bazarın məqsəd olduğu müəssisələrdə
- C) Böyük bazarın məqsəd götürüldüyü müəssisələrdə
- D) Xüsusi bazara məqsədlənən müəssisələrdə
- E) Xüsusi bazara yönələn vasitəçilər

44) Sual: Xərclər üzrə liderin strategiyası istifadə olunur

- A) Böyük həcmli bazara istiqamətlənməyən müəssisələrdə
- B) Kiçik həcmli bazara istiqamətlənən müəssisələrdə
- C) Böyük həcmli bazara istiqamətlənən müəssisələrdə
- D) Böyük həcmli olmayan bazara istiqamətlənən müəssisələrdə
- E) Böyük həcmli bazara yönəlməyən vasitəçilər

45) Sual: İzlənilən strategiya bildirir.

- A) Nümunə kimi lideri izləməyi
- B) Liderin arxasınca izləməyi
- C) Liderin arxasınca onu yaxın məsafədən izləməyi
- D) Liderin arxasınca onu uzaq məsafədən izləməyi
- E) Tam müflisləşmə

46) Sual: C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarından biridir:

- A) malların irəlilədilməsinin planlaşdırılması
- B) ideyaların irəlilədilməsinin planlaşdırılması
- C) yeni mallara lisenziyaların irəlilədilməsinin planlaşdırılması
- D) malların təbii itkilərinin planlaşdırılması
- E) elmi-texniki yeniliklərin planlaşdırılması.

47) Sual: C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarından biridir:

- A) satışın planlaşdırılması;
- B) yüklərin planlaşdırılması;
- C) kommersiya əməliyyatlarının planlaşdırılması;
- D) bazarın tutumunun planlaşdırılması
- E) ticarət sazişlərinin planlaşdırılması.

48) Sual: C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarından biridir:

- A) malların (xidmətlərin) planlaşdırılması;
- B) istehlakçılara servis xidmətinin planlaşdırılması
- C) informasiya axınlarının planlaşdırılması
- D) əvəzedici malların planlaşdırılması;
- E) yeni malların (xidmətlərin) planlaşdırılması.

49) Sual: C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarından biridir:

- A) istehlakçıların təhlili;
- B) rəqiblərin təhlili;
- C) biznes üzrə tərəfdaşların təhlili;
- D) dövlətin iqtisadi siyasətinin təhlili
- E) dünya bazarının təhlili.

50) Sual: M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarından biridir:

- A) ətraf mühitin təhlili və bazarın tədqiqi;
- B) rəqiblərin mühitinin təhlili və bazarın tədqiqi
- C) ətraf mühitin təhlili və bazarın yenidən qurulması;
- D) siyasi və hüquqi mühitin təhlili və bazarın tədqiqi
- E) təbii mühitin təhlili və bazarın tədqiqi.

51) Sual: C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) qeyd edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarıdır:

- A) ətraf mühitin təhlili və bazarın tədqiqi; istehlakçıların təhlili; malların (xidmətlərin) planlaşdırılması; satışın planlaşdırılması; malların irəlilədilməsi; marketinqin idarəedilməsində sosial məsuliyyətin təmin edilməsi;
- B) rəqiblərin təhlili və bazarın tədqiqi; qiymətin planlaşdırılması; istehlakçıların təhlili; malların (xidmətlərin) planlaşdırılması; satışın planlaşdırılması; malların irəlilədilməsi;
- C) sahədə iqtisadi vəziyyətin təhlili; təminatın planlaşdırılması; qiymətin planlaşdırılması;
- D) ətraf mühitin təhlili və bazarın tədqiqi; istehlakçıların təhlili;
- E) reklamın və malların planlaşdırılması; malların irəlilədilməsinin planlaşdırılması

52) Sual: Aqromarketinqin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) aqromarketinq fəaliyyətinin digər marketinq növləri ilə müqayisədə elmi səviyyənin aşağı olması;
- B) aqromarketinq fəaliyyətinin digər marketinq növləri ilə müqayisədə elmi səviyyənin yüksək olması
- C) aqromarketinq fəaliyyətinin digər marketinq növləri ilə müqayisədə elmi səviyyənin effektiv olması;
- D) aqromarketinq fəaliyyətinin digər marketinq növləri ilə müqayisədə elmin təşkili səviyyənin yüksək olması
- E) aqromarketinq fəaliyyətinin digər marketinq növləri ilə müqayisədə elmin təkmilləşdirilməsinin yüksək olması

53) Sual: Qiymət siyasətinin imkanları və problemləri bazarının tipindən asılı olaraq dəyişir:

- A) Doğru deyil
- B) İstehlakçılar üçün
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğru olur

54) Sual: Orta qiymətin diapazonunun müəyyən edilməsinə rəqiblərin qiymətləri və onların bazar reaksiyaları təsir edir:

- A) Doğru deyil
- B) İstehlakçılar üçün

- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğru olur

55) Sual:Daimi xərclər istehsal səviyyəsindən birbaşa asılı olaraq dəyişir:

- A) Doğrudur
- B) Həmişə belə olmur
- C) Doğru deyil
- D) Heç də həmişə doğru olmur
- E) Bəzən doğru olur

56) Sual:Elastik tələbdə aşağı salınmış qiymət ümumi gəlirin həcmi çox artırır.

- A) Doğru deyil
- B) İstehlakçılar üçün
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

57) Sual:Tələbin öyrənilməsi üçün müxtəlif məhsullar üzrə onu qiymətləndirmək lazımdır.

- A) Doğru deyil
- B) İstehlakçılar üçün
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

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

- A) Düzdür.
- B) Bəzi hallarda
- C) Doğru deyil.
- D) Hərdən bir doğrudur
- E) Bəzən doğrudur

59) Sual:Müəssisənin bazar payının liderlik səviyyəinə çatması qiymətin maksimum artmasına gətirib çıxarır.

- A) Düzdür
- B) Bəzi hallarda
- C) Doğru deyil
- D) Hərdən bir doğrudur
- E) Bəzən doğrudur

60) Sual:Mümkün qiymət siyasəti problemləri bazarın tipindən asılı deyil:

- A) Düzdür
- B) Bəzi hallarda
- C) Doğru deyil

- D) Hərdən bir doğrudur
- E) Bəzən doğrudur

61) Sual:Təmiz rəqabət bazarı ibarətdir:

- A) Satıcı və alıcıdan
- B) Yalnız hər hansı bir malın satışından
- C) Çoxlu sayda satıcı və alıcıdan
- D) Yalnız hər hansı bir malın alıcısından
- E) Bütün cavabdar doğrudur

62) Sual:Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyuluşu qaydası bir mərhələ kimi.

- A) Qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- B) Qiymət qoyuluşudur
- C) Son qiymətin qoyuluşudur
- D) Müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
- E) Rəhbər işçilərin iclasıdır

63) Sual:Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi.

- A) Qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- B) Qiymət qoyuluşudur
- C) Qiymət qoymaq metodunun seçilməsidir
- D) Müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
- E) Rəhbər işçilərin iclasıdır

64) Sual:Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi.

- A) Qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- B) Qiymət qoyuluşudur
- C) Rəqiblərin qiymətinin təhlilidir
- D) Müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
- E) Rəhbər işçilərin iclasıdır

65) Sual:Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi.

- A) Qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- B) Qiymət qoyuluşudur
- C) Xərclərin qiymətləndirilməsidir
- D) Müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
- E) Rəhbər işçilərin iclasıdır

66) Sual:Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi.

- A) Qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- B) Qiymət qoyuluşudur
- C) Tələbin müəyyən edilməsidir
- D) Müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
- E) Rəhbər işçilərin iclasıdır

67) Sual:Müəssisə tərəfindən məhsula çıxış qiymətinin qoyulması qaydası bir mərhələ kimi.

- A) Qiymətin əmələ gəlməsinin həllidir
- B) Qiymət qoyuluşudur
- C) Qiymətin əmələ gəlməsi məsələsinin düzgün qoyuluşudur
- D) Müqavilə bağlamaq məsələsinin həllidir
- E) Rəhbər işçilərin iclasıdır

68) Sual:Aqromarketing proqramları nəzərdə tutur?

- A) kənd təsərrüfatında qısamüddətli sahibkarlıq strukturunun inkişaf strategiyasının qəbulu
- B) kənd təsərrüfatında uzunmüddətli sahibkarlıq
- C) nəqliyyat təsərrüfatında uzunmüddətli sahibkarlıq strukturlarının inkişaf strategiyasının qəbulu
- D) aqrar sənayedə qısamüddətli sahibkarlıq strukturlarının inkişaf strategiyasının qəbulu
- E) uzunmüddətli inkişaf strategiyasının qəbulu

69) Sual:Aqromarketing proqramları nəzərdə tutur?

- A) tədricən bazara adaptasiya
- B) bazara birbaşa adaptasiya
- C) bazara maksimum adaptasiya
- D) bazara minimum adaptasiya
- E) maksimum daxil olma

70) Sual:Aqromarketing əhatə edir:

- A) Bazarşəraitində malyeridilişinin müəyyən mərhələlərini
- B) tələbin proqnozlaşdırılmasını, ehtiyacların öyrənilməsi
- C) bazar şəraitində malyeridilişinin bütün mərhələlərini
- D) mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyatda malyeridilişinin bütün mərhələlərini
- E) prosesin bütün mərhələlərini

71) Sual:Aqromarketing sisteminin effektivliyi qrup göstəriciləri ilə xarakterizə olunur:

- A) 33
- B) 4
- C) 3
- D) 2
- E) 22

72) Sual:Aqromarketingin idarə olunması:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Aqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

73) Sual:Kommersiya fəaliyyəti:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir

- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Apqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

74) Sual:Tələbin formalaşması və məhsul satışının fəallaşdırılması:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Apqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

75) Sual:Qiymətin əmələ gəlməsi və qiymət siyasəti:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Apqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

76) Sual:Məhsulun həyat dövrünün öyrənilməsi:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Apqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

77) Sual:Məhsul siyasətinin həyata keçirilməsi:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Apqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

78) Sual:ətraf mühitin təhlili:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Apqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

79) Sual:Aqromarketing özündə əks etdirir?

- A) tələbin öyrənilməsi ilə bağlı əlaqələri, fəaliyyət sistemini, istehsalın və mübadilənin ödənilməsi üçün imkanlarını
- B) tələbin öyrənilməsi ilə bağlı baxış sistemlərini, fəaliyyət sistemini, istehsalın və mübadilənin ödənilməsi imkanlarını
- C) tələbin öyrənilməsi ilə bağlı baxış və tədbirlər sistemini, istehsalın və mübadilənin ödənilməsi

imkanlarını

D) tələbin öyrənilməsi ilə bağlı funksiya və tədbirlər sistemini, istehsal və mübadilə imkanlarını

E) tələbin öyrənilməsi ilə bağlı fəaliyyət və baxışlar sistemini, istehsal və mübadilə imkanlarını

80) Sual: Aqromarketinqin büdcəsinin işlənilib hazırlanması özündə əks etdirir:

A) konkret aqromarketinq strategiyalarının proqnozunun verilməsini;

B) konkret aqromarketinq strategiyalarının gəlirlərinin və ya itkilərinin proqnozunun verilməsi;

C) əsas aqromarketinq strategiyalarının gəlirlərinin və ya itkilərinin proqnozunun verilməsi;

D) təqdim olunan bütün aqromarketinq strategiyalarının gəlirlərinin və ya itkilərinin proqnozlaşdırılması;

E) bütün cavablar doğrudur

81) Sual: Marketinq strateqiyasının işlənilib hazırlanması üçün vacibdir:

A) konkret məqsədli bazarın təsviri;

B) konkret məqsədli bazarın müəyyən edilməsi;

C) konkret məqsədli bazarın tədqiqi;

D) konkret bazarın tutumunun müəyyən edilməsi;

E) bütün cavablar doğrudur.

82) Sual: Yenidən istiqamətlənmə azaltma strateqiyasının müxtəlifliklərindən biri kimi özünü göstərir:

A) müəssisənin fəaliyyət sferasında işçilərin ixtisar edilməsi;

B) müəssisənin fəaliyyət sferasında əməliyyatların artırılması;

C) müəssisənin hər hansı bir fəaliyyətində əməliyyatların azaldılması

D) müəssisənin fəaliyyət sferasında əməliyyatların yenidən bərpa edilməsi;

E) bütün cavablar doğrudur.

83) Sual: Aradanqaldırma azaltma strateqiyasının müxtəlifliklərindən biri kimi özünü göstərir:

A) təşkilatın bəzi mallarının satılması və ayrılması;

B) təşkilatın ayrı-ayrı bölmələrinin ayrılması və satılması;

C) təşkilatın bəzi brendlərinin satılması;

D) təşkilatın bəzi qiymətli kağızlarının satılması;

E) bütün cavablar doğrudur.

84) Sual: Ləğvetmə azaltma strateqiyasının müxtəlifliklərindən biri kimi müəyyən edir:

A) müəssisənin əmlakının bir hissəsinin satılmasını;

B) müəssisənin bütün əmlakının satılmasını;

C) müəssisənin bütün məhsullarının satılmasını;

D) müəssisənin bütün səhmlərinin satılmasını;

E) bütün cavablar doğrudur.

85) Sual: Azaldılma strateqiyasının əsas müxtəlifliyidir:

A) liberallaşdırma, yenidən istiqamətləndirmə;

B) demokratikləşdirmə, yenidən istiqamətləndirmə;

C) ləğvetmə, yenidən istiqamətləndirmə;

- D) ləğv etmə, yenidən qruplaşdırma;
- E) bütün cavablar doğrudur.

86) Sual: Yeni mallarla yeni bazarlara geniş çıxışın olması strategiyanın mahiyyətidir:

- A) çıxışın diversifikasiyası;
- B) inkişafın diversifikasiyası;**
- C) gedişin diversifikasiyası;
- D) tənəzzülün diversifikasiyası;
- E) bütün cavablar doğrudur.

87) Sual: İnkişafın diversifikasiyası strategiyanın mahiyyətidir:

- A) yeni mallarla yeni bazarlara çıxışın məhdud olması;
- B) yeni mallarla yeni bazarlara çıxışın geniş olması;**
- C) yeni mallarla yeni bazarlara çıxışdan imtina olunması;
- D) köhnə mallarla yeni bazarlara çıxışın geniş olması;
- E) bütün cavablar doğrudur.

88) Sual: Reqlamentlə aqromarketing əməyi (bu funksiyayı yerinə yetirən mütəxəssislər üzrə) təşkil edir.

- A) 50-55%
- B) 55-60%
- C) 63-72%**
- D) 63-70%
- E) 73-74%

89) Sual: Müəssisə elmi təşkilatlar, sənaye və digər strukturlar:

- A) Təşkilatın marketing üzrə assosiasiyasında birləşə bilər
- B) Aqromarketing üzrə assosiasiyada birləşə bilməz
- C) Aqromarketing üzrə assosiasiyada birləşə bilər**
- D) Təşkilatı marketing üzrə assosiasiyasında birləşə bilməz
- E) Marketing üzrə assosiasiyada adamlar birlik təşkil edə bilər

90) Sual: Tədqiqata və təhlilə elmi əsaslandırılmış yanaşmanı təmin edir:

- A) Birləşmiş strukturun xüsusi şöbəsi
- B) Birləşmiş strukturun maddi-texniki təchizat şöbəsi
- C) Birləşmiş strukturun funksional şöbəsi**
- D) Sənaye Nazirliyinin funksional şöbəsi
- E) Sənaye Nazirliyinin xüsusi şöbəsi

91) Sual: Kənddə əvvəlcə nail olunmuş həyat səviyyəsinin bərpası:

- A) Aqrar proqramların əsas blokuna daxil deyil
- B) Yuxarı orqanların icazəsi olmadan mümkün deyil
- C) Aqrar proqramların əsas blokuna aiddir**
- D) Aqrar proqramların ikinəci dərəcəli blokuna aiddir
- E) İllik proqramların əsas blokuna daxil deyil

92) Sual:Reinjinerinqdir.

- A) Əsaslı şəkildə düşünmək və fəaliyyətdə olan biznesi yenidən qurmaq
- B) Fəaliyyətdə olan biznesi qaydaya salmaq və yenidən dərk etmək
- C) Biznesi köklü surətdə yenidən qurmaq və əsaslı şəkildə yenidən düşünmək
- D) Fəaliyyətdə olan biznesi qaydaya salmaq və dərk etmək
- E) Fəaliyyətdə olan biznesin öyrənilməsi və genişləndirilməsi

93) Sual:Menecment üzrə məsləhətçiləri birləşdirirlər

- A) 8 qrupda
- B) 5 qrupda
- C) 8 əsas qrupda
- D) 5 əsas qrupda
- E) 7 qrupda.

94) Sual:Avropanın məlumat-cöstəricilərində menecment üzrə məsləhətçilər bölünüb.

- A) 44 növə
- B) 54 növə
- C) 84 növə
- D) 74 növə
- E) 64 növ

95) Sual:Məsləhət vermənin növlərindən biridir

- A) Müsahibə
- B) İntervyu
- C) Öyrətmə
- D) Xülasə
- E) Müşahidə

96) Sual:Məsləhət vermənin növlərindən biridir

- A) Müsahibə
- B) İntervyu
- C) Proses
- D) Xülasə
- E) Müşahidə

97) Sual:Məsləhət vermənin növlərindən biridir

- A) Müsahibə
- B) İntervyu
- C) Ekspert
- D) Xülasə
- E) Müşahidə

98) Sual:Aqromarketing üzrə məsləhətçilərin marketoloq qarşısında üstünlükləri

- A) Yoxdur

- B) Qismən
- C) Vardır
- D) Demək olar ki, yoxdur
- E) Nəhəng

99) Sual: Adətən konsaltinq həyata keçirilir

- A) Qeyri-kommersiya əsasında
- B) Xeyriyyəçilik əsasında
- C) Kommersiya əsasında
- D) Bütün cavablar doğrudur
- E) Bütün cavablar düzdür

100) Sual: Aqromarketing konsepsiyasında bazar özündə məcmunu əks etdirir.

- A) Həqiqi və dolaylı tələbləri
- B) Potensial və qeyri potensial tələbləri
- C) Həqiqi və potensial tələbləri.
- D) Həqiqi və potensial istehsalçıları
- E) Bütün cavablar doğrudur

101) Sual: Rasional motivlərə aşağıdakılar aiddir:

- A) zərərsizlik
- B) istək
- C) mənfəətlilik
- D) arzu edilmə
- E) qorxu

102) Sual: Reklam müraciətlərində istifadə edilən motivlər şərti olaraq aşağıdakı böyük qruplarda cəmlənilir:

- A) rasional, irrasional, emosional və əxlaqi
- B) rasional, irrasional və əxlaqi
- C) rasional, emosional və əxlaqi
- D) irrasional, emosional və əxlaqi
- E) emosional və əxlaqi

103) Sual: Reklam müraciətlərində istifadə edilən motivlər şərti olaraq aşağıdakı böyük qruplarda cəmlənilir:

- A) 4
- B) 5
- C) 3
- D) 8
- E) 2

104) Sual: Reklam kommunikasiyasında kodlaşdırma kommunikasiya ideyasının aşağıdakı formalarda təqdim edilməsidir:

- A) rəqiblərə mətn, simvol, obraz formasında

- B) Vasitəçilərə mətn, simvol, obraz formasında
- C) Adresata mətn, simvol, obraz formasında
- D) Vasitəçiyə simvol və ya obraz formasında
- E) Adresata mətn və simvol formasında

105) Sual: Reklam yaxşı məhsulun satışını stimullaşdırır, pis məhsulun iflasını tezləşdirir :

- A) A.F.Kotler
- B) B.H.Ernişvili
- C) V.A.Politsa
- D) Q.E.Ytkin
- E) D.Y.Tsıpkın

106) Sual: Kütləvi reklam konkret kontingentə istiqamətləndirilir :

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

107) Sual: AMKS-in müxtəlif vasitələrinin istifadə edilməsi hər hansı bir bazarda müxtəlif səmərə verir:

- A) Yanlıştır
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

108) Sual: Məhsulun hərəkətə gətirilmə strategiyası kənd təsərrüfatı istehsalçılarının istehlakçılarla qarşılıqlı əlaqəsini kommunikasının əsas istiqaməti :

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

109) Sual: Aqromarketingin bu və ya digər strategiyası Aqromarketing Kommunikasiya Sisteminin (AMKS) müxtəlif rolunu nəzərdə tuta bilər

- A) Yanlıştır
- B) Hər zaman doğru deyil
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

110) Sual: Praktikada kommunikasiya qatışıqının yalnız bir elementindən istifadə edilməsi müşahidə olunur

- A) Doğrudur

- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

111) Sual: Aqromarketing kommunikasiya məqsədlərinin seçimi onlara nail olunma üçün istifadə edilən vasitələri müəyyən edir

- A) Yanlıştır
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

112) Sual: Kommunikasiya qarışığının bu və ya digər vasitəsinin istifadə edilməsi konkret bazar vəziyyətindən asılı deyil.

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

113) Sual: Satış ticarət nümayəndəsi gəlməzdən xeyli əvvəl başlayır. Satış nədən başlayır?

- A) istehsaldan
- B) təbliğatdan
- C) reklamdan
- D) sorğudan
- E) sorğu-sualdan

114) Sual: Kommunikasiya məqsədləri aqromarketing məqsədləri sisteminin orqanik bir hissəsi hesab edilməlidir:

- A) mütləq deyil
- B) bəzi hallarda
- C) düzdür, lazımdır
- D) Tam doğru deyil
- E) bəzən lazımdır

115) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir:

- A) aqromarketingin mikro mühiti
- B) aqromarketingin makro mühiti;
- C) müəyyən çərçivədə aqromarketing mühiti
- D) aqromarketingin istehsal mühiti;
- E) bütün cavablar doğrudur

116) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir:

- A) vasitəçilər;
- B) valyutaların dünya kursları;
- C) istifadə olunan nəqliyyat vasitələri;
- D) materialların göndərilməsinin xüsusi şərtləri;
- E) bütün cavablar doğrudur

117) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir:

- A) statistiklər;
- B) ştatda olan müşahidəçilər;
- C) brokerlər və agentlər
- D) təmasda olunan auditoriya;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

118) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir:

- A) vergi xidməti;
- B) vasitəçilərin taara təsərrüfatı
- C) malgöndərənlər;
- D) bank dərəcələri;
- E) bütün cavablar doğrudur

119) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir:

- A) vergi müfəttişləri
- B) rəqiblər;**
- C) broker firmaları
- D) komissionerlər;
- E) bütün cavablar doğrudur

120) Sual:Aqromarketingin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir.

- A) Arzu olunan şahidlər
- B) Arzu olunmayan iştirakçılar
- C) Əlaqə auditoriyası
- D) Əlaqə telefonu
- E) Əlaqə mexanizmi

121) Sual:Aqromarketing kommunikasiyasında mühüm əhəmiyyət həqiqi və potensiallardır:

- A) Namizədlər
- B) Xidmətçilər
- C) İstehlakçılar
- D) Təchizatçılar
- E) İstehsalçılar

122) Sual:Aqromarketing kommunikasiyasında müəssisənin əməkdaşları mühüm rol oynayır.

- A) Birgə müəssisələrin
- B) Geri qalan müəssisələrin
- C) Həmişə fəaliyyətdə olan müəssisənin
- D) Konkret təşkilatın
- E) Nəzərdə tutulan təşkilatın

123) Sual:Aqromarketing kompleksinin əsas elementləridən biridir.

- A) İstehsal təyinətli malların çeşidi
- B) İstehsal təyinətli malların nomenklaturası.
- C) Aqromarketingin kommunikasiya sistemi
- D) Telekommunikasiya rabitəsi sistemi.
- E) Bütün cavablar doğrudur

124) Sual:Aqromarketing kompleksinin əsas elementləridən biridir.

- A) Çeşid
- B) Nomenklatura
- C) Tələb
- D) Təklif
- E) Satışın sistemi

125) Sual:Aqromarketing kompleksinin əsas elementləridən biridir.

- A) Çeşid
- B) Nomenklatura.
- C) Qiymət.
- D) Tələb.
- E) Təklif.

126) Sual:Aqromarketing kompleksinin əsas elementlərindən biridir.

- A) Çeşid.
- B) Nomenklatura.
- C) Məhsul.
- D) Tələb.
- E) Təklif.

127) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri öz funksiyasını yerinə yetirmək məqsədi ilə aşağıdakıları icra etmək məcburiyyətində qalırlar:

- A) Marketing agentliklərinə müraciət
- B) Xarici marketing mühiti dəyişmələrinə uyğunlaşma, eyni zamanda öz imkanları daxilində ona təsir etmək**
- C) Yenidən təşkil etmək
- D) Sonuncu məhsulun qiymətinin endirilməsi
- E) aqrobiznesin təkmilləşdirilməsi

128) Sual:Aqromarketing özündə əks etdirir:

- A) Kənd təsərrüfatı müəssisələrinə istiqamətlənən tənzimləməni və idarəetməni tələb edən mürəkkəb**

sistem

- B) Dövlətin milli və ictimai təkrar istehsalının hazırki sistemi
- C) Sənaye müəssisələrinə istiqamətlənən tənzimləməni və idarəetməni tələb edən sistem.
- D) Kənd təsərrüfatı müəssisələrinə istiqamətlənən tənzimləməni və idarəetməni tələb etməyən sadə sistem.
- E) ferment təsərrüfatçılığının kompleks inkişafını

129) Sual:Tələb olmadıqda marketinqin tipi:

- A) həvəsləndirici
- B) inkişaf edən
- C) konversion
- D) remarketing
- E) demarketing

130) Sual:Neqativ tələbdə marketinqin tipi:

- A) həvəsləndirici
- B) inkişaf edən
- C) konversion
- D) remarketing
- E) demarketing

131) Sual:Aqromarketing mühiti şərti olaraq bölünür?

- A) aktiv və qeyri-aktiv mühitə
- B) kənd və şəhər mühitinə
- C) mikro və makro mühitə
- D) makro, mikro və kənd mühiti
- E) mikro və kənd mühiti

132) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketing informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) Öz rəqiblərinin işini əlaqələndirmək
- B) Öz bölmələrinin işini əlaqələndirmək
- C) Referent qrupların işini əlaqələndirmək
- D) Qarışıq nəqliyyat təşkilatlarının işini əlaqələndirmək
- E) bazar subyektləri ilə əlaqələndirmək

133) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketing informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) İstehlakçıların özlərinə münasibətini təyin etmək
- B) Vasitəçilərin özlərinə münasibətini təyin etmək
- C) Dövlət məurlarının özlərinə münasibətini təyin etmək
- D) Rəqiblərin özlərinə münasibətini təyin etmək
- E) aqrar bazarda vəziyyəti təyin etmək

134) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketing informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) Vergi əlavələrini azaltmaq üçün ən əlverişli şərtlərin seçilməsi
- B) Tənzimlənən bazarların seçilməsi
- C) Ən lverişli sığorta şərtlərinin seçilməsi
- D) Ən əlverişli bazarların seçilməsi**
- E) xarici bazarlara çıxma bilsin

135) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketing informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) Maliyyə riskinin nəzərə alınması
- B) Maliyyə riskinin öyrənilməsi
- C) Maliyyə riskinin aşağı salınması**
- D) Tərəfdaşlar qarşısında bütün öhdəliklərin yerinə yetirilməsi şərtlərinə düzgün nəzarət
- E) maliyyə xərcləri azalsın

136) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketing informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) İşçilərin əmək intizamına nəzarət
- B) Şəxsi fəaliyyətin analiz edilməsi**
- C) Xarici marketing mühiti situasiyasını lazımsız olaraq qiymətləndirməmək
- D) Qeyri qanuni rəqabət metodlarını aşkarlamaq
- E) bazarın kompleks öyrənilməsi

137) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketing informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) Xarici marketing mühiti situasiyasının obyektiv qiymətləndirilməsi**
- B) Öz iqtisadi vəziyyətinin obyektiv qiymətləndirilməsi
- C) Rəqiblərə təzyiqin gücləndirilməsi
- D) Hər bir əməkdaşın obyektiv qiymətləndirilməsi
- E) rəqiblərin qiymətləndirilməsi

138) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin xarici maarketing mühiti stuasiyasının obyektiv qiymətləndirilməsi və öz fəaliyyətini analiz etmək üçün lazımdır:

- A) Öz etibarlı işçilərini cavabdehlik nöqtəyi nəzərindən düzgün yerləşdirməyi bacarmaq.
- B) Baş verən prosesləri dəqiqliklə anlamaq
- C) Lazımı yerlərdə və nöqtələrdə informatorların olması
- D) Aqromarketing informasiyaların toplanması ilə məşğul olmaq**
- E) aqromarketing informasiyalarının işlənməsi

139) Sual:Müasir bazarda uğurlu rəqabət aparmaq üçün birinci növbədə vacibdir:

- A) Maliyyənin istiqamətləndirilməsi
- B) İnformasiyanın istiqamətləndirilməsi**
- C) Bazara mal yeridilişinin istiqamətləndirilməsi
- D) Heyət və birgə fəaliyyətin istiqamətləndirilməsi
- E) anbar təsərrüfatı

140) Sual: Amillərdən biri marketinqin makomühitinə aiddir:

- A) Dempink
- B) Protectionist
- C) Demoqrafik
- D) Bazar
- E) ekspsionist

141) Sual: Amillərdən biri marketinqin makomühitinə aiddir:

- A) Təşkilati-hüquqi
- B) Təbii-iqlim**
- C) Adminstrativ komanda
- D) Maliyyə
- E) Elmi-texniki

142) Sual: Amillərdən biri marketinqin makomühitinə aiddir:

- A) Məhsulgöndərən
- B) Rəqiblər və rəqabət
- C) Siyasi stabillik və ekologiya
- D) elmi-texniki**
- E) elmi-tərəqqi

143) Sual: Amillərdən biri marketinqin makomühitinə aiddir:

- A) Yazılı
- B) İqtisadi**
- C) İstehlakçı
- D) Vasitəçi
- E) rəqiblər

144) Sual: Amillərdən biri marketinqin makomühitinə aiddir:

- A) Din
- B) Milli mentalitet
- C) Siyasi-hüquqi**
- D) Bazar
- E) infrastruktur

145) Sual: Məlum strategiya tədqiqatı müəyyən edir:

- A) yaxın məsafədə liderlik uğrunda mübarizə;
- B) liderlə bir cərgədə mübarizə;
- C) liderlə xeyli uzaq məsafədə mübarizə;**
- D) liderlə müəyyən məsafədə mübarizə
- E) düzgün cavab yoxdur.

146) Sual: Müəssisələr bazarda tutduğu payından asılı olaraq bölünür

- A) liderlər;
- B) liderliyə namizədlər;

- C) bütün cavablar doğrudur
- D) bazardakı yenilər;
- E) bazarda iflasa uğrayanlar».

147) Sual:Müəssisənin bazarda tutduğu mövqeyindən asılı olaraq rəqabətin rolu müəyyən edilir:

- A) 5
- B) 5
- C) 4
- D) 6
- E) 2

148) Sual:Aqromarketing planının əsas bölmələrindən biridir:

- A) məqsədin müəyyən edilməsi;
- B) strategiyanın işlənməsi;
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) taktikanın işlənməsi;
- E) nəticənin qiymətləndirilməsi.

149) Sual:Məqsədlər olmalıdır

- A) qısa;
- B) ətraflı;
- C) konkret;
- D) dəyişkən;
- E) düzgün cavab yoxdur.

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

- A) 1990-cı illərdə;
- B) 2000-ci ildə;
- C) 80-ci illərin ortalarında;
- D) bu gün;
- E) düzgün cavab yoxdur

151) Sual: Aqromarketingin idarə edilməsi və aqromarketing xidmətinin idarə edilməsi

- A) eyni anlayışdır;
- B) müxtəlif strategiyalardır;
- C) müxtəlif anlayışlardır
- D) eyni taktikadır;
- E) düzgün cavab yoxdur.

152) Sual:Aqromarketingin idarəetmə prosesində idarəetmə sistemi kimi çıxış edir:

- A) ASK müəssisə rəhbərləri və onların müavinləri;
- B) yalnız ASK müəssisə rəhbərləri;
- C) ASK müəssisə rəhbərləri və onun marketing xidməti;

- D) konsaltinq firmalarının rəhbərləri;
- E) düzgün cavab yoxdur.

153) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketing informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki:

- A) marketingin ətraf mühitində baş verən vəziyyəti düzgün qiymətləndirsin;
- B) bütün iqtisadi vəziyyəti düzgün qiymətləndirməyi
- C) rəqiblərə təzyiqli artırmağı
- D) hər bir əməkdaşın fəaliyyətini düzgün qiymətləndirməyi
- E) bütün cavablar doğrudur

154) Sual:təsərrüfatı müəssisəsi xarici marketing mühitində vəziyyəti düzgün qiymətləndirmək üçün və öz fəaliyyətini təhlil etmək üçün bilməlidir:

- A) etibar etdiyi işçiləri düzgün yerləşdirməyi və məsuliyyəti müəyyən etməyi;
- B) baş verən proseslərin mahiyyətinə dəqiq müdaxilə etməyi;
- C) lazımı yerlərdə informasiya verənləri yerləşdirməyi
- D) aqromarketing informasiyalarını toplamağı bacarmağı
- E) bütün cavablar doğrudur

155) Sual:Müasir bazarda uğurlu rəqabət aparmaq üçün birinci növbədə lazımdır:

- A) maliyyəni idarə etmək;
- B) informasiyanı idarə etmək;
- C) bazara mal göndərilməsini idarə etmək;
- D) bir-biri ilə bağlı fəaliyyəti və işçiləri idarə etmək
- E) bütün cavablar doğrudur

156) Sual:Aqromarketingin effektiv idarə edilməsi və aqrobiznes sahəsində qəbul edilən idarəetmə qərarlarının keyfiyyəti asılıdır:

- A) idarəetmədə informasiya sistemlərinin dəqiq fəaliyyətindən
- B) marketing xidmətinin əməkdaşlarından
- C) marketingin informasiya sistemlərinin dəqiq fəaliyyətindən
- D) xarici informasiya sistemlərinin dəqiq fəaliyyətindən;
- E) bütün cavablar doğrudur.

157) Sual:Aqromarketing xidmətinin idarə edilməsi müəyyən edir:

- A) marketingin tam sisteminin işlənilib hazırlanması, effektiv nəzarət, müəssisənin bütün marketing fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və təhlili
- B) marketingin mürəkkəb sisteminin işlənilib hazırlanması, effektiv nəzarət, müəssisənin bütün marketing fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və təhlili
- C) marketingin daha optimal sisteminin işlənilib hazırlanması, effektiv nəzarət, müəssisənin bütün marketing fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və təhlili
- D) müəssisənin bütün fəaliyyətinin təhlili, effektiv nəzarət və idarəetmənin optimal təşkili sisteminin işlənilib hazırlanması
- E) bütün cavablar doğrudur

158) Sual:Aqromarketing xidmətinin idarə edilməsi müəyyən edir:

- A) qarşıya qoyulan uğura çatmaq üçün bütün idarəetmə tədbirlərinin planlı qaydada və effektiv təşkili;
- B) qarşıya qoyulan uğurun əldə edilməsi üçün bütün marketing tədbirlərinin planlı və effektiv təşkili;
- C) qarşıya qoyulan uğura nail olmaq üçün bütün satış tədbirlərinə nəzarət etmək və satışı effektiv təşkil etmək;
- D) qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün bütün menecment tədbirlərinin planlı qaydada və effektiv təşkil etmək;
- E) bütün cavablar doğrudur.

159) Sual: Aqromarketingin effektiv idarəedilməsidir

- A) müəyyən müqavilənin yerinə yetirilməsini tələb etmir
- B) müəyyən müqavilənin yerinə yetirilməsini tələb edir
- C) müəyyən qaydalara əməl etməyi tələb edir
- D) müəyyən qaydalara əməl etməyi tələb etmir
- E) bütün cavablar doğrudur

160) Sual: İrrosional tələbdə marketingin tipi:

- A) həvəsləndirici
- B) inkişaf edən
- C) konversion
- D) əks təsirli
- E) remarketing

161) Sual: Tələb optimal səbiyyədən yüksəkdirsə, bu marketingin tipinə uyğundur?

- A) konversiya
- B) stimullaşdırıcı
- C) demarketing
- D) inkişaf edən
- E) remarketing

162) Sual: Optimal tələbdə marketingin tipi:

- A) həvəsləndirici
- B) inkişaf edən
- C) konversion
- D) dəstəklənən
- E) demarketing

163) Sual: Tərəddüd edən tələbdə marketingin tipi:

- A) həvəsləndirici
- B) inkişaf edən
- C) sinxromarketing
- D) remarketing
- E) konversiya

164) Sual: Potensial tələbdə marketingin tipi:

- A) həvəsləndirici
- B) inkişaf edən**
- C) konversion
- D) remarketing
- E) demarketing

165) Sual:Marketingin makromühit amilləri özündə birləşdirir:

- A) Demografik, siyasi-hüquqi, iqtisadi, elmi-texniki, təbii-iqlim, mədəni və s. amillər.**
- B) İstehlakçılar, demografik, siyasi-hüquqi, iqtisadi, elmi-texniki, təbii-iqlim, mədəni və s. amillər.
- C) Məhsulgöndərənlər, demografik, siyasi-hüquqi, iqtisadi, elmi-texniki, təbii-iqlim, mədəni və s. amillər.
- D) Rəqabət və rəqiblər, demografik, siyasi-hüquqi, iqtisadi, elmi-texniki, təbii-iqlim, mədəni və s. amillər.
- E) içtimai-siyasi

166) Sual:Müəssisələrin öz fəaliyyəti, eləcə də mikromühitin digər elementləri genişmiqyaslı və qlobal təsir edən amillərin məcmusudur:

- A) Makromühit**
- B) Mikromühit
- C) Siyasi-hüquqi mühit
- D) Nəzarət olunan mühit
- E) milli mentalitet

167) Sual:Marketingin makro mühiti:

- A) Müəssisələrin öz fəaliyyəti, eləcə də mikromühitin digər elementləri genişmiqyaslı və lokal təsir göstərən amillərin məcmusudur
- B) Müəssisələrin öz fəaliyyəti, eləcə də mikromühitin digər elementləri genişmiqyaslı və qlobal təsir göstərən amillərin məcmusudur**
- C) Bir neçə amilləri çıxmaq şərti ilə müəssisələrin öz fəaliyyəti, eləcə də mikromühitin digər elementlərin genişmiqyaslı və qlobal təsiri
- D) Mikro mühit elementləri və amillər məcmusu
- E) bazar infrastrukturu

168) Sual:Müəssisələrin aqromarketing mikro mühiti öz fəaliyyətində bilavasitə gündəlik qarşılaşdığı elementləri birləşdirir.

- A) Məhsulgöndərən, rəqiblər, marketing vasitəçiləri, kontakt auditoriyası və məqsədli müştəri bazarları**
- B) Yerli idarəetmə hakimiyyəti, rəqiblər, marketing vasitəçiləri, kontakt auditoriyası və məqsədli müştəri bazarları
- C) Qanunvericilər, rəqiblər, marketing vasitəçiləri, kontakt auditoriyası və məqsədli müştəri bazarları
- D) Şəhər vergi xidməti, rəqiblər, marketing vasitəçiləri, kontakt auditoriyası və məqsədli müştəri bazarları
- E) reklam agentlikləri ilə

169) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin aqromarketing mikro mühiti özündə aşağıdakı elementləri birləşdirir:

- A) O, bilavasitə, gündəlik öz fəaliyyətində qarşılaşır**

- B) O, bilavasitə, bəzən öz fəaliyyətində qarşılaşır
- C) O, bilavasitə, ildə bir dəfə öz fəaliyyətində qarşılaşır
- D) O, bilavasitə, heç vaxt öz fəaliyyətində qarşılaşmır
- E) o, ayda bir dəfə qarşılaşır

170) Sual:Aqromarketinin mühiti şərti olaraq bölünə bilər:

- A) Marketing müəssisələrinin mikro mühiti və makro mühiti
- B) Marketing müəssisələrinin nəzarət edilən mühiti və daxili mühiti
- C) Regional və ümumimilli mühiti
- D) Araşdırılan və nəzarət olunmayan mühit
- E) tədqiq olunan və təkmilləşdirilən

171) Sual:Korporativ mədəniyyətin formalaşdırılması sistemi:

- A) Fərdi sistemin qiymətləndirilməsi, norma və fəaliyyət qaydaları, hansı ki, bütün işçilər bilməli və əməl etməlidir
- B) Milli sistemin qiymətləndirilməsi, norma və fəaliyyət qaydaları, hansı ki, ölkə vətəndaşları bilməli və əməl etməlidir
- C) Xüsusi sistemin qiymətləndirilməsi, norma və fəaliyyət qaydaları, hansı ki, bütün işçilər bilməli və əməl etməlidir
- D) Vahid sistemin qiymətləndirilməsi, norma və fəaliyyət qaydaları, hansı ki, bütün işçilər bilməli və əməl etməlidir
- E) milli dəyərlərin qorunması

172) Sual:Aşağıda sadalananlar kənd təsərrüfatı firmalarının rəhbərliyinə aiddir:

- A) ASK regional mədəniyyətin təşkili
- B) Ümumi istehlak mədəniyyətinin təşkili
- C) Korporativ mədəniyyətin təşkili
- D) Müəssələrin taktiki tapşırıqlarının yerinə yetirilməsi
- E) daxili mədəniyyətin qorunması

173) Sual:Aşağıda sadalananlar kənd təsərrüfatı firmalarının rəhbərliyinə aiddir:

- A) Logistik sistenlərin ümumi məqsədinin quruluşu
- B) Müəssələrin taktiki tapşırıqlarının yerinə yetirilməsi
- C) Müəssisənin ümumi məqsədinin quruluşu
- D) ASK regionlarının ümumi məqsədinin quruluşu
- E) subardinasianın qorunması

174) Sual:Aşağıda verilənlər kənd təsərrüfatı firmalarının rəhbərliyinə aiddir.

- A) Müəssələrin taktiki tapşırıqlarının yerinə yetirilməsi
- B) Fəaliyyət sferasının müəyyənləşdirilməsi, ərazi sərhədlərinin fəaliyyəti və s.
- C) Rəqiblərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi, ərazi sərhədlərinin fəaliyyəti və s.
- D) Vergi artımının təyini, nəqliyyat tarifləri və s.
- E) xarici ölkələrə çıxış

175) Sual:İdarəetmə sistemi Marketingin idarəedilməsi prosesində (idarəetmə subyekti) çıxış edir.

- A) Kənd təsərrüfatı müəssələrinin briqada rəhbərliyi və onun menecment xidməti

- B) Kənd təsərrüfatı müəssələrinin sahə rəisləri və onun marketinq xidməti
- C) Kənd təsərrüfatı rayonlarına rəhbərlik və onun marketinq xidməti
- D) Kənd təsərrüfatı müəssələrinə rəhbərlik və onun marketinq xidməti**
- E) fermer təsərrüfatlarına rəhbərlik

176) Sual:Aqromarketinqin idarəedilməsinin əsas məqsədi:

- A) Kənd təsərrüfatı müəssələrinin marketinq fəaliyyətinin adekvat sistemi və onun marketinq mühiti arasında uyğunluğun dəstəklənməsi**
- B) Təhlükəsizliyin təmin edilməsi üzrə işlərin təşkili
- C) Kənd təsərrüfatı müəssələrində maliyyə hesabatlarının göndərilməsinin təmin edilməsi
- D) Kənd Təsərrüfatı Nazirliyindən maliyyə supsidiyaların alınması
- E) aqrobiznesin təşkili

177) Sual:Güclü rəqabət şəraitində aqrar sahədə fəaliyyət göstərən firmalar aşağıdakılarla əlaqələri qaydaya salmağa cəhd edirlər:

- A) Alıcılarla
- B) Bazar və onun marketinq elementləri ilə**
- C) Məhsulgöndərənlərlə
- D) Potensial rəqiblərlə
- E) banklarla

178) Sual:Marketinqə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir:

- A) vasitəçilərin tələblərinə cəld cavab vermək;
- B) əmtəəni dərk etməyə elmi yanaşma;
- C) bazarın tələblərinə cəld cavab vermək;**
- D) bazarı dərk etməyə sistem yanaşma;
- E) istehsalçıların maraqlarının qeyri-şərtsiz prioritet olması.

179) Sual:Marketinqə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir:

- A) çeşidə və onun elementlərini dərk etmənin sistem yanaşması
- B) əmtəəni dərk etmənin elmi yanaşması;
- C) alıcıların maraqlarının qeyri-şərtsiz prioritet olması;**
- D) bazarı dərk etmənin sistem yanaşması;
- E) bazarı dərk etmənin kompleks yanaşması.

180) Sual:Marketinqə elmi yanaşmanın əsas prinsiplərindən biridir:

- A) çeşidə və onun elementlərini dərk etmənin sistem yanaşması;
- B) əmtəəni dərk etmənin elmi yanaşması
- C) bazarı və onun elementlərini dərk etmənin sistem yanaşması;**
- D) bazarı dərk etmənin sistem yanaşması
- E) bazarı dərk etmənin kompleks yanaşması

181) Sual:Marketinq izah olunur:

- A) fəaliyyət simvolu kimi;
- B) məhsulun nümunəsi kimi**

- C) fəaliyyət obrazı kimi;
- D) istehsal qərarı kimi;
- E) sosial tədbir kimi.

182) Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə marketinqindən istifadə olunur:

- A) ictimai;
- B) müşahidə;
- C) düşüncə;
- D) davranış;
- E) hərəkət.

183) Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə sistemindən istifadə olunur:

- A) ictimai;
- B) sosial;
- C) marketinq;
- D) psixoloji;
- E) müasir.

184) Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə fəlsəfəsindən istifadə olunur:

- A) ictimai;
- B) sosial;
- C) marketinq;
- D) psixoloji;
- E) müasir.

185) Sual: Effektiv fəaliyyət göstərən müəssisələrdə konsepsiyasından istifadə olunur:

- A) ictimai;
- B) sosial;
- C) marketinq;
- D) psixoloji;
- E) müasir.

186) Sual: Marketinq konsepsiya kimi:

- A) texnoloji;
- B) texniki;
- C) nəzəri;
- D) tematik;
- E) meylli

187) Sual: Bizim fikrimizcə, marketinq özündə əks etdirir:

- A) müəssisənin dayanıqlı fəaliyyətini təmin etmək, gəliri artırmaq və inkişafı təmin etmək üçün istehlakçıların tələb və ehtiyaclarını ödəmək üçün sahibkarlıq, kimmersuya, idarəetmə, sosial, maliyyə, humanitar, əxlaqi fəaliyyətin məcmusudur
- B) rəqiblər üzərində qalib gəlmə vasitəsidir
- C) reklam fəaliyyətidir

D) kommunikativ fəaliyyətdir

188) Sual:Marketinq fəaliyyətinin növləri haqqında fikir müxtəlifliyidir:

A) bu ya sahibkarlıq, ya kommersiya, ya idarəetmə, ya sosial proses, ya da kompleks yanaşma sistemdir.

B) bu ya sahibkarlıq, ya kommersiya, ya idarəetmə, ya sosial proses, ya da kompleks yanaşma sistemdir.

C) İnsan fəaliyyətidir

D) Təşkilati-texniki sistemdir

E) istehlakçi davranışdır

189) Sual:Marketinq C.M.Evans və B.Bermana görə:

A) mübadilə vasitəsilə mallara, xidmətlərə, təşkilatlara, insanlara, ərazilərə və ideyalara tələbin ödənilməsi, idarəedilməsi və proqnozlaşdırılması

B) intensiv reklam vasitəsi

C) satışın həvəsləndirilməsi

D) bazar şəraitinin təkmilləşdirilməsi

E) istehlakçi davranışı

190) Sual:Alıcıların ödəmə qabiliyyətli tələbi – çıxış məntəqəsi konsepsiyasıdır?

A) marketinqin

B) istehsalın təkmilləşdirilməsi

C) satışın

D) malların təkmilləşdirilməsi

E) marketinqdə görülən məhsul

191) Sual:Məhsul – çıxış məntəqəsidir?

A) marketinqin

B) istehsalın təkmilləşdirilməsi

C) satışın

D) malların təkmilləşdirilməsi

E) marketinqdə görülən məhsul

192) Sual:Alıcı tələbinin ödənilməsi hesabına gəlirin olunması – son məqsəd konsepsiyasıdır?

A) marketinqin

B) istehsalın təkmilləşdirilməsi

C) satışın

D) malların təkmilləşdirilməsi

E) marketinqdə görülən məhsul

193) Sual:Satışın artırılması yolu ilə gəlirin olunması – son məqsəd konsepsiyasıdır?

A) marketinqin

B) istehsalın təkmilləşdirilməsi

C) satışın

D) malların təkmilləşdirilməsi

E) marketingdə görülən məhsul

194) Sual:Marketing məqsədəçatma vasitəsi kimi konsepsiyaya aiddir?

- A) marketing
- B) istehsalın təkmilləşdirilməsi
- C) satış
- D) malların təkmilləşdirilməsi
- E) marketingdə görülən məhsul

195) Sual:Satış və stimullaşdırma məqsədə nail olma vasitəsi kimi konsepsiyaya aiddir?

- A) marketing
- B) istehsalın təkmilləşdirilməsi
- C) satış
- D) malların təkmilləşdirilməsi
- E) marketingdə görülən məhsul

196) Sual: Marketing termini ilk dəfə işlətmişdir?

- A) F.Kotler
- B) A.Smitt
- C) C. Makkormik
- D) F.Kene
- E) D.Rikardo

197) Sual:Marketing anlayışı inkişaf prosesində dəyişmişdir:

- A) elmi tədqiqatlar
- B) istehsal**
- C) marketing fəakliyyəti
- D) iqtisadiyyat
- E) ekspertlər

198) Sual:Marketing nəzəriyyəsi yaranmışdır

- A) Almaniyada
- B) Avstraliyada
- C) ABŞ-da**
- D) Latin Amerikasında
- E) Yunanıstan

199) Sual:Marketing texnologiyasında ayırmaq lazımdır:

- A) marketing tapşırıqlarının texnologiyası;**
- B) marketing funksiyalarının texnologiyası;
- C) marketing məqsədlərinin texnologiyası;
- D) marketing mərhələlərinin texnologiyası.

200) Sual:Aqromarketing prosesi texnologiyalarının birinci mərhələsidir:

- A) blok-sxem alqoritminin köməyindən istifadə etmədən bazarın tədqiqi;

- B) bazarın proqnozlaşdırılması;
- C) blok-sxem alqoritmin köməyindən istifadə edərək bazarın tədqiqi;
- D) strategiyaların formalaşdırılması;
- E) düzgün cavab yoxdur.

201) Sual:Müasir bazar şəraitində təkmilləşdirməni tələb edir:

- A) sahibkarlıq fəaliyyəti;
- B) biznes fəaliyyəti;
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) marketoloqlar;
- E) mütəxəssislər və rəhbərlər.

202) Sual:Strategiyanın müəyyən edilməsi prosesində nəzərə alınmalıdır:

- A) istehlakçılarla daimi iş;
- B) işin nüfuzunu qaldırmaq
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) əməkdaşlığın imkanlarını əvvəlcədən görmək;
- E) risk səviyyəsini təhlil etmək.

203) Sual:Bazarın tədqiqi istiqamətləndir:

- A) istehlak tələbinə;
- B) malın konyukturuna;
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) rəqiblərin rəqabətinə və kommersiyaya
- E) rəqiblərin fəaliyyətinə

204) Sual:Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi yollarıdır:

- A) rəqiblərin qiymətləndirilməsi;
- B) satışın təşkili
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) satışın həvəsləndirilməsi;
- E) reklam.

205) Sual:Müəyyən edilmiş fəaliyyətin yerinə yetirilməsinin əsas hissəsidir:

- A) proses;
- B) nəticə;
- C) qəbul;
- D) proqnoz;
- E) mərhələ.

206) Sual:Texnologiyanın əsas hissələrinin birləşdirilməsi və müəyyən kəmiyyətdə hadisələrin əlaqələndirilməsi:

- A) qəbul;
- B) proses;
- C) mərhələ;

- D) fəaliyyət;
- E) nəticə.

207) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) rəqiblərin mallarını, xidmətlərini, fəaliyyətini öyrənmək;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

208) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) rəqabətin təhlili;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı

209) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) bazarın zəif nöqtələrini axtarmaq;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı

210) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) yeni seqmentlərə yönəlmə;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

211) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir

- A) seqmentlərin həcmnin müəyyən edilməsi
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

212) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) seqmentləşdirmənin tədqiqi;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı

213) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) tələbin və istehlakçıların öyrənilməsinin təhlili;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

214) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) aqromarketing mühitinin təhlili;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

215) Sual:Marketing texnologiyasında ayırmaq lazımdır:

- A) marketing qərarlarının texnologiyası;
- B) marketing tapşırıqlarının texnologiyası
- C) marketing funksiyalarının texnologiyası
- D) marketing məqsədlərinin texnologiyası;
- E) marketing mərhələlərinin texnologiyası.

216) Sual:Marketing texnologiyasında ayırmaq lazımdır:

- A) marketingin idarə edilməsi texnologiyası;
- B) marketing tapşırıqlarının texnologiyası
- C) marketing funksiyalarının texnologiyası;
- D) marketing məqsədlərinin texnologiyası
- E) marketing mərhələlərinin texnologiyası.

217) Sual:Marketing texnologiyasında ayırmaq lazımdır:

- A) marketing proseslərinin texnologiyası;
- B) marketing tapşırıqlarının texnologiyası;
- C) marketing funksiyalarının texnologiyası;
- D) marketing məqsədlərinin texnologiyası;
- E) marketing mərhələlərinin texnologiyası.

218) Sual:A.Dain qeyd edir ki, müəssisənin strateji siyasəti bir şərtlə formalaşır:

- A) marketing məqsədinin həyata keçirilməsinə istiqamətlənən müəssisənin ümumi, orta və uzunmüddətli planlaşdırma siyasəti;
- B) nəticələrə görə daimi nəzarət;
- C) hər bir konkret proqramın reallaşması;
- D) vəsaitlərin xərclənməsi proqramlarının tərtibi;
- E) xüsusi məqsədlərə nail olmaq üçün vəsaitlərin müəyyən edilməsi.

219) Sual:Marketingin müəyyən edilməsinə üç yanaşmadan biridir:

- A) marketing idarəetmə konsepsiyası (“düşüncə tərzini”), biznesin özünəməxsus “fəlsəfəsi” kimi

bəli

- B) marketinqə istehsalın idarəetmə konsepsiyası (“düşüncə tərzi”) kimi baxılır
- C) marketinqə “düşüncə tərzi” kimi baxılır
- D) marketinqə təsərrüfat işlərinin aparılmasının özünəməxsus “fəlsəfəsi” kimi baxılır
- E) doğru cavab yoxdur

220) Sual: Bir çox ərzaq mallarının satış həcmində tədricən artımının əsas səbəbidir:

- A) istehsal həcmində genişləndirilməsi, istehsalın texniki problemləri, reklamın zəif olması, istehlakçıların əvvəlki adətlərinin dəyişdirilməməsi istəyi
- B) reklamın zəif olması və yüksək qiymət
- C) bazar imkanlarının zəif olması
- D) texniki xidmət keyfiyyətinin zəif olması
- E) hamısı

221) Sual: Tətbiq mərhələsi adətən xarakterizə edir?

- A) satış həcmində nisbətən artımına
- B) satış həcmində sürətli artımına
- C) xərclərin həcmində nisbətən artımına
- D) vergilərin nisbətən artımına
- E) bütün variantlar doğrudur

222) Sual: Malların – rəqiblərin bazara çıxması

- A) müəssisə malların tanınması prosesini sürətləndirir, qiyməti aşağı salır
- B) malların tanınması prosesini sürətləndirir
- C) qiymət getdikcə artırılır və alıcılar mal alışını sürətləndirir
- D) malların tanınması prosesini dayandırır, qiymət aşağı düşür
- E) doğru cavab yoxdur

223) Sual: Strategiyanın reallaşması və aqromarketing taktikasının işlənməsi

- A) aqromarketing planının əsas bölməsi
- B) aqromarketing strategiyasının işlənməsi
- C) aqromarketing planı
- D) aqromarketingin məqsədinin müəyyən edilməsi
- E) doğru cavab yoxdur

224) Sual: Aqromarketing strategiyasının işlənməsi

- A) aqromarketing planının əsas bölməsi
- B) aqromarketingin məqsədinin müəyyən edilməsi
- C) aqromarketing planının əsas hissələrindən biri
- D) aqromarketingin məqsədinin işlənməsi
- E) bütün variantlar doğrudur

225) Sual: Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir:

- A) Sərgilər

- B) Bütün birjalar
- C) Super marketlər..
- D) Fond birjalrı.
- E) Fraxt birjalrı.

226) Sual:Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir.

- A) Sərgilər.
- B) Bütün birjalar
- C) Hərraclar
- D) Fond birjalrı
- E) Fraxt birjalrı

227) Sual:Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir:

- A) Sərgilər
- B) Bütün birjalar
- C) Hərraclar
- D) Fond birjalrı
- E) Fraxt birjalrı

228) Sual:Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir.

- A) Sərgilər
- B) Bütün birjalar
- C) Yarmarkalar
- D) Fond birjalrı
- E) Fraxt birjalrı

229) Sual:Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir.

- A) Sərgilər
- B) Bütün fəaliyyətdə olan birjalar
- C) Ticarət evləri və dükənlər
- D) Fond birjalrı
- E) Fraxt birjalar

230) Sual:Kənd təsərrüfatı məhsullarına istehsaldan son istehlakçıya mal yeridilişi sistemində daxildir.

- A) Sərgilər
- B) Bütün birjalar
- C) Aqrobirjalar
- D) Fond birjalrı
- E) Frakt birjalrı

231) Sual:İşçi qüvvəsi ilə orta hesabla təmin olunan təsərrüfatlara elə təsərrüfatlar aiddir ki, il

ərzində kənardan dəvət olunmuş işçilərin faizlə nisbəti aşağıdakı kimi olsun.

- A) 5-10
- B) 10
- C) 10-15
- D) 15
- E) 15-20

232) Sual:Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə yeni təsərrüfatçılıq formalarının inkişafı

- A) Aid deyil
- B) Dolayısı ilə aiddir
- C) Aiddir
- D) Mövsümi olaraq aiddir
- E) Müvəqqəti aiddir

233) Sual:Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə ticarət-kommersiya potensialı

- A) Aid deyil
- B) Dolayısı ilə aiddir
- C) Aiddir
- D) Mövsümi olaraq aiddir
- E) Müvəqqəti aiddir

234) Sual:Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə infrastrukturun təmin olunma səviyyəsi.

- A) Aid deyil.
- B) Dolayısı ilə aiddir
- C) Aiddir
- D) Mövsümi olaraq aiddir
- E) Müvəqqəti aiddir.

235) Sual:Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə istehsala-təsərrüfat ixtisaslaşdırılması:

- A) Aid deyil.
- B) Dolayısı ilə aiddir
- C) Aiddir
- D) Mövsümi olaraq aiddir
- E) Müvəqqəti aiddir

236) Sual:Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə istehsal gücünün quruluşu və inkişaf səviyyəsi.

- A) Aid deyil
- B) Dolayısı ilə aiddir
- C) Aiddir.
- D) Mövsümi olaraq aiddir
- E) Müvəqqəti aiddir.

237) Sual:Konkret rayonun xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillərə təbii iqtisadi şərait.

- A) Aid deyil.
- B) Dolayısı ilə aiddir.
- C) Aiddir.
- D) Mövsümi olaraq aiddir
- E) Müvəqqəti aiddir

238) Sual: Texnopolis proqramlarının əsasında dayanır:

- A) Layihə insanlar
- B) Layihə və servis
- C) İnsanlar və servis.
- D) İnsanlar, layihələr və servis.
- E) İnsanlar.

239) Sual: Marketing xidmətinin idarə edilməsidir?

- A) Daha geniş fəaliyyət sferasını əhatə edir, mahiyyət etibarılı ilə bu tabeçilik rolunu oynayır
- B) Fəaliyyət sferasıdır, tabeçilik rolunu oynayır
- C) Daha kiçik fəaliyyət sferasını əhatə edir, mahiyyət etibarılı ilə bu tabeçilik rolunu oynayır
- D) Geniş fəaliyyət sferasını əhatə edir, mahiyyət etibarılı ilə bu tabeçilik rolunu oynayır
- E) bütün cavablar doğrudur

240) Sual: Aqromarketingin idarə olunmasının effektivliyi və aqrobiznes sahəsində tətbiq edilən idarəetmənin keyfiyyəti asılıdır:

- A) İnformasiyanın idarə edilməsi sisteminin dəqiq funksiyalaşdırılması
- B) Marketing xidmətinin əməkdaşları
- C) Marketing informasiya sisteminin dəqiq funksiyalaşdırılması
- D) Xarici informasiya sisteminin dəqiq funksiyalaşdırılması
- E) dəqiq informasiya mübadiləsindən

241) Sual:Aqromarketing xidmətinin idarə edilməsi nə deməkdir?

- A) İmkanlar və təhlükələr, daxili və xarici maketing mühiti haqqında informasiyaların təyini marketing fəaliyyətinin idarə edilməsini təmin edir.
- B) İmkanlar və təhlükələr, daxili və xarici maketing mühiti haqqında hərtərəfli informasiyaların təyini marketing fəaliyyətinin idarə edilməsini təmin edir
- C) Yeni texnikanın təşkilinin tətbiqi sistemi imkanlar və təhlükələr haqqında obyektiv və hərtərəfli informasiyalar marketing fəaliyyətinin idarə edilməsini təmin edir.
- D) Rəqiblərin təcrübələrindən istifadə edilməsinin imkanları və təhlükələri, xarici və daxili mühit haqqında obyektiv və hərtərəfli informasiyalar sahələrin və sexlərin idarə olunmasını təmin edir
- E) aqrobiznesin bazar qanunlarına uyğun səmərəli işinin qiymətləndirilməsi

242) Sual:Aqromarketing xidmətinin idarə edilməsi nə deməkdir?

- A) Bütün istehsal heyətinin effektiv işini stimullaşdırmaq, maksimal yaradıcı məşğulluğun əldə edilməsi
- B) Bütün heyətinin effektiv işini stimullaşdırmaq, marketingdə maksimal yaradıcı məşğulluğun əldə edilməsi

- C) Bütün heyətinin effektiv işinin hesabatını aparmaq, marketinqdə maksimal yaradıcı məşğulluğun əldə edilməsi
- D) Bütün heyətin işinin analizi və effektiv hesabatının qaydaya salınması, marketinqdə maksimal yaradıcı məşğulluğun əldə edilməsi
- E) bütün heyətin effektiv işinin maddi cəhətdən qiymətləndirilməsi

243) Sual: Aqromarketing xidmətinin idarəedilməsi nə deməkdir?

- A) Dəyişən vəziyyət və siyasiyadan asılı olaraq rəqabət proseslərinin gedişinə vaxtında operativ şəkildə təsir etmək
- B) Dəyişən vəziyyət və siyasiyadan asılı olaraq bütün proseslərin gedişinə vaxtında operativ şəkildə təsir etmək
- C) Dəyişən vəziyyət və siyasiyadan asılı olaraq iqtisadi proseslərin gedişinə vaxtında operativ şəkildə təsir etmək
- D) Dəyişən vəziyyət və siyasiyadan asılı olaraq aqromarketing proseslərinin gedişinə vaxtında operativ şəkildə təsir etmək
- E) aqromarketing proseslərinin gedişinə passiv təsir etmək

244) Sual: Aqromarketing xidmətinin idarəedilməsi nə deməkdir?

- A) Marketingin tam sisteminin işlənməsi, effektiv nəzarəti, müəssisələrin bütün marketing fəaliyyətinin analizi və qiymətləndirilməsi
- B) Marketingin mürəkkəb sisteminin işlənməsi, effektiv nəzarəti, müəssisələrin bütün marketing fəaliyyətinin analizi və qiymətləndirilməsi
- C) Marketingin optimal sisteminin işlənməsi, effektiv nəzarəti, müəssisələrin bütün marketing fəaliyyətinin analizi və qiymətləndirilməsi
- D) İdarəetmənin təşkili sisteminin işlənməsi, effektiv nəzarəti, müəssisələrin bütün marketing fəaliyyətinin analizi və qiymətləndirilməsi
- E) idarəetmədə avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinin tətbiqi

245) Sual: Aqromarketing xidmətinin idarəedilməsi nə deməkdir?

- A) Göstərilən məqsədə çatmaq üçün bütün idarəetmə tədbirlərinin düzgün planlaşdırılması və effektiv təşkili
- B) Göstərilən məqsədə çatmaq üçün bütün marketing tədbirlərinin düzgün planlaşdırılması və effektiv təşkili
- C) Göstərilən məqsədə çatmaq üçün bütün məişət tədbirlərinə düzgün nəzarət və effektiv təşkili
- D) Göstərilən məqsədə çatmaq üçün bütün menecment tədbirlərinin düzgün planlaşdırılması və effektiv təşkili
- E) göstərilən məqsədə çatmaq üçün idarəçilik bacarığından səmərəli istifadə

246) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir:

- A) müştəri bazarı
- B) birja bazarı;
- C) qitə bazarı;
- D) ticarət evləri;
- E) bütün cavablar doğrudur.

247) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsisteminin diqqət mərkəzi kimi

çıxış edir:

- A) daxili bazarlar, rəqiblər, margöndərənələr, təmasda olan auditoriya, vasitəçilər;
- B) aqromarketingin makro mühiti, dünya bazarı, rəqiblər;
- C) regional bazarlar, malgöndərənələr, aqromarketingin makro mühiti
- D) rəqiblər, aqromarketingin makro mühiti, malgöndərənələr
- E) bütün cavablar doğrudur.

248) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsistemi özündə əks etdirir:

- A) xarici marketing mühiti haqqında planlı informasiyaların alınması;
- B) xarici marketing mühiti haqqında cari informasiyaların toplanması qaydaları, vasitələri və mənbələrin kompleksi**
- C) xarici marketing mühiti haqqında aylıq informasiyaların toplanması;
- D) xarici marketing mühiti haqqında on günlük informasiyaların toplanması
- E) bütün cavablar doğrudur.

249) Sual:Aqromarketingin informasiya altsisteminə funksional ölçülər üzrə aiddir:

- A) ümumi marketing informasiyalarının təhlili;
- B) idarəetmə marketing informasiyalarının təhlili;
- C) cari marketing informasiyalarının təhlili
- D) aqromarketing informasiyalarının təhlili**
- E) bütün cavablar doğrudur.

250) Sual:Aqromarketingin informasiya altsisteminə funksional ölçülər üzrə aiddir:

- A) ümumi marketing tədqiqatı;
- B) idarəetmə tədqiqatları
- C) aqromarketing tədqiqatları;**
- D) illik marketing tədqiqatları
- E) bütün cavablar doğrudur

251) Sual:Aqromarketingin informasiya altsisteminə funksional ölçülər üzrə aiddir:

- A) xarici cari aqromarketing informasiyasının müəyyən edilməsi
- B) xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanması**
- C) adi cari aqromarketing informasiyasının toplanması
- D) müştərilər haqqında cari aqromarketing informasiyasının toplanması;
- E) bütün cavablar doğrudur

252) Sual:Aqromarketingin informasiya altsisteminə funksional ölçülər üzrə aiddir:

- A) daxili hesabat;**
- B) ayrı-ayrı hesabat
- C) aylıq hesabat;
- D) tam hesabat;
- E) bütün cavablar doğrudur

253) Sual:Funksional ölçülər üzrə aqromarketingin informasiya sistemini neçə altsistem ayırır?

- A) 3

- B) 5
- C) 4
- D) 6
- E) 7

254) Sual: Qərarların qəbulu üzrə meyarlar aqromarketinqin informasiyasının üçüncü altsistemində özündə birləşdirir:

- A) ümumi problemlər üzrə informasiyaların toplanması və təhlili;
- B) bazar problemləri üzrə informasiyaların toplanması və təhlili
- C) konkret problem üzrə informasiyaların toplanması və təhlili;
- D) rəqiblərin məxfi məlumatlarından istifadə etmək üzrə informasiyaların toplanması və təhlili;
- E) bütün cavablar doğrudur

255) Sual: Qərarların qəbulu üzrə meyarlar aqromarketinqin informasiya altsistemində ikinci olaraq özündə birləşdirir:

- A) kənd təsərrüfatında fəaliyyətin planlaşdırılması üzrə rəhbərlərin informasiya ilə təmin edilməsi;
- B) aqromarketinq xidməti və kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rəhbərlərini onların fəaliyyətinin planlaşdırılması prosesində informasiya ilə təmin edilməsi;**
- C) aqromarketinq xidmətinin informasiya ilə təmin edilməsi;
- D) kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rəhbərlərinin informasiya ilə təmin edilməsi;
- E) bütün cavablar doğrudur.

256) Sual: Qərarların qəbulu üzrə meyarlar aqromarketinqin informasiya altsistemində birinci olaraq özündə birləşdirir:

- A) konkret mühitdə cari vəziyyət haqqında operativ informasiya;
- B) aqromarketinq mühitində cari vəziyyət haqqında operativ informasiya;**
- C) demoqrafik mühitdə operativ informasiya
- D) təbii mühitdə cari vəziyyət haqqında operativ informasiya
- E) bütün cavablar doğrudur

257) Sual: Qərarların qəbulu üzrə meyarlar aqromarketinq informasiyalarının altsistemində aiddir:

- A) humanitar tədqiqatlar üzrə qərarların təmin edilməsi;
- B) bütün tədqiqatlar üzrə qərarların təmin edilməsi;
- C) fundamental tədqiqatlar üzrə qərarların təmin edilməsi;**
- D) bazar tədqiqatları üzrə qərarların təmin edilməsi
- E) bütün cavablar doğrudur.

258) Sual: Qərarların qəbulu üzrə meyarlar aqromarketinq informasiyalarının altsistemində aiddir:

- A) plandan kənar qərarların qəbulu;
- B) planlı qərarların qəbulu;**
- C) operativ qərarların qəbulu
- D) yoxlanmış qərarların qəbulu
- E) bütün cavablar doğrudur.

259) Sual: Qərarların qəbulu üzrə meyarlar aqromarketinq informasiyalarının altsistemində aiddir:

- A) idarəetmə qərarlarının qəbulu
- B) faydalı qərarların qəbulu;
- C) cari qərarların qəbulu;
- D) qeyri-istehsal qərarlarının qəbulu;
- E) bütün cavablar doğrudur

260) Sual:Aqromarketinqin informasiya sistemində qərarların qəbulu ölçü üzrə neçə altsistemə bölünür?

- A) 3
- B) 4
- C) 5
- D) 6
- E) 7

261) Sual:Doğru qərarların qəbulu asılıdır:

- A) alınmış informasiyaların keyfiyyətlə qiymətləndirilməsi səviyyəsindən;
- B) alınmış informasiyaların keyfiyyətlə təhlili səviyyəsindən**
- C) alınmış informasiyaların qəbulu səviyyəsindən
- D) alınmış informasiyaların keyfiyyətlə əks etdirilməsi səviyyəsindən
- E) bütün cavablar doğrudur

262) Sual:Doğru qərarların qəbulu asılıdır

- A) yalnız zəruri və faydalı informasiyaların seçilməsindən;
- B) yalnız ümumi və yolverilən informasiyaların seçilməsindən
- C) yalnız xüsusi informasiyaların seçilməsindən;
- D) yalnız xarici və ya faydalı informasiyaların seçilməsindən
- E) bütün cavablar doğrudur

263) Sual:Geniş həcmdə aqromarketinqin informasiyaları fərqlidir:

- A) mürəkkəbliyi və müxtəlif planlılığı;
- B) mürəkkəbliyi və tək planlılığı
- C) müxtəlif planlılığı və əlverişliliyi
- D) mürəkkəbliyi və xüsusi əhəmiyyəti;
- E) bütün cavablar doğrudur

264) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketinq informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki

- A) rəqiblərə təsir etmək bacarığından müvəffəqiyyətlə istifadə etsin
- B) rəqiblərlə mübarizədə əlverişli metodlardan istifadə etsin
- C) rəqiblərə üstün gəlməyi bacarsın**
- D) istehsal güclərindən səmərəli istifadə etsin;
- E) bütün cavablar doğrudur

265) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketinq informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki:

- A) öz rəqiblərinin işini əlaqələndirsin;
- B) öz bölmələrinin işini əlaqələndirsin;**
- C) öz məsləhətçi qruplarının işini əlaqələndirsin;
- D) bir-biri ilə bağlı olan nəqliyyat təşkilatlarının işini əlaqələndirsin;
- E) bütün cavablar doğrudur

266) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketing informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki

- A) istehlakçıların özünə münasibətini müəyyən etsin
- B) vasitəçilərin özünə münasibətini müəyyən etsin;
- C) dövlət məmurlarının özünə münasibətini müəyyən etsin
- D) rəqiblərin özünə münasibətini müəyyən etsin
- E) bütün cavablar doğrudur

267) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketing informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki:

- A) vergi yükünü azaltmaq üçün daha əlverişli şərait tapa bilsin
- B) daha çox tənzimlənən bazar tapa bilsin;
- C) daha çox sığorta şərtləri tapa bilsin;
- D) daha əlverişli bazar tapa bilsin;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

268) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketing informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki:

- A) maliyyə risklərini nəzərə ala bilsin;
- B) maliyyə risklərini öyrənə bilsin;
- C) maliyyə risklərini aşağı sala bilsin;**
- D) tərəfdaşlar qarşısında öhdəliklərin şərtlərini yerinə yetirə bilsin
- E) bütün cavablar doğrudur

269) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsi aqromarketing informasiyalarını toplamağı ona görə bacarmalıdır ki:

- A) işçilərin əmək intizamına nəzarət etsin;
- B) öz fəaliyyətinin təhlilini həyata keçirsin;**
- C) marketingin ətraf mühitini lazım olandan artıq qiymətləndirməsin
- D) rəqabətin qeyri-qanuni metodlarını üzə çıxarsın;
- E) bütün cavablar doğrudur

270) Sual:Lazımı informasiya malik olan şəxsin fəaliyyəti:

- A) analitik təhlil aparmaq
- B) marketing tədqiqatının birinci hissəsi ilə məşğul olmaq
- C) anket sorgusu aparmaq**
- D) marketing tədqiqatının ikinci hissəsi ilə məşğul olmaq

271) Sual:"Təkrar informasiya dedikdə başa düşülür?"

- A) tədqiqat probleminin həllində məqsəd üçün toplanan

- B) tədqiqat probleminin həllində məqsəd üçün əvvəlcə
- C) tədqiq olunan problemin həllindən fərqli məqsəd üçün əvvəlcə toplanmış məlumatlar
- D) tədqiqat probleminin həllində məqsəd üçün əvvəlcə

272) Sual: Aqromarketingin tədqiqat prosesidir?

- A) nöqsanların həllinə yönələn fəaliyyətin məcmusu
- B) fəaliyyətin bir neçə mərhələsini birləşdirilməsi
- C) bir neçə mərhələni birləşdirən ardıcıl fəaliyyət
- D) bir neçə qrupu birləşdirən tədbirlərin məcmusu

273) Sual: Aqromarketingin təhlili sistemi:

- A) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemi
- B) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemi adlanır
- C) aqromarketingin tədqiqat sisteminin alt sistemi adlanır
- D) informasiya yığımı sistemi alt sistem adlanır

274) Sual: Cari aqromarketing informasiya yığımı sistemi:

- A) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
- B) daxili hesabat sistemi alt sistemi adlanır
- C) aqromarketingin informasiya alt sistemi adlanır
- D) daxili hesabat sistemi alt sistemi adlanır

275) Sual: Aqromarketingin tədqiqat sistemi :

- A) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
- B) daxili hesabat sistemi alt sistemi adlanır
- C) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
- D) informasiya yığımı sistemi alt sistem adlanır

276) Sual: Daxili hesabat sistemi :

- A) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemi deyil
- B) aqromarketingin tədqiqat sisteminin alt sistemidir
- C) aqromarketingin informasiya sisteminin alt sistemidir
- D) informasiyanın yığım sisteminin alt sistemidir

277) Sual: Aqromarketingin informasiya sistemi:

- A) alt sistemlərə bölünür
- B) alt sistemi yoxdur
- C) alt sistemi var
- D) vahid bölgüsü var
- E) doğru cavab yoxdur

278) Sual: Aqromarketingin effektiv idarəedilməsi və aqrobiznes sahəsində qərarların qəbulunun keyfiyyəti:

- A) az dərəcədə marketing sistemində informasiyanın olmasından asılıdır
- B) çox dərəcədə marketing sistemində informasiyanın olmasından asılıdır

- C) əsaslı dərəcədə marketinq sistemində dəqiq informasiyanın olmasından asılıdır
- D) əsaslı dərəcədə marketinq sistemində dəqiq informasiyanın olmasından asılıdır
- E) bütün cavablar doğrudur

279) Sual: Aqromarketinq xidmətinin idarəedilməsi bu deməkdir:

- A) Müəssisənin potensialı marketinqin məqsədinin düzgün qoyulması, bazar stuasiyasının imkanlarının elmi istehsalla, məişət və xidmətlə optimal əlaqələndirilməsi
- B) Marketinqin məqsədinin təxmini müəyyən edilməsi, bazar stuasiyasının imkanlarının elmi istehsalla, məişət və xidmətlə optimal əlaqələndirilməsi
- C) Marketinqin məqsədinin öyrənilməsi, bazar stuasiyasının imkanlarının elmi istehsalla, məişət və xidmətlə optimal əlaqələndirilməsi
- D) Marketinqin məqsədini elə əlaqələndirməki, bazar stuasiyasının imkanlarının elmi istehsalla, məişət və xidmətlə optimal uzlaşdırmaq
- E) aqrobiznesin aqrar bazarda aqromarketinq xidmətinə uyğun qurulması

280) Sual: İstehlakçıların daimi və hərtərəfli razı qalması bu əsasda normal xərclərin və gəlirlərin əldə edilməsi bu deməkdir:

- A) Məişət xidmətinin idarəedilməsi
- B) Aqromarketinq xidmətinin idarəedilməsi
- C) Lagistik xidmətin idarəedilməsi
- D) Alıcılıq qabiliyyətinin idarəedilməsi
- E) lizinq bazarının idarəedilməsi

281) Sual: Müəssisələrin bazar fəaliyyətinin effektiv həyata keçirilməsinə istiqamətlənən və onların əsas məqsədlərinə çatması üçün strateji və taktiki xarakterə malik geniş tədbirlər kompleksi bu deməkdir:

- A) Aqromarketinqin idarəedilməsi deyil
- B) Aqromarketinqin idarəedilməsi
- C) Rəqabət mübarizəsində qələbə
- D) Müştəri qarşısında müqavilə şərtlərinin yerinə yetirilməsi
- E) bazarın konyukturunun araşdırılması

282) Sual: Aqromarketinq xidmətinin idarəedilməsi dedikdə nə başa düşülür?

- A) İstehlakçıların razı qalmasının müəyyən edilməsi və bu əsasda normal xərclərin və gəlirlərin əldə edilməsi
- B) İstehlakçıların daimi və hərtərəfli razı qalması bu əsasda normal xərclərin və gəlirlərin əldə edilməsi
- C) İstehlakçıların daimi və hərtərəfli razı qalması bu əsasda onlar tərəfindən normal münasibətin əldə edilməsi
- D) Normal xərclər və gəlirlər əldə etməyə yönəlmiş daimi və hərtərəfli məqsədə çatmaq
- E) istehlakçıların zövqünə uyğun malların təklif olunması

283) Sual: Aqromarketinqin təşkili deyəndə nə başa düşülür?

- A) Müəssisələrin bazar fəaliyyətinin effektiv həyata keçirilməsinə istiqamətlənən və onların əsas məqsədlərinə çatması üçün strateji və taktiki xarakterə malik geniş tədbirlər kompleksi
- B) Müəssisələrin bazar fəaliyyətinin effektiv həyata keçirilməsinə istiqamətlənən və onların əsas məqsədlərinə çatması üçün strateji və taktiki xarakterə malik qısa tədbirlər kompleksi

- C) Müəssisələrin bazar fəaliyyətinin effektiv həyata keçirilməsinə istiqamətlənən və onların əsas məqsədlərinə çatması üçün strateji və taktiki xarakterə malik tipik olmayan tədbirlər kompleksi
- D) Müəssisələrin bazar fəaliyyətinin effektiv həyata keçirilməsinə istiqamətlənən və onların əsas məqsədlərinə çatması üçün strateji və taktiki xarakterə malik dövlət tədbirləri kompleksi
- E) müəssisələrin bazar fəaliyyətinin effektiv həyata keçirilməsinə istiqamətlənən konkret tədbirlər kompleksi

284) Sual:Nəzarəti bu qədər mərhələyə bölmək olar:

- A) 3
- B) 4
- C) 5
- D) 6
- E) 7

285) Sual:Marketinq nəzarətinin üçüncü mərhələsi:

- A) Ümumi sualların həlli
- B) Hərəkətlərin uyğunluğu
- C) Problemlərin həlli
- D) İşdə məhdud yerin seçilməsi
- E) arqumentlərin toplanması

286) Sual:Marketinq nəzarətinin ikinci mərhələsi:

- A) Tapşırıqların reallığının yoxlanılması
- B) Tapşırıqların yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması
- C) Funksiyaların yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması
- D) Prinsiplərə əməl olunmasının real yoxlanılması
- E) nəzarətin effektivliyi

287) Sual:Marketinq nəzarətinin birinci mərhələsi:

- A) İcraedicilər üçün dəqiq tapşırıqların qoyulması
- B) Beyin hücumunun işə salınması
- C) İşin qaydaya salınması variantlarının seçilməsi
- D) Tapşırıqların yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması
- E) analitik təhlilin aparılması

288) Sual:Nəzarəti farmal olaraq bu mərhələlərə bölmək olar:

- A) Firmanın problemlərinin təyini, əməkdaşların tapşırıqlarının yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması, problemlərinin həlli
- B) İcraedicilərin qarşısında məqsədin qoyulması, bu məqsədin yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması, problemlərinin həlli
- C) İcraedicilər üçün dəqiq tapşırıqların qoyulması, tapşırıqların yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması, problemlərinin həlli
- D) Beyin hücumunun işə salınması, işin qaydaya salınması variantlarının seçilməsi, tapşırıqların yerinə yetirilməsinin real yoxlanılması, problemlərinin həlli
- E) Bütün variantlar düzdür

289) Sual:Hər hansı bir təşkilatın öz məqsədinin necə yerinə yetirdiyinin daim yoxlanılması və onun hərəkətlərinin korrektə olunması:

- A) Nəzarət
- B) Statistika
- C) Amillərin nəzərə alınması
- D) Fəaliyyətin nəticələrinin analizi və hesablanması
- E) proqnozlaşdırma

290) Sual:Nəzarət nə deməkdir?

- A) Hər hansı bir təşkilatın öz məqsədinin necə yerinə yetirdiyinin daim yoxlanılması və onun hərəkətlərinin korrektə olunması
- B) Hər hansı bir təşkilatın öz əməkdaşları ilə necə münasibətdə olmasının daim yoxlanılması
- C) Hər hansı bir təşkilatın necə rəqabət mübarizəsinə başlamasının daim yoxlanılması
- D) Hər hansı bir təşkilatın dövlət strukturları ilə necə münasibət qurmasının daim yoxlanılması
- E) kollegial qərarların necə qəbul edilməsi

291) Sual:İdarəetmənin vacib aspekti:

- A) Əməkdaşların yaxşı işinin dəyərləndirilməsi
- B) rəhbərlərin əmirlərinin dəqiq yerinə yetirilməsi
- C) Əməkdaşlara psixoloji təsir etmə bacarığı
- D) Biznesə nəzarət edən dövlət struktur məmurları və iş qurmaq bacarığı
- E) cəld reaksiya vermək

292) Sual:Müəssisələrlə insanları yaxınlaşdırmaq üçün tərbiyə etmək lazımdır:

- A) Səliqəlik
- B) Sadıqlıq
- C) Mehribançılıq
- D) Kollegial iş mədəniyyəti
- E) etibarlılıq

293) Sual:Yaxşı rəhbərin vacib xüsusiyyətlərindən biridir:

- A) Təhsilli
- B) Aqrar sənaye müəssisələrinin məqsədi əməkdaşların maraq və diqqətini birləşdirmək bacarığıdır
- C) Enerjili
- D) Etibarlı
- E) kommunikabellik

294) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin marketinqi bu sistemin bir hissəsidir.

- A) Menecmentin
- B) Logistikanın
- C) İdarəetmə təşkilinin
- D) İqtisadiyyatın
- E) sosial

295) Sual:Müəssisə rəhbərliyinin əsas təsiretmə aləti və ətraf mühitə onun marketinq xidməti:

- A) Marketing kompleksi
- B) Logistika kompleksi
- C) Hüquq və menecment kompleksi
- D) İqtisadi-maliyyə tədbirləri kompleksi
- E) alternativ sistemlər

296) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin marketing mühiti nöqtəyi nəzərindən baxılır:

- A) Daxili və xarici mühitin məcmuu, xüsusi ilə birinci idarə olunmazdır, ikincinin idarə olunması böyük ehtimal altındadır
- B) Daxili və xarici mühitin məcmuu, xüsusi ilə birinci qeyri məlumdur, ikincinin idarə olunması böyük ehtimal altındadır
- C) İstehsal və sosial mühitin məcmuu, xüsusi ilə birinci idarə olunandır, ikincinin idarə olunması böyük ehtimal altındadır
- D) Daxili və xarici mühitin məcmuu, xüsusi ilə birinci idarə olunandır, ikincinin idarə olunması böyük ehtimal altındadır
- E) iqtisadi və siyasi proseslərin məcmusu

297) Sual:Marketingin makromühit amillərinə bunlardan hansı aiddir?

- A) Dil
- B) Dini
- C) Mədəni
- D) Mentalitet
- E) siyasi

298) Sual:Praktiki tətbiqin başlanğıc mərhələsindədir:

- A) marketing;
- B) konsaltinq;
- C) aqromarketing;
- D) aqrolizing;
- E) kultivasiya.

299) Sual:əvvəllər marketing istiqaməti müəyyən edirdi:

- A) nəzəri;
- B) texnoloji;
- C) tətbiqi;
- D) tədqiqat;
- E) düzgün cavab yoxdur.

300) Sual:Marketing nəzəri konsepsiya kimi dərk edilir:

- A) qismən dəyişərək;
- B) kosmetik dəyişərək;
- C) radikal dəyişərək;
- D) konstruktiv dəyişərək;
- E) düzgün cavab yoxdur.

301) Sual:Marketing başa düşülür:

- A) marketinqin inkişafı prosesində dəyişmədən;
- B) istehsalın inkişafı prosesində dəyişərək;
- C) marketinq fəaliyyətinin inkişafı prosesində dəyişərək;
- D) dəyişmədən;
- E) düzgün cavab yoxdur.

302) Sual:Marketinq əlavə olaraq kimi izah edilə bilər:

- A) qlobal problemlərin həlli
- B) sosial problemlərin həlli;
- C) tədris nizam-intizamı;
- D) texniki təfəkkür;
- E) düzgün cavab yoxdur

303) Sual:Marketinq əlavə olaraq kimi izah edilə bilər:

- A) qlobal problemlərin həlli üçün elm
- B) sosial problemlərin tapılması üçün elm
- C) tədqiqatın özünəməxsus predmetini izah edən elm;
- D) texniki təfəkkür;
- E) düzgün cavab yoxdur.

304) Sual:Marketinq əlavə olaraq kimi izah edilə bilər:

- A) qlobal problemlər
- B) sosial problemlər;
- C) insan təfəkkürü;
- D) texniki təfəkkür;
- E) düzgün cavab yoxdur

305) Sual:Bir tərəfdən marketinq idarəetmə konsepsiyası kimi və ya izah edilir:

- A) fəaliyyət simvolu kimi;
- B) məhsulun nümunəsi kimi
- C) düşüncə tərzini kimi;
- D) istehsal qərarı kimi
- E) sosial tədbir kimi.

306) Sual:Bazarın tədqiqi, istehlakçıların öyrənilməsi, ətraf mühitin təhlili –

- A) marketinq təsirinin mahiyyəti üzrə marketinq funksiyasıdır
- B) istehsal şöbəsini funksiyasıdır
- C) marketinq təsirinin obyektini üzrə marketinq funksiyasıdır
- D) reklam şöbəsinin funksiyasıdır
- E) bütün cavablar səhvdir

307) Sual:Təhlil, proqnozlaşdırma, planlaşdırma, təşkil, uçot və nəzarət, qiymətləndirmə -

- A) marketinqin funksiyasıdır
- B) istehsal şöbəsini funksiyasıdır
- C) marketinq təsirini obyektini üzrə

D) reklam şöbəsinin funksiyasıdır

E) doğru cavab yoxdur

308) Sual:ASK sisteminə torpaga, istehsal vasitələrinə , satılan mallara mülkiyyətin çoxnövlülük forması:

A) planlı iqtisadiyyatın inkişafının nəticəsidir

B) məhsuldarlığın aşağı düşməsi səbəbidir

C) aqromarketinqin əsas xüsusiyyətidir

D) planlı iqtisadiyyatın əsas xüsusiyyətidir

E) bütün cavablar doğrudur

309) Sual:Marketinq idarəetməsi marketinq fəaliyyətində mərhələ kimi götürülüb?

A) 1950

B) 1960

C) 1970

D) 1980

E) 1945

310) Sual:Satışın əsas götürülməsi marketinq fəaliyyətində mərhələ kimi götürülüb?

A) 1950-1960

B) 1860-1920

C) 1930-1950

D) 1850-1960

E) 1870-1880

311) Sual:əmtənin əsas götürülməsi marketinq fəaliyyətinin mərhələsi kimi səciyyələndirilib?

A) 1850-1920

B) 1860-1920

C) 1860-1930

D) 1850-1940

E) 1870-1880

312) Sual:İqtisadçılar qiymətin əmələ gəlməsi sahəsində bazarları tipə bölürlər:

A) 2

B) 3

C) 4

D) 7

E) 9

313) Sual:Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür:

A) yalnız rəhbərlərin;

B) yalnız ətraf mühitin;

C) mühasiblərin;

D) yalnız rəqiblərin;

E) düzgün cavab yoxdur

314) Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür:

- A) yalnız rəhbərlərin;
- B) yalnız ətraf mühitin;
- C) maliyyə rəhbərlərinin;
- D) yalnız rəqiblərin;
- E) düzgün cavab yoxdur

315) Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür:

- A) yalnız rəhbərlərin;
- B) yalnız ətraf mühitin;
- C) istehsal müdirlərinin;
- D) yalnız rəqiblərin;
- E) düzgün cavab yoxdur.

316) Sual: Qiymət siyasətinə təsiri mümkündür:

- A) yalnız rəhbərlərin;
- B) yalnız ətraf mühitin;
- C) satış xidmətini idarə edənlərin;
- D) yalnız rəqiblərin;
- E) düzgün cavab yoxdur

317) Sual: Müəssisə qiymətin əmələ gəlməsi probleminə baxır

- A) eyni;
- B) birmənalı;
- C) birmənalı;
- D) birtərəfli;
- E) düzgün cavab yoxdur.

318) Sual: Müştərilər üçün malların və xidmətlərin bölgüsünün təşkili

- A) istehlakçı seçiminə təsir etmir;
- B) qeyri-qiymət amili kimi vasitəçilərin seçiminə təsir etmir;
- C) qeyri-qiymət amili kimi istehlakçıların seçiminə təsir edir;
- D) qiymət amilinə təsir edir;
- E) düzgün cavab yoxdur.

319) Sual: Tarixən qiymət alıcı və satıcıların danışıqları prosesində müəyyən edilib:

- A) malgöndərənlər;
- B) alıcılar;
- C) tərəflər;
- D) rəqiblərlə;
- E) mal göndərənlərlə;

320) Sual: Dövlətin qiymət siyasəti dövlət büdcəsində üzrə resursların iştirakına əsaslanır:

- A) iqtisadi məsələlərin həlli;

- B) münaqişələrin həlli;
- C) iqtisadiyyatın tənzimlənməsi;
- D) qarşılıqlı münasibətlərin tənzimlənməsi;
- E) mübahisələrin həlli.

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

- A) nəzərdə tutulan tədbirin həyata keçirilməsi vaxtı;
- B) elektrik enerjisindən istifadə;
- C) tələb və təklif dinamikası;
- D) malgöndərənlərin sifarişini;
- E) düzgün cavab yoxdur

322) Sual: Qiymət özündə əks etdirir:

- A) sosial kateqoriyanı, iş vaxtını ölçmək üçün;
- B) əməyin dəyərinin ifadəsini;
- C) tələb və təklifin kəmiyyət nisbətini;
- D) əmək və xidmətlərin dəyərinin ifadəsini
- E) düzgün cavab yoxdur.

323) Sual: Qiymət özündə əks etdirir:

- A) sosial kateqoriyanı;
- B) əməyin dəyərinin ifadəsini;
- C) iqtisadi kateqoriyanı
- D) əmək və xidmətlərin dəyərinin ifadəsini;
- E) düzgün cavab yoxdur.

324) Sual: Marketingin funksiyalarını marketingin təsiri üzrə ayırmaq olar:

- A) təhlil; planlaşdırma; proqnozlaşdırma; təşkil etmə; idarə etmə; uçot və nəzarət; qiymətləndirmə;
- B) ətraf mühitin təhlili; proqnozlaşdırma; əlaqələndirmə; qiymətləndirmə
- C) insan faktorlarının gücləndirilməsi; planlaşdırma; təşkil etmə; əlaqələndirmə; qiymətləndirmə;
- D) qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün bütün marketing vasitələrindən istifadə etmək; planlaşdırma; proqnozlaşdırma; qiymətləndirmə
- E) firmanın bütün fəaliyyətini alıcılara yönəltmək; perspektivə istiqamətlənmək; kommersiya uğurlarına nail olmaq; uçot və nəzarət

325) Sual: Marketing funksiyalarını iki meyar üzrə təsnifləşdirmək olar:

- A) marketing fəaliyyətinin məzmunu və oby ekti üzrə;
- B) marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və məzmunu üzrə;
- C) marketing fəaliyyətinin məzmunu və gəliri üzrə;
- D) marketing fəaliyyətinin əhəmiyyəti və effektivliyi üzrə;
- E) marketing fəaliyyətinin perspektivi və təyinatı üzrə

326) Sual: C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketingin əsas funksiyalarından biridir:

- A) marketinqin idarə edilməsi və sosial məsuliyyətin təmin edilməsi;
- B) müəssisənin idarə edilməsi və sosial məsuliyyətin təmin edilməsi
- C) işçilərin idarə edilməsi və sosial məsuliyyətin təmin edilməsi
- D) satışın idarə edilməsi və sosial istiqamətin təmin edilməsi
- E) marketinqin idarə edilməsi və rəhbər işçilərin şəxsi məsuliyyətinin təmin edilməsi.

327) Sual:C.M.Evans və B.Berman (ABŞ) hesab edirlər ki, marketinqin əsas funksiyalarından biridir:

- A) qiymətin planlaşdırılması;
- B) qiymət elastikliyinə planlaşdırılması;
- C) nəqliyyat taariflərinin planlaşdırılması;
- D) yeni mallara və xidmətlərə qiymətin planlaşdırılması
- E) nəqliyyat-istismar xərclərinin planlaşdırılması

328) Sual:Qiymətqoyma coğrafi yanaşma müxtəlif qiymət qoyuluşu haqqında qərarın qəbulunu nəzərdə tutur:

- A) Doğru deyil.
- B) İstehlakçılar üçün.
- C) Doğrudur.
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən hallarda doğrudur

329) Sual:Müəssisənin qiymətqoyma probleminə strateji yanaşması məhsulun həyat dövrü mərhələlərinin asılıdır.

- A) Tam
- B) Şərti.
- C) Müəyyən qədər
- D) Daimi
- E) Bütün suallar doğrudur

330) Sual:Rəqabətli qiymətqoyma ticarətin gedişi zamanı müəssisənin daha böyük sifarişlərin əldə edilməsi üçün qəbul edilir.

- A) Doğru deyil
- B) İstehlakçılar üçün
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğru olur

331) Sual:Qiymətin müəyyən edilməsində malların hiss olunan dəyərinin nəzərə alınması

- A) qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir;
- B) qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır;
- C) qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir;
- D) qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil;
- E) düzgün cavab yoxdur.

332) Sual:..... müəssisə özü qiymətin dəyişməsinin təşəbbüskarı kimi çıxış edir:

- A) hər vaxt;
- B) zərurət olduqda;
- C) bəzən;
- D) sistemətik;
- E) daimi.

333) Sual:Müəssisə şəraitində fəaliyyət göstərir:

- A) ətrafın dəyişməsi;
- B) rəqiblərin ətrafı;
- C) rəqiblərin ətrafının daimi dəyişməsi;
- D) bir çox subyektlərin ətrafının dəyişməsi
- E) düzgün cavab yoxdur.

334) Sual:Satıcı nəzərə almalıdır

- A) yalnız iqtisadi amilləri;
- B) yalnız psixoloji amilləri;
- C) həm iqtisadi, həm də psixoloji amilləri;
- D) yalnız psixoloji və sosial amilləri;
- E) düzgün cavab yoxdur.

335) Sual:Qapalı torqlar əsasında qiymətin müəyyən edilməsi

- A) qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir;
- B) qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır;
- C) qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir;
- D) qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil;
- E) düzgün cavab yoxdur.

336) Sual:Xalis gəlirin təmin edilməsi və itkisizliyin təhlilidir

- A) qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir;
- B) qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır;
- C) qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir;
- D) qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil;
- E) düzgün cavab yoxdur.

337) Sual: Orta xərcə mənfəətin cəmi

- A) qiymətin əmələ gəlməsi metodu kimi istifadə edilmir;
- B) qiymətin əmələ gəlməsi metodu sayılmır;
- C) qiymətin əmələ gəlməsi metodlarından biridir;
- D) qiymətin əmələ gəlməsi metodu deyil;
- E) düzgün cavab yoxdur

338) Sual:Xərclər müəyyən edir

- A) ən yüksək qiyməti;
- B) orta qiyməti;
- C) minimum qiyməti;

- D) orta qarışıq qiyməti;
- E) düzgün cavab yoxdur.

339) Sual:Tələb müəyyən edir

- A) minimum qiyməti;
- B) orta qiyməti;
- C) ən yüksək qiyməti;
- D) orta qarışıq qiyməti;
- E) düzgün cavab yoxdur.

340) Sual:Qiymət siyasətinin problemləri və imkanları

- A) bazarın tipindən asılı olaraq dəyişmir;
- B) bazarın tipindən asılı olaraq bəzən dəyişir;
- C) bazarın tipindən asılı olaraq dəyişir;
- D) bazarın tipindən asılı olmadan dəyişir;
- E) düzgün cavab yoxdur.

341) Sual:..... kənd təsərrüfatında potensial imkanlar müəyyən edilməlidir:

- A) region və təsərrüfatların
- B) region və rayonların;
- C) təsərrüfatların, rayon və regionların;
- D) müəssisə və regionun;
- E) düzgün cavab yoxdur.

342) Sual:İstehsal potensialından istifadə üçün üçüncü mərhələdə müəyyən edilməlidir:

- A) rəqiblərin istehsal potensialı;
- B) büdcə təsərrüfatı;
- C) idarəetmə strukturu;
- D) maliyyə imkanları
- E) düzgün cavab yoxdur.

343) Sual:İstehsal potensialından istifadə üçün ikinci mərhələdə müəyyən edilməlidir:

- A) rəqiblərin istehsal potensialı;
- B) büdcə təsərrüfatı;
- C) potensialdan istifadənin regional təşkilati-hüquqi formaları;
- D) maliyyə imkanları;
- E) düzgün cavab yoxdur.

344) Sual:İstehsal potensialından istifadə üçün birinci mərhələdə müəyyən edilməlidir:

- A) rəqiblərin istehsal potensialı;
- B) büdcə təsərrüfatı;
- C) təsərrüfatın istehsal potensialı;
- D) maliyyə imkanları;
- E) düzgün cavab yoxdur.

345) Sual:..... tətbiqi mərhələsi xarakterizə olunur:

- A) xammalların alışıının zəif artımının;
- B) satış həcmnin məhdud artımının;
- C) satış həcmnin zəif artımının;
- D) istehsal xərclərinin zəif artımının;
- E) bütün cavablar doğrudur

346) Sual:Firmanın hər bir mərhələsində ilə bağlı imkanlar nəzərə alınır:

- A) vasitəçilər;
- B) rəqiblər;
- C) aqromarketing strategiyası;
- D) aqromarketing planlaşdırılması;
- E) bütün cavablar doğrudur

347) Sual:əmtənin həyat dövrü konsepsiyası fəaliyyəti çərçivəsində mümkündür:

- A) müəssisənin;
- B) bazarın;
- C) əmtəələrin;
- D) konyukturanın;
- E) bütün cavablar doğrudur.

348) Sual:Məhsulun həyat dövründə bəzi mərhələlərin dəyişməsi tələb olunur:

- A) planlaşdırma;
- B) malların planlaşdırılması;
- C) aqromarketing strategiyası;
- D) konyukturanın proqnozlaşdırılması;
- E) düzgün cavab yoxdur.

349) Sual:Aqromarketingin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) marketing növlərinin digər sistemlərlə müqayisədə daha çox həssas olması;
- B) marketing növlərinin digər sistemlərlə müqayisədə həssas olmaması;
- C) marketing növlərinin digər sistemlərlə müqayisədə qeyri-müəyyən olması;
- D) marketing növlərinin digər sistemlərlə müqayisədə daha çox dərk edilən olması;
- E) marketing növünün digər sistemlərlə müqayisədə daha çox özünü təşkilatın, özünü idarəetmənin olması.

350) Sual:Aqromarketingin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin müxtəlif səviyyələrdə və qeyri-bərabər olması;
- B) marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsində razılığın olmaması;
- C) marketing fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin qeyri-bərabər və müxtəlif formalarda olması;
- D) istehsal fəaliyyətinin həyata keçirilmə səviyyəsinin müxtəlif olması;
- E) ASK sistemində marketing fəaliyyətinin dövlət tərəfindən idarəetmə səviyyəsinin qeyri-bərabər olması

351) Sual:Aqromarketinqin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir

- A) təsərrüfatın təşkilində müxtəlif formaların tətbiqi
- B) təsərrüfatın təşkilinin məhdud formada olması;
- C) təsərrüfatın təşkilinin vahid formada olması
- D) istehsalın idarə edilməsinin müxtəlif formalarda olması
- E) təsərrüfatın təşkili formalarının vəhdətdə olması

352) Sual:Aqromarketinqin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) ASK sistemində satılan malların, istehsal vasitələrinin, mülkiyyət formalarının çox növlü olması;
- B) ASK sistemində satılan malların, istehsal vasitələrinin, mülkiyyət formalarının çox növlü olmaması;
- C) ASK sistemində satılan malların, istehsal vasitələrinin, mülkiyyət formalarının eyni növdə olması;
- D) ASK sistemində satılan malların, istehsal vasitələrinin, mülkiyyət formalarının kollektiv formada olması
- E) ASK sistemində satılan malların, istehsal vasitələrinin, mülkiyyət formalarının üstün olması

353) Sual:Aqromarketinqin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) istehsalın və məhsul yığımının mövsümi olması;
- B) istehsalla məhsulun əldə edilməsinin bütün fəsillərdə mövcud
- C) istehsalla məhsulun əldə edilməsinin qarışıq vaxtlarda olması;
- D) istehsalla məhsulun əldə edilməsinin paralel olması;
- E) istehsalla məhsulun əldə edilməsi prosesinin üst-üstə düşməməsi.

354) Sual:Aqromarketinqin xüsusiyyəti kənd təsərrüfatının xüsusiyyətini müəyyən edir ki, onlardan biridir:

- A) istehsalla iş dövrünün üst-üstə düşməməsi;
- B) istehsalla iş dövrünün üst-üstə düşməsi
- C) məzuniyyət dövrü ilə iş dövrünün üst-üstə düşməməsi
- D) istehsal dövrü ilə istehsal tsiklinin üst-üstə düşməməsi
- E) texniki vasitələrinin quruluşu ilə işçilərin tərkibinin üst-üstə düşməməsi.

355) Sual:Praktiki fəaliyyətdə etika reallaşır

- A) Yalnız xidməti etika, işgüzar etiket vasitəsilə
- B) Yalnız peşə etikası, işgüzar etiket vasitəsilə
- C) Peşə və xidməti etika, işgüzar etiket vasitəsilə
- D) Təbii və xidməti etika, işgüzar etiket vasitəsilə
- E) İctimai və xidməti etika vasitəsilə

356) Sual:Aqromarketinq sənətində başlıca məqsədlər

- A) Yaradıcı işçilərin inkişaf etdirilməsi və istehlakçıların tələbinin ödənilməsi
- B) Yaradıcılığın hərtərəfli inkişafı, istehlakçıların ödənilməsi
- C) Yaradıcı işçilərin hərtərəfli inkişafı, istehlakçıların ödənilməsi

- D) Yaradıcılığın inkişafı, istehlakçıların ödənilməsi
- E) Yaradıcı işçinin hərtərəfli öyrənilməsi, istehlakçıların təmin edilməsi

357) Sual:Aqromarketing sənəti özündə əks etdirir:

- A) Konkret problem vəziyyətin həllini
- B) Reklamın əks etdirilməsi forması, konkret problem vəziyyətin dərk etdirilməsi və həlli.
- C) Bilmək, əks etdirmək forması, konkret problem vəziyyətin dərk edilməsi və həlli.
- D) Bilmək, əks etdirmək forması və münafiqşəli vəziyyətin həlli
- E) Problemləli vəziyyətlərin həlli forması

358) Sual:Aqromarketoloqun kommərsiya fəaliyyətidir

- A) Həmişə kompromitsə getmək bacarığı.
- B) Yalnız iqtisadi cəhətdən kompromitsə getmək bacarığı
- C) İqtisadi cəhətdən kompromitsə getmək bacarığı.
- D) Yalnız əxlaqi cəhətdən kompromitsə getmək bacarığı
- E) İnsanları idarəetmə bacarığı

359) Sual:Marketoloqların, fermerlərin, sahibkarların işgüzar və xidməti etikasının mahiyyəti çəxtərəfli etik-psixoloji qarşılıqlı münasibətlərin forma və məzmununda öz əksini tapır.

- A) Məişətdə
- B) Cəmiyyətdə
- C) Əmək kollaektivində
- D) Yalnız xidməti kabinetlərdə
- E) Yalnız cəmiyyətdə

360) Sual:Rəqiblərin reklamı

- A) Xarici mühit amillərinə aiddir
- B) Mikromühit aillərinə aid deyil
- C) Mikromühit amillərinə aiddir
- D) Əsas amillərə aid deyil
- E) Daxili mühit amillərinə aid deyil.

361) Sual:Rəqib bazarın quruluşu

- A) Xarici mühit amillərinə aiddir
- B) Mikromühit aillərinə aid deyil
- C) Mikromühit amillərinə aiddir
- D) Əsas amillərə aid deyil
- E) Daxili mühit amillərinə aid deyil

362) Sual:Bazarın konyukturası

- A) Xarici mühit amillərinə aiddir
- B) Mikromühit aillərinə aid deyil
- C) Mikromühit amillərinə aiddir
- D) Əsas amillərə aid deyil
- E) Daxili mühit amillərinə aid deyil

363) Sual:Analoji sahələrin müəssisələri ilə rəqabətin səviyyəsi

- A) Mikromühitə aiddir
- B) Xarici mühit amillərinə aid deyil
- C) Xarici mühit amillərinə aiddir
- D) Mikrosətraf mühit amillərinə aiddir
- E) Daxili mühit amillərinə aid deyil

364) Sual:Sosial və iqtisadi şərait elmi-texniki tərəqqinin səviyyəsi

- A) Mikromühitə aiddir
- B) Xarici mühit amillərinə aid deyil
- C) Xarici mühit amillərinə aiddir
- D) Əsas amillərə aid deyildir
- E) Daxili mühit amillərinə aiddir

365) Sual:İctimai-siyasi quruluş və hüquq

- A) Mikromühitə aiddir
- B) Xarici mühit amillərinə aid deyil
- C) Xarici mühit amillərinə aiddir
- D) Əsas amillərə aid deyildir
- E) Daxili mühit amillərinə aiddir

366) Sual:Aqromarketing strategiyasının işlənməsində

- A) Xarici mühit nəzərə alınmır
- B) Bəzi xarici mühit amilləri nəzərə alınır
- C) Xarici mühit amilləri nəzərə alınır
- D) Xarici mühit amilləri nəzərə alınmır
- E) Daxili mühitin ayrı-ayrı amilləri öyrənilir

367) Sual:İstehlakçının öyrənilməsi, onun ödənmə qabiliyyətli tələbi:

- A) Aqroservis xidmətinin funksiyalarından biridir
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biridir
- C) Aqromarketing xidmətinin funksiyalarından biridir
- D) Aqroservis xidməti qaydalarından biridir
- E) Aqrotexniki qaydalarından biridir

368) Sual:Rəqabət mübarizəsi və məqsədin müəyyən olunması:

- A) Aqroservis xidməti funksiyalarından biri
- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biri
- C) Aqromarketing xidməti funksiyalarından biri
- D) Aqroservis xidməti qaydalarından biri
- E) Aqrotexnika qaydalarından biri

369) Sual:Bazarın tədqiqidir:

- A) Aqroservis xidməti funksiyalarından biri

- B) Aqrobiznesin mühüm funksiyalarından biri
- C) Aqromarketing xidməti funksiyalarından biri
- D) Aqroservis xidməti qaydalarından biri
- E) Aqrotexnika qaydalarından biri

370) Sual:Aqromarketing xidməti oynayır:

- A) Marketing fəaliyyətində yalnız təşkil edən, koordinasiya edən rol
- B) Elmi fəaliyyətdə müəyyən edici, təşkil edici koordinasiya edən rol
- C) Marketing fəaliyyətində müəyyən edən, marketing fəaliyyətində təşkil edən və koordinasiya edən rol
- D) Təşkil edən, cavab verən, koordinasiya edən rol
- E) Müəyyən edən, reaksiya verən, təşkil və koordinasiya edən rol

371) Sual:Aqromarketingin idarəetmə modellərinin tətbiq edilən metodlarından asılı olaraq bölünür

- A) Qrafiki və riyazi.
- B) Məntiqi və riyazi
- C) Məntiqi, qrafiki və riyazi
- D) Məntiqi, resurslu və qrafiki
- E) Qrafiki, psixoloji və şifahi

372) Sual:Aqromarketingin tədqiqatlarının alt sistemidir

- A) ASK rəhbərlərinin təsərrüfatda baş verən dəyişikliklər haqqında məlumatla təmin etmək.
- B) Bazarda baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək
- C) ASK müəssisələrinin rəhbərlərinə regionun aqrar bazasının konyuktur xülasəsini təqdim etmək
- D) ASK rəhbərlərinə bazarda baş verən hadisələr haqqında konyuktur xülasə və proqnozlar təqdim etmək
- E) Bütün cavablar düzdür

373) Sual:Xarici aqromarketing məlumatlarının təhlilinin alt sistemidir

- A) ASK rəhbərlərinin təsərrüfatda baş verən dəyişikliklər haqqında məlumatla təmin etmək
- B) Bazarda baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək
- C) Aqrar bazarda baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək
- D) Bazarda baş verən hadisələrin proqnozunu təqdim etmək
- E) Baş verən hadisələr haqqında məlumatları təqdim etmək

374) Sual:Məsləhətçilər-rekrutörlər məşğuldur.

- A) Maliyyə sahəsində təftişlə
- B) Köməkçi materialların çatdırılmasının axtarışı ilə
- C) Maliyyə, marketing və s. sahəsində işçilərin seçimi ilə
- D) Kadrların seçilməsi və yerləşdirilməsi ilə
- E) Təsərrüfat fəaliyyətinin təftişi

375) Sual:Rabitə vasitələri və kompyuterlərin satıcıları və alıcıları.

- A) Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil
- B) Məsləhətçilər qrupuna daxil deyil, çünki bu onlara əsas funksiyalarına aid deyil

- C) Məsləhətçilər qrupuna daxildir baxmayaraq ki, məsləhət vermə onların əsas funksiyalarına aid deyil
- D) Demək olar ki, məsləhətçilər qrupuna aid deyil
- E) Məsləhətçilər qrupuna daxildir, nə əqədər ki, bun onların əsas funksiyalarına aiddir

376) Sual:Məsləhətvermə prosesinin mərhələlərindən biridir

- A) Fəaliyyətin əvvəlcə deyilməsi
- B) Əvvəlcə deyilmə
- C) Tətbiq
- D) Xəbərdarlıq
- E) Müşahidə

377) Sual:Məsləhətvermə prosesinin mərhələlərindən biridir

- A) Proqnozlaşdırma
- B) Əvvəlcədən demə
- C) Fəaliyyətin planlaşdırılması
- D) Fəaliyyətin əvvəlcə deyilməsi
- E) Müşahidə

378) Sual:Məsləhətvermə prosesinin mərhələlərindən biridir

- A) Proqnozlaşdırma
- B) Əvvəlcədən demə
- C) Otaqnoz vermə
- D) Xəbərdarlıq
- E) Müşahidə

379) Sual:Emosional motivlərə aşağıdakılar aiddir:

- A) ədalətlik
- B) sağlamlılıq
- C) qorxu
- D) mənfəətlilik
- E) zərərsizlik

380) Sual:Rasional motivlərə aşağıdakılar aiddir:

- A) zərərsizlik və nöqsansızlıq
- B) istək
- C) etibarlılıq və zəminlik
- D) arzu edilmə
- E) qorxu

381) Sual:Rasional motivlərə aşağıdakılar aiddir:

- A) zərərsizlik
- B) istək
- C) sağlamlılıq
- D) arzu edilmə

E) qorxu

382) Sual:İnformasiyalar toplandıqdan sonra yerinə yetirilir:

- A) informasiyaların qorunub saxlanması;
- B) informasiyaların yayılması;
- C) informasiyaların artırılması;
- D) informasiyaların təhlili;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

383) Sual:Eksperiment əsaslanır:

- A) xarakterik olmayan hadisələrə praktiki yanaşmanın modelləşdirilməsi;
- B) təkrar hadisələrə praktiki yanaşmanın modelləşdirilməsi;
- C) qeyri-tipik vəziyyətə nəzəri baxışların modelləşdirilməsi;
- D) xarakterik vəziyyətə praktiki yanaşma və onun modelləşdirilməsi;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

384) Sual:Müsahibə götürməyin məqsədi:

- A) müəyyən problemə xammal göndərənlərin münasibətinin aydınlaşdırılması;
- B) müəyyən problemə satış vasitəçilərinin münasibətinin aydınlaşdırılması
- C) müəyyən problemə ekspertlərin münasibətinin aydınlaşdırılması;
- D) müəyyən problemə və müəssisənin məhsuluna seçilmiş ekspertlərin münasibətinin aydınlaşdırılması;**
- E) bütün cavablar doğrudur

385) Sual:İnformasiyaların toplanması prosesində marketinq üzrə mütəxəsislər üsullardan istifadə edə bilər:

- A) təcrübələrdən, eksperimentlərdən;**
- B) ekstrapolyasiyadan;
- C) interpolasiyadan;
- D) ikinci dərəcəli informasiyadan;
- E) bütün cavablar doğrudur.

386) Sual:İnformasiyaların toplanması prosesində marketinq üzrə mütəxəsislər üsullardan istifadə edə bilər:

- A) müşahidə;**
- B) əsas istiqamətlərin müəyyən edilməsi;
- C) alıcılara istiqamətlənmə;
- D) konkret üstünlüklərə istiqamətlənmə;
- E) bütün cavablar doğrudur.

387) Sual:İnformasiyaların toplanması prosesində marketinq üzrə mütəxəsislər üsullardan istifadə edə bilər:

- A) müsahibə;**
- B) qarışıq;
- C) analitik;
- D) məntiqi;

E) bütün cavablar doğrudur.

388) Sual:Tədqiqatın eksperimental məqsədi:

- A) konkret strukturun yoxlanması;
- B) müəyyən proqramın yoxlanması;
- C) müəyyən hipotezin yoxlanması;
- D) müəyyən paradıqmaların yoxlanması;
- E) bütün cavablar doğrudur.

389) Sual:Tədqiqatın məqsədi təsvir edir:

- A) müəyyən subyektlərin təsvirini;
- B) müəyyən sistemin təsirini;
- C) müəyyən hadisənin təsvirini;
- D) müəyyən proseslərin təsvirini;
- E) bütün cavablar doğrudur.

390) Sual:Tədqiqatın axtarış məqsədidir:

- A) hipotezlərin işlənməsi və alternativ informasiyaların toplanması;
- B) dəqiq informasiyaların toplanması;
- C) tam informasiyaların toplanması;
- D) hipotezlərin işlənməsi və ilkin informasiyaların toplanması;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

391) Sual:Tədqiqatın məqsədinin əsas tiplərindən biridir:

- A) ekspert;
- B) sifariş;
- C) bazar;
- D) təcrübi, eksperimental;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

392) Sual:Tədqiqatın məqsədinin əsas tiplərindən biridir:

- A) əvvəlcə;
- B) yazılı;**
- C) növbəti;
- D) kompleks;
- E) bütün cavablar doğrudur.

393) Sual:Tədqiqatın məqsədinin əsas tiplərindən biridir:

- A) hipotezlərin hazırlanması;
- B) proseslərin açıqlanması;
- C) informasiyaların keyfiyyətinin yoxlanması;
- D) axtarış;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

394) Sual:Aqromarketing tədqiqatı prosesinin mərhələlərindən biridir:

- A) nəticəsi alınmış proqramların təqdim edilməsi;
- B) alınmış nəticələr haqqında hesabatların təsdiqi;
- C) alınmış nəticələr haqqında hesabatların qəbulu;
- D) alınmış nəticələr haqqında hesabatların təqdim edilməsi;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

395) Sual:Aqromarketing tədqiqatı prosesinin mərhələlərindən biridir:

- A) sistem təhlili;
- B) korrelyasiya təhlili;
- C) təhrar təhlil;**
- D) ümumiləşdirilmiş təhlil;
- E) bütün cavablar doğrudur.

396) Sual:Aqromarketing tədqiqatları prosesinin mərhələlərinin tərkibinə eyni zamanda aiddir:

- A) məlumatların toplanması, istehsalın tədqiqi planının formalaşdırılması;
- B) bölgü kanallarının tədqiqi planının formalaşdırılması və məhsulların
- C) məlumatların toplanması, aqromarketingin istehsal proqramlarının formalaşması;
- D) məlumatların toplanması, aqromarketing tədqiqatları planının formalaşdırılması;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

397) Sual:Aqromarketing tədqiqatı prosesinin mərhələlərindən biridir

- A) informasiya mənbələrinin təhlili;
- B) informasiya mənbələrinin uçotu;
- C) informasiya mənbələrinin tapılması;**
- D) informasiya mənbələrinin stimullaşdırılması
- E) bütün cavablar doğrudur.

398) Sual:Aqromarketing tədqiqatı prosesinin mərhələlərindən biridir

- A) faktiki informasiyanın ardıcıl təhlili;
- B) faktiki informasiyanın öncə təhlili;**
- C) faktiki informasiyanın proqram-dəyər təhlili;
- D) faktiki informasiyanın ümumi təhlili;
- E) bütün cavablar doğrudur

399) Sual:Aqromarketing tədqiqatı proseslərinin mərhələlərinin tərkibinə aiddir:

- A) istehsalın məqsədini formalaşdırmaq və problemi müəyyən etmək;
- B) tədqiqatın məqsədini formalaşdırmaq və problemləri müəyyən etmək;**
- C) kommunikasiyanın məqsədini formalaşdırmaq və problemləri müəyyən etmək;
- D) bütün cavablar doğrudur.
- E) satılan layihənin məqsədini formalaşdırmaq və problemləri müəyyən etmək;

400) Sual:Aqromarketing tədqiqatı prosesi özündə əks etdirir:

- A) bəzi nizamsız fəaliyyətləri;
- B) bəzi ardıcıl fəaliyyətləri;**
- C) bəzi əməliyyat fəaliyyətləri;

- D) bəzi kommunikasiya fəaliyyətləri;
- E) bütün cavablar doğrudur

401) Sual:Aqromarketing mühiti haqqında cari informasiyaların əsas mənbəyinə aiddir:

- A) sərbəst iqtisadi zonalar;
- B) offşor bankları;
- C) sığorta agentləri;
- D) kütləvi informasiya vasitələri;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

402) Sual:Aqromarketing mühiti haqqında cari informasiyaların əsas mənbəyinə aiddir:

- A) rəqiblər;
- B) tələbələr;
- C) müstəqil ticarət vasitəçiləri və müəssisələrin ticarət agentləri;**
- D) hüquq-mühafizə orqanları;
- E) bütün cavablar doğrudur

403) Sual:Aqromarketing mühiti haqqında cari informasiyaların əsas mənbəyinə aiddir:

- A) kənd təsərrüfatı avadanlıqlarının istehsalçıları;
- B) satıcılar;**
- C) fermaların layihələndiriciləri;
- D) dövlət auditorları;
- E) bütün cavablar doğrudur.

404) Sual:Aqromarketing mühiti haqqında cari informasiyaların əsas mənbəyinə aiddir:

- A) kənd təsərrüfatı müəssisələrinin məhsullarının alıcıları;**
- B) əmtəə birjalrı;
- C) hərraclar;
- D) sərgilər;
- E) bütün cavablar doğrudur.

405) Sual:Aqromarketing mühiti haqqında cari informasiyaların əsas mənbəyinə aiddir:

- A) aqromarketing nəqliyyatçıları;
- B) aqromarketingin anbar bazaları;
- C) aqromarketing vasitəçiləri;**
- D) aqromarketing rəqibləri
- E) bütün cavablar doğrudur

406) Sual:Aqromarketingin kommunikasiya sisteminin strukturunu müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir.

- A) Vasitəçilərin strategiya və taktikası
- B) Rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
- C) Reklam olunan malın həyat dövrü mərhələləri**
- D) Rəqiblərin strategiya və taktikaları
- E) Mal göndərənlərin strategiya və taktikaları.

407) Sual:Aqromarketingin kommunikasiya sisteminin strukturunu müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir.

- A) Vasitəçilərin strategiya və taktikası
- B) Rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
- C) İstehlakçı auditoriyasının vəziyyəti
- D) Rəqiblərin strategiya və taktikaları.
- E) Mal göndərənlərin strategiya və taktikaları

408) Sual:Aqromarketingin kommunikasiya sisteminin strukturunu müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir.

- A) Vasitəçilərin strategiya və taktikası
- B) Rəqiblərin məqsəd və strategiyaları
- C) Məhsul və bazarın tipi.
- D) Rəqiblərin strategiya və taktikaları
- E) Mal göndərənlərin strategiya və taktikaları.

409) Sual:Aqromarketingin kommunikasiya sisteminin strukturunun müəyyən edən əsas amillər qrupuna aiddir.

- A) Vasitəçilərin strategiya və taktikası
- B) Rəqiblərin məqsəd və strategiyaları.
- C) Təşkilatların məqsəd və strategiyaları
- D) Rəqiblərin strategiya və taktikaları
- E) Mal göndərənlərin strategiya və taktikaları

410) Sual:Aqromarketingin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir.

- A) Namizədlər
- B) Dövlət orqanlarında qulluqçular
- C) Dövlət idarəetmə orqanları
- D) ASK təchizatçıları
- E) İstehsalçılar

411) Sual:Aqromarketingin kommunikasiyasında mühüm tərəfdir.

- A) Vasitəçiliyə namizədlər
- B) Aqromarketing xidmətləri
- C) Aqromarketing vasitəçiləri
- D) Təchizatçılar
- E) İstehsalçılar

412) Sual:Məhsulun həyat siklinin son mərhələlərində aşağıdakılardan istifadə edilir:

- A) təsdiqləyici reklam
- B) daxiledici reklam
- C) xatırladıcı reklam
- D) yönəldici reklam
- E) bütün cavablar doğrudur

413) Sual:Böyümə və yetkinlik mərhələlərində aşağıdakı üslublardan istifadə olunur:

- A) daxiledici reklam
- B) xatırladıcı reklam
- C) təsdiqləyici reklam
- D) yönəldici reklam
- E) bütün cavablar doğrudur

414) Sual:Məhsulun həyat siklinin ilk mərhələsində aşağıdakılardan istifadə olunur:

- A) təsdiqləyici reklam
- B) xatırladıcı reklam
- C) daxiledici reklam
- D) yönəldici reklam
- E) bütün cavablar doğrudur

415) Sual:Reklam büdcəsinin işlənilib hazırlanması prosesini aşağıdakılara bölmək olar:

- A) üçböyük bloka
- B) dörd bloka
- C) beş bloka
- D) altı bloka
- E) iki böyük bloka

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

- A) məqsədli auditoriyanın 1000 nümayəndəsinə düşən
- B) əhalinin 1000 nəfər nümayəndəsinə düşən
- C) məqsədli auditoriyanın 100 nəfər nümayəndəsinə düşən
- D) istehlakçıların 200 nümayəndəsinə düşən
- E) məqsədli auditoriyanın 500 nümayəndəsinə düşən

417) Sual:Pozisiya effekti nəzərdə tutur ki, reklan informasiyasının birinci və sonuncu hissəsi:

- A) asan, ancaq müvəqqəti
- B) pis
- C) asan və daha möhkəm
- D) Tam yaxşı olmayaraq
- E) çətinliklə

418) Sual:Mavi işıq:

- A) həyacanla
- B) əsəbiliklə
- C) sakitçiliklə
- D) səs-küylə
- E) soyuqla assosiasiya olunur

419) Sual:Psixoloji araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, qara və işıqların ahəngliyi

aşağıdakı instiktiv hisslərin duyulması ilə müşahidə olunur:

- A) soyuq
- B) isti
- C) həyəcan
- D) işıq
- E) donma

420) Sual:Psixoloji araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, göy və vavi işıqda aşağıdakı hisslər duyulur:

- A) isti
- B) həyəcan
- C) soyuq
- D) işıq
- E) donma

421) Sual:Psixoloji araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, qırmızı işıqda aşağıdakı hisslər duyulur:

- A) soyuq
- B) həyəcan
- C) isti
- D) işıq
- E) donma

422) Sual:Emosional motivlərə aşağıdakılar aiddir:

- A) ədalətlik
- B) sağlamlılıq
- C) sevinc və yumor
- D) mənfəətlik
- E) zərərsizlik

423) Sual:Emosional motivlərə aşağıdakılar aiddir:

- A) ədalətlik
- B) sağlamlılıq
- C) sevgi
- D) mənfəətlik
- E) zərərsizlik

424) Sual:Aqromarketing fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) aqromarketingin idarəetmə sisteminin təşkili və ətraf mühitə uyğunlaşma;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketing-planların tərtib edilməsi.

425) Sual:Aqromarketing fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) qiymətin əmələ gəlməsi;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması
- E) marketinq-planların tərtib edilməsi.

426) Sual:Aqromarketinq fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) kommersiya fəaliyyətinin təşkili;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması
- E) marketinq-planların tərtib edilməsi.

427) Sual:Aqromarketinq fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) FOSAS-ın təşkili;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketinq-planların tərtib edilməsi.

428) Sual:Aqromarketinq fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) satışın təşkili;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketinq-planların tərtib edilməsi.

429) Sual:Aqromarketinq fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) öz istehlakçılarını formalaşdırmaq;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketinq-planların tərtib edilməsi

430) Sual:Aqromarketinq fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) bazarda malların mövqeləndirilməsinin təşkili;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketinq-planların tərtib edilməsi.

431) Sual:Aqromarketinq fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) bazarın seqmentlərinin seçilməsi;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;

- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketing-planların tərtib edilməsi.

432) Sual:Aqromarketing fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) funksional təşkilin səmərəliləşdirilməsi;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketing-planların tərtib edilməsi.

433) Sual:Aqromarketing fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) sistemlərin strukturlarının yaradılması (təkmilləşdirilməsi);
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketing-planların tərtib edilməsi.

434) Sual:Aqromarketing fəaliyyətinin təşkilinə aiddir:

- A) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- B) bazarın zəif yerlərinin axtarılması;
- C) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- D) dilerlərin və vasitəçilərin işinin yaxşılaşdırılması;
- E) marketing-planların tərtib edilməsi.

435) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) beynəlxalq aqrobiznesin təhlili;
- B) marketing məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı.

436) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) kommersiya fəaliyyətinin öyrənilməsi;
- B) marketing məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı.

437) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) satış sistemlərinin təhlili;
- B) marketing məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı.

438) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) marketoloq xidməti fəaliyyətinin planlarının işlənilib hazırlanması;
- B) marketinq məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı

439) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) marketinq-planların tərtib edilməsi;
- B) marketinq məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı.

440) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) məqsədli proqramların işlənilib hazırlanması;
- B) marketinq məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı.

441) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) qiymətlərin, marketinq strategiyalarının müəyyən edilməsi;
- B) marketinq məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı

442) Sual:Proqnozlaşdırma, məqsədyönlü fəaliyyət, planlaşdırma özündə əks etdirir:

- A) aqromarketing, rəqiblər və bazar üzrə proqnozların tərtib edilməsi;
- B) marketinq məqsədlərinin modifikasiyası;
- C) qiymətlərin təhlili;
- D) bazar seqmentlərinin seçilməsi;
- E) yeni seqmentlərin axtarışı.

443) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) beynəlxalq aqrobiznesin təhlili;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketinq proqramlarının və satışın təhlili
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

444) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) kommersiya fəaliyyətinin öyrənilməsi;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;

- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

445) Sual:Bazarın tədqiqi mərhələlərinə aiddir:

- A) satış sistemlərinin təhlili;
- B) aqromarketing sisteminin təhlili;
- C) aqromarketing və bazar siyasətinin təhlili;
- D) marketing proqramlarının və satışın təhlili;
- E) aqromarketing sistemlərinin inkişafı.

446) Sual:Mal çeşidi:

- A) eyni müştəriyə, eyni ticarət müəssisəsi tərəfindən satılan, eyni qiymət diapazonu çərçivəsində olan mal qrupları
- B) funksional baxımdan uyğun gəlməyən mal qrupları
- C) istehsal baxımından bir-biri ilə fərqli olan mal qrupları
- D) eyni satış müəssisəsində satılan mal qrupu
- E) doğru cavab yoxdur

447) Sual:Mal vahidi:

- A) qiymət xarici görünüş və digər atributlarla xarakterizə olunaraq tamlığı əhatə edir
- B) keyfiyyət göstəriciləri ilə xarakterizə olunur
- C) istehlakçılara yararlılıqla xarakterizə olunur
- D) müxtəlif kimyəvi göstəriciləri ilə xarakterizə olunur
- E) doğru cavab yoxdur

448) Sual:Marketing fəaliyyətinin inkişafının üçüncü mərhələsidir

- A) 1950-1960-cı illər yüksək yüksək keyfiyyətli mallara tələbin artması ilə həmin mallarla satışın maksimum təmin edilməsi
- B) 1860-1960-cı illər yüksək yüksək keyfiyyətli mallara tələbin artması ilə həmin mallarla satışın maksimum təmin edilməsi
- C) 1950-2000-cı illər yüksək yüksək keyfiyyətli mallara tələbin artması ilə həmin mallarla satışın maksimum təmin edilməsi
- D) 1950-1960-cı illər yüksək yüksək keyfiyyətli mallara tələbin artması ilə həmin mallarla satışın maksimum təmin edilməsi
- E) 1930-1960-cı illər yüksək yüksək keyfiyyətli mallara tələbin artması ilə həmin mallarla satışın maksimum təmin edilməsi

449) Sual:Marketing fəaliyyətinin inkişafının birinci mərhələsidir:

- A) 1860-1930-cu illər istehlak tələbinin uçotu aparılmadan keyfiyyətin yüksəldilməsinə çalışmaq
- B) 1801-1930-cu illər istehlak tələbinin uçotu aparılmadan keyfiyyətin yüksəldilməsinə çalışmaq
- C) 1812-1900-cu illər istehlak tələbinin uçotu aparılmadan keyfiyyətin yüksəldilməsinə çalışmaq
- D) 1860-1930-cu illər istehlak tələbinin uçotu aparılmadan keyfiyyətin yüksəldilməsinə çalışmaq
- E) 1850-1940-cu illər istehlak tələbinin uçotu aparılmadan keyfiyyətin yüksəldilməsinə çalışmaq

450) Sual:Marketing fəaliyyətinin inkişafının ikinci mərhələsidir:

- A) 1930-1950-ci illər istehlakçılara reklam və digər metodlarla təsir etməklə alış həyata keçirmək üçün “məcbur etmə”
- B) 1900-1960-ci illər istehlakçılara reklam və digər metodlarla təsir etməklə alış həyata keçirmək üçün “məcbur etmə”
- C) 1830-1950-ci illər istehlakçılara reklam və digər metodlarla təsir etməklə alış həyata keçirmək üçün “məcbur etmə”
- D) 1930-1950-ci illər istehlakçılara reklam və digər metodlarla təsir etməklə alış həyata keçirmək üçün “məcbur etmə”
- E) 1940-1950-ci illər istehlakçılara reklam və digər metodlarla təsir etməklə alış həyata keçirmək üçün “məcbur etmə”

451) Sual: Marketing izah edə bilər:

- A) müəssisənin bazarda fəaliyyətinin idarə edilməsinə tam yanaşma proqramı kimi
- B) bazarda müəssisənin fəaliyyətinin idarə edilməsinin dövlət yanaşması kimi
- C) müəssisənin bazarda fəaliyyətinin idarə edilməsinə situasiyalı təhlili kimi
- D) bazar proseslərinin idarə edilməsinə biziyyə yanaşma kimi
- E) bütün variantlar doğrudur

452) Sual: Marketingin müəyyən edilməsinə üç yanaşmadan biridir:

- A) marketing fəaliyyət tərzini aşkarlayır, hansı ki, bu bazarda uğur qazanmaga istiqamətlənən praktik fəaliyyət, qayda və ölçülər sistemidir
- B) marketingə istehsalın idarəetmə konsepsiyası (“düşüncə tərzini”) kimi baxılır
- C) marketingə “düşüncə tərzini” kimi baxılır
- D) marketingə təsərrüfat işlərinin aparılmasının özünəməxsus “fəlsəfəsi” kimi baxılır
- E) doğru cavab yoxdur

453) Sual: Qoşa-qoşa keçirilən qiymət işarə ilə göstərilir:

- A) +yaxşı
- B) –pis
- C) =eyni
- D) + ən yaxşı
- E) +əla

454) Sual: Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir.

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) elektron sistemlər
- C) özünü idarəedən sistemlər
- D) aqrotexniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

455) Sual: Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir.

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) elektron sistemlər
- C) özünü təşkilədən sistemlər
- D) mexaniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

456) Sual:Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir.

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) elektron sistemlər
- C) açıq sistemlər
- D) mexaniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

457) Sual:Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir:

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) elektron sistemlər
- C) iyeratxiya sistemləri
- D) mexaniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

458) Sual:Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir.

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) elektron sistemlər
- C) mürəkkəb sistemlər
- D) mexaniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

459) Sual:Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir.

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) elektron sistemlər
- C) bütöv sistemlər
- D) mexaniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

460) Sual:Aqromatretinq bu istiqamətdə inkişaf edir:

- A) Avtomatlaşdırılmış sistemlər
- B) sürətləndirmənelektron sistemləri
- C) məqsədyönlü sistemlər
- D) mexaniki sistemlər
- E) məqsədyönlü olmayan sistemlər

461) Sual:Aqromarketing alitidir:

- A) təklif, ehtiyac və qiymət
- B) təklif, ehtiyac və tələb
- C) təklif, tələb və qiymət
- D) ehtiyac, tələb və qiymət
- E) ehtiyac, tələb və istək

462) Sual:Qiymət:

- A) aqromarketing xidmətinin açarındır

- B) aqromarketing aləti deyil
- C) aqromarketing alətidir
- D) aqroservis aləti deyil
- E) Təhlil alətidir

463) Sual:Tələb:

- A) aqromarketing xidmətinin açarındır
- B) aqromarketing aləti deyil
- C) aqromarketing alətidir
- D) aqroservis aləti deyil
- E) Təhlil alətidir

464) Sual:Təklif:

- A) aqromarketing xidmətinin açarındır
- B) aqromarketing aləti deyil
- C) aqromarketing alətidir
- D) aqroservis aləti deyil
- E) Təhlil alətidir

465) Sual:Aqromarketing sistemi adlanır?

- A) aqromarketingin fəaliyyət mexanizmi
- B) servis müəssisəsinin fəaliyyət konsepsiyası
- C) ASK müəssisələrinin fəaliyyət konsepsiyası
- D) ASK bölmələrinin fəaliyyət konsepsiyası
- E) fəaliyyət konsepsiyası

466) Sual:əgər avtokorrelyasiya yoxdursa, o bərabər olacaq:

- A) 21
- B) 22
- C) 2
- D) 3
- E) 1 və ya 0

467) Sual:Qoşa-qoşa keçirilən qiymət işarə ilə göstərilir:

- A) +yaxşı
- B) –pis
- C) < pis
- D) + ən yaxşı
- E) +əla.

468) Sual:Qoşa-qoşa keçirilən qiymət işarə ilə göstərilir:

- A) + yaxşı.
- B) – ən yaxşı.
- C) >ən yaxşı
- D) +ən yaxşı

E) +əla.

469) Sual:Aqromarketinqin kompleks əmsalının kəmiyyətə qiymətləndirilməsi əsasında alınır:

- A) Xüsusi anketin sahəsi mütəxəssisi tərəfindən doldurulması, ekstren informasiya
- B) Xüsusi anketlərin doldurulması, informasiyanın məxfiliyi
- C) Müəssisənin mütəxəssislərinin doldurduğu xüsusi anketlər, ekspert informasiya
- D) Xüsusi anketin doldurulması, ekspert informasiyası
- E) Xüsusi anketin mütəxəssis tərəfindən doldurulması, yoxlanılmış informasiya

470) Sual:Ekspertizanın keçirilməsi qaydası istifadəyə əsaslanır:

- A) Güclərin yerdəyişmə metoduna
- B) Piriortetlərin yerdəyişmə metoduna
- C) İkili müqayişə metoduna
- D) Prioritetlərin yerdəyişmə qaydasına
- E) Bütün cavablar doğrudur

471) Sual:Müəssisənin gəlirinə aqromarketinq kompleksinin kəmiyyətə təsirinin müəyyən etmək üçün istifadə olunur:

- A) Yüklərin yer dəyişmə metodu
- B) Elmi tədqiqat
- C) Prioritetlərin yerdəyişmə metodu
- D) Prioritetlərin yerinə qoyulması qaydası
- E) Kodların yer dəyişməsi metodu

472) Sual:Məqsədə çatma əmsalı hesablanır:

- A) Xüsusi proqramların dəyər göstəricilərinin faktiki göstəricilərə olan nisbət ilə
- B) Adi proqramların konkret göstəricilərinin faktiki yerinə yetirilmə nisbət ilə
- C) Məqsədli proqramlarının plan göstəricilərinin onların faktiki yerinə yetirilməsinə olan nisbət ilə
- D) Məqsədli proqramların konkret göstəricilərinin onların faktiki yerinə yetirilməsi müqayisəsilə
- E) Məqsədli proqramların dəyər göstəricilərinin onların faktiki yerinə yetirilməsinin yst-ystə düşməsilə

473) Sual:Aqromarketinq sistemi tam kimi çıxış edir:

- A) Orjinal, təşkilati, informasiya, texniki və proqram alt sistemi
- B) Funksional, innovasiya, informasiya, texniki və proqram alt sistemi
- C) Funksional, təşkilati, informasiya, texniki və proqram alt sistemi
- D) İnnovasiya, təşkilati, informasiya, texniki və proqram alt sistem
- E) Təşkilati, informasiya, texniki, texnoloji və proqram alt sistem

474) Sual:Avtokorrelyasiyanın yoxlanılması üçün istifadə olunur:

- A) Durbin – Şerqin zəmanəti
- B) Durbin məsləhəti
- C) Durbin-Uotson kriteriyası
- D) Durbin –Şerqin kriteriyası
- E) Şerqin-Uotson zəmanəti

475) Sual:Aqromarketing prosesi texnologiyasının birinci mərhələsidir:

- A) bazarın tədqiqi
- B) proqnozlaşdırma, məqsədli fəaliyyət və planlaşdırma;
- C) aqromarketing sisteminin təşkili
- D) təhlil, nəzarət və aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi
- E) aqromarketing prosesinin tənzimlənməsi və əlaqələndirilməsi

476) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) aqromarketing qərarlarının qəbulu prosesinin təkmilləşdirilməsi;
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası;
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

477) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) təhlil, nəzarət və aqromarketing fəaliyyətinin səmərəliləşdirilməsi;
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası;
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

478) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) marketingin inkişaf perspektivlərinin müəyyən edilməsi, qiymətin təhlili
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

479) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

480) Sual:Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) marketing idarəedilməsi texnologiyalarının səmərəliləşdirilməsi;
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

481) Sual:Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) aqromarketing fəaliyyətinin səmərəliləşdirilməsi və qiymətlərin tənzimlənməsi;

- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

482) Sual: Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) FOSAS-ın təkmilləşdirilməsi
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

483) Sual: Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) dilerlərin və topdan satıcıların işinin yaxşılaşdırılması;
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

484) Sual: Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) yeni bazar seqmentlərinin tapılması;
- B) qiymətlərin təhlili
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası

485) Sual: Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) yeni tərəfdaşların və əməkdaşlıq formalarının tapılması;
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

486) Sual: Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) xidməti işlərin əlaqələndirilməsi;
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası

487) Sual: Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) funksional təşkilin yaxşılaşdırılması
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi
- D) aqromarketing mühitinin təhlili

E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

488) Sual:Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

489) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) aqromarketing qərarlarının qəbulu prosesinin təkmilləşdirilməsi;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili
- C) marketing-planların tərtibi;
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

490) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) aqromarketingin idarə edilməsi texnologiyalarının səmərəliləşdirilməsi;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili
- C) marketing-planların tərtibi
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

491) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) aqromarketing fəaliyyətinin səmərəliləşdirilməsi, təhlili və nəzarətin təşkiliği;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- C) marketing-planların tərtibi
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

492) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) qiymətlərin təhlili;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- C) marketing-planların tərtibi
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

493) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) aqromarketing sistemlərinin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi və təhlili;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- C) marketing-planların tərtibi;
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

494) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) məqsədlərin və strategiyaların həyata keçirilməsinə nəzarət və onun təhlili;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- C) marketing-planların tərtibi;
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi

495) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) bazarda malların mövqelənməsinə nəzarət və təhlil;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- C) marketing-planların tərtibi;
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

496) Sual:Aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi, təhlil və nəzarəti özündə birləşdirir:

- A) marketing məqsədlərinin modifikasiyası;
- B) aqromarketing sistemlərinin təhlili;
- C) marketing-planların tərtibi;
- D) məqsədli proqramların tərtibi;
- E) seqmentləşmənin tədqiqi.

497) Sual:Aqromarketing prosesi texnologiyasının dördüncü mərhələsidir:

- A) təhlil, nəzarət və aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi
- B) bazarın tədqiqi;
- C) proqnozlaşdırma, məqsədli fəaliyyət və planlaşdırma;
- D) aqromarketing sisteminin təşkili

498) Sual:Aqromarketing prosesi texnologiyasının üçüncü mərhələsidir:

- A) aqromarketing sisteminin təşkili
- B) bazarın tədqiqi;
- C) proqnozlaşdırma, məqsədli fəaliyyət və planlaşdırma
- D) təhlil, nəzarət və aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi
- E) aqromarketing prosesinin tənzimlənməsi və əlaqələndirilməsi.

499) Sual:Aqromarketing prosesi texnologiyasının ikinci mərhələsidir:

- A) proqnozlaşdırma, məqsədli fəaliyyət və planlaşdırma;
- B) bazarın tədqiqi;
- C) aqromarketing sisteminin təşkili;
- D) təhlil, nəzarət və aqromarketing prosesinin səmərəliləşdirilməsi
- E) aqromarketing prosesinin tənzimlənməsi və əlaqələndirilməsi

500) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı;
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası
- D) marketing-planların tərtib edilməsi

E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

501) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) xidməti işçilərin fəaliyyət proqramlarının, planlarının və məqsədlərin yerinə yetirilməsi;
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

502) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) aqromarketing sistemlərinin inkişafı;
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- C) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

503) Sual:Gələcək perspektivin müəyyən edilməsi və qiymətləndirilməsinə aiddir:

- A) bazarın məqsədli seqmentində istehlakçıların tələbinin ödənilməsi
- B) marketing proqramlarının reallaşmasının təhlili;
- C) marketing məqsədlərinin modifikasiyası
- D) marketing-planların tərtib edilməsi;
- E) yeni seqmentlərin müəyyən edilməsi.

504) Sual:Aqromarketing proseslərinin əlaqələndirilməsinə və tənzimlənməsinə aiddir:

- A) aqromarketing qərarlarının qəbulu prosesinin təkmilləşdirilməsi
- B) qiymətlərin təhlili;
- C) aqromarketing fəaliyyətinin effektivliyi;
- D) aqromarketing mühitinin təhlili;
- E) aqromarketing məqsədlərinin modifikasiyası.

505) Sual:İstehsalın mövsümi olması və məhsulun əldə edilməsi

- A) uğursuzluğun səbəbi;
- B) işin düzgün təşkil olunmaması;
- C) aqromarketingin xüsusiyyəti;
- D) idarəetmənin xüsusiyyəti;
- E) düzgün cavab yoxdur.

506) Sual:İstehsal dövrü ilə işçi dörün üst-üstə düşməməsidir:

- A) uğursuzluğun səbəbi;
- B) işin düzgün təşkil olunmaması;
- C) aqromarketingin xüsusiyyəti;
- D) idarəetmənin xüsusiyyəti;
- E) düzgün cavab yoxdur.

507) Sual:əmtənin rolu və mahiyyətidir:

- A) uğursuzluğun səbəbi;
- B) işin düzgün təşkil olunmaması;
- C) aqromarketingin xüsusiyyəti;
- D) idarəetmənin xüsusiyyəti;
- E) düzgün cavab yoxdur.

508) Sual:Təbii şəraitdən iqtisadi nəticənin asılılığıdır

- A) müvəffəqiyyətin səbəbi;
- B) işin düzgün təşkil olunmaması;
- C) aqromarketingin özünəməxsus xüsusiyyəti;
- D) idarəetmənin xüsusiyyəti;
- E) düzgün cavab yoxdur.

509) Sual:Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing

- A) istehsal və satış fəaliyyətidir
- B) satış və idarəetmə fəaliyyətidir;
- C) əxlaqi və etik-estetik fəaliyyətdir;
- D) harmonik fəaliyyətdir;
- E) düzgün cavab yoxdur

510) Sual:Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing

- A) istehsal və satış fəaliyyətidir;
- B) satış və idarəetmə fəaliyyətidir;
- C) maliyyə və humanist fəaliyyətdir
- D) harmonik fəaliyyətdir;
- E) düzgün cavab yoxdur.

511) Sual:Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing

- A) istehsal və satış fəaliyyətidir;
- B) satış və idarəetmə fəaliyyətidir;
- C) kommersiya və sosial fəaliyyətdir;
- D) harmonik fəaliyyətdir
- E) düzgün cavab yoxdur.

512) Sual:Bəzi müəlliflər belə hesab edir ki, marketing

- A) istehsal və satış fəaliyyətidir;
- B) satış və idarəetmə fəaliyyətidir;
- C) sahibkarlıq və idarəetmə fəaliyyətidir;
- D) harmonik fəaliyyətdir;
- E) düzgün cavab yoxdur.

513) Sual:Elmi işlərlə bərabər hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir:

- A) texnoloqiya;
- B) texnoloji proseslər;
- C) aqromarketing;

- D) texniki proseslər;
- E) düzgün cavab yoxdur

514) Sual:Kadr fəaliyyəti ilə bərabər hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir:

- A) texnoloqiya;
- B) texnoloji proseslər;
- C) aqromarketing;
- D) texniki proseslər;
- E) düzgün cavab yoxdur

515) Sual:İstehsalatla eyni hüquqlu fəaliyyət növü kimi çıxış edir:

- A) texnoloqiya;
- B) texnoloji proseslər;
- C) aqromarketing;
- D) texniki proseslər;
- E) düzgün cavab yoxdur.

516) Sual:Marketing özündə effektiv vasitələri əks etdirir:

- A) yalnız tədarükün təşkili deyil, eyni zamanda istehsalın inkişafı və genişləndirilməsi, ticarət, istehlakçı tələbinin düzgün öyrənilməsi və ödənilməsi hesabına məşgullüğün artırılması
- B) kənd təsərrüfatı konsepsiyasıdır
- C) aqrar siyasətdir
- D) kənd təsərrüfatında məqsədyönlü fəaliyyətdir
- E) doğru cavab yoxdur

517) Sual:Aqrar marketingdir:

- A) mübadilə yolu ilə kənd təsərrüfatı istehsalının mallara, xidmətlərə, ideyalara istehlakçı tələbinin ödənilməsi, təşkili, planlaşdırılmasına, yönəldilən məqsədyönlü yaradıcılıq fəaliyyətidir
- B) kənd təsərrüfatı konsepsiyasıdır
- C) aqrar siyasətdir
- D) kənd təsərrüfatında məqsədyönlü fəaliyyətdir
- E) bütün cavablar doğrudur

518) Sual:Aqrar marketingin texnologiyasına aiddir?

- A) marketingin təşkili və idarə edilməsi texnologiyası, marketing qərarlarının qəbulu
- B) müəssisələrin təşkili texnologiyası
- C) düzgün idarəetmə qərarlarının hazırlanması
- D) marketing müəssisələrində əməyin təşkili texnologiyası
- E) bütün cavablar doğrudur

519) Sual:Aqrar marketingin ən başlıca funksiyasıdır:

- A) tələbin formalaşdırılması
- B) tələbin formalaşdırılması və bazarın genişləndirilməsi
- C) tələbin formalaşdırılması və əmtəə və xidmətlərin istehsalının stimullaşdırılması
- D) mal və xidmətlərlə bazarın genişləndirilməsinin aktivləşdirilməsi

E) hamısı

520) Sual:Müasir aqrar marketinq –

- A) böyük aqrar biznesin fəlsəfəsidir
- B) aqrar təsərrüfatın fəlsəfəsidir
- C) aqrar düşüncənin fəlsəfəsidir
- D) böyük aqrar mexanizmin fəlsəfəsidir
- E) bütün cavablar doğrudur

521) Sual:Dünyanın bütün inkişaf etmiş ölkələrində aqrar marketinq bir vasitə kimi istifadə olunur?

- A) dünya və milli kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rəqəbat mübarizəsində
- B) marketinq kommunikasiyasında
- C) dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində aqrar siyasətə təsir etməkdə
- D) dünyanın aqrar ölkələrinin beynəlxalq inteqrasiyasında
- E) doğru cavab yoxdur

522) Sual:Aqrar marketinq əhatə edir?

- A) aqrar bazarın və aqrar istehlakçıların öyrənilməsindən, tələbin proqnozlaşdırılmasından, çeşid siyasətinin işlənilməsindən, istehsal proqramlarının hazırlanmasında satışdan sonra xidmətin təşkilinə qədər olan bütün mərhələlər
- B) aqrar müəssisələrin marketinq sistemini
- C) aqrar müəssisələrin marketinq və menecment sistemini
- D) aqrar müəssisələrin bütün iqtisadi sistemini
- E) bütün cavablar doğrudur

523) Sual:Tələbin formalaşdırılması və satışın həvəsləndirilməsi, kommertiya fəaliyyətidir?

- A) marketinqin xüsusi funksiyası
- B) marketinqin əsas funksiyası
- C) marketinqin ümumi funksiyası
- D) marketinqin konkret funksiyası
- E) bütün cavablar doğrudur

524) Sual:Uçot və nəzarət qiymətləndirmədir?

- A) marketinqin sosial funksiyası
- B) marketinqin əsas funksiyası
- C) marketinqin ümumi funksiyası
- D) marketinqin konkret funksiyası
- E) bütün variantlar doğrudur

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

- A) idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi
- B) idarəetmə sisteminin köhnəlməsi
- C) tənzimlənmə və idarəetmə tələb edən mürəkkəb sistem
- D) tənzimləməyə ehtiyac olmayan kompleks proqram tədbirləri

E) doğru cavab yoxdur

526) Sual:Məhsul siyasətinin həyata keçirilməsidir?

- A) marketing təsirinin mahiyyəti üzrə marketing funksiyasıdır
- B) istehsal şöbəsini funksiyasıdır
- C) marketing təsirinin obyektinə üzrə marketing funksiyasıdır
- D) reklam şöbəsinin funksiyasıdır
- E) bütün cavablar doğrudur

527) Sual:RİTŞİX (Regionlararası informasiya telekommunikasiyaya şəbəkəsinin inteqral xidməti) yaradılması lahiyyəsinin proqram tədbirlərinin əsasına aiddir

- A) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının hazırlanması
- B) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təmiri
- C) Xidməti personalın öyrədilməsi
- D) Qovşaqların və hissələrin hazırlanması
- E) Qovşaqların və hissələrin təmiri

528) Sual:RİTŞİX (Regionlararası informasiya telekommunikasiyaya şəbəkəsinin inteqral xidməti) yaradılması layihəsinin proqram tədbirlərinin əsasına aiddir.

- A) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının hazırlanması
- B) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təmiri
- C) Ayrılmış rabitə kanallarının icazəsi
- D) Qovşaqların və hissələrin hazırlanması
- E) Qovşaqların və hissələrin təmiri

529) Sual: RİTŞİX (Regionlararası informasiya telekommunikasiya şəbəkəsinin inteqral xidməti) yaradılması layihəsinin proqram tədbirlərinin əsasına aiddir:

- A) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının hazırlanması
- B) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təmiri
- C) RİTŞİX-in şəbəkə qovşaqlarının təşkili
- D) Qovşaqların və hissələrin hazırlanması
- E) Qovşaqların və hissələrin təmiri

530) Sual:Aqrar islahatların (ARİS) müdafiəsi layihəsinin rolu.

- A) ASK müəssisələrində aqrotexniki vəziyyətin yoxlanılması
- B) Fermer təsərrüfatlarında monitorinqin aparılması
- C) ASK-nin vahid informasiya məkanının inkişafına töhfə
- D) Sahənin monitorinqinin keçirilməsi
- E) Drepaj sisteminin monitorinqinin keçirilməsi

531) Sual:ASK-da sahibkarlıq fəaliyyətinin alt sisteminin informasiya təminatının əsas məsələsidir

- A) Statistik informasiya və mühasibat uçotunun informasiya təminatının yaxşılaşdırılması
- B) Dövlət statistikasının dəqiqləşdirilməsi
- C) Uçot hesabat və statistikanın beynəlxalq standartlarına uyğunlaşma
- D) Uçot,hesabat və statistikanın dövlət standartına uyğunlaşma

E) Statistika və hesabatla uyğunlaşma

532) Sual:ASK-nın informasiya təminatının əsas tərəfi olmalıdır

- A) Aqrotexnikanın vəziyyətinin yoxlanılması
- B) Fermer təsərrüfatının monitorinqi
- C) Sahənin montorinqi
- D) Kübrənin keyfiyyətinin yoxlanılması
- E) Drenaj sisteminin yoxlanılması

533) Sual:Sahənin dövlət tənzimlənməsinin informasiya əsasıdır

- A) Mühasibat uçotu və statistik informasiya
- B) Statistika və uçot
- C) Dövlət statistikası və mühasibat uçotu
- D) Dövlət statistikası və kömrük orqanlarının məlumsatları
- E) Hesabatlılıq

534) Sual:Müasir strateji idarəetmə sistemi əsasnaır.

- A) Strateji təsərrüfat zonaları prinsiplərinə
- B) Strateji zona şəraitinə
- C) Strteji təsərrüfat zonaları konsepsiyalarına
- D) Strateji zonaların təsirinə
- E) Təsərrüfatların strateji üstünlüklərinə

535) Sual:Geniş nüfuz strategiyası o zaman daha böyk effekt verir ki,

- A) Bazarın tutumu məhduddur
- B) Anbarın tutumu çox məhduddur
- C) Bazarın tutumu kifayət qədər genişdir
- D) Bazarın tutumu genişdir
- E) Anbarın tutumu kifayət qədər məhduddur

536) Sual:Yeni məhsulun bazara çıxarılmasında geniş nüfuz strategiyası xarakterizə edir.

- A) Yüksək qiymət xərclərin yüksək səviyyədə satışın stimullaşdırılması kimi.
- B) Aşağı qiymət xərclərin aşağı səviyyədə satışın stimullaşdırılması kimi
- C) Aşağı qiymət xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
- D) Orta qiymət xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi
- E) Maksimal qiymət xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması

537) Sual:Yeni məhsulun bazara çıxarılmasında seçmə nüfuz strategiyasına baxılır:

- A) Nominal qiymətə xərclərin aşağı səviyyəsində satışın stimullaşdırılması
- B) Yüksək qiymətə xərclərin yüksək səviyyədə satışın stimullaşdırılması kimi.
- C) Yüksək qiymətə xərclərin aşağı səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi.
- D) Aşağı qiymətə xərclərin aşağı səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi bazar qiymətinə xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi.
- E) Bazar qiymətinə xərclərin yüksək səviyyəsində satışın stimullaşdırılması kimi.

538) Sual: Seçmə nüfuz strategiyasının qəbulu məqsədəuyğundur o halda ki,

- A) Rəqabət yoxdur
- B) Rəqabət var
- C) Rəqabət demək olar ki, yoxdur
- D) Bazarın tutumu məhdud deyil
- E) Bazarın tutumu doyurulub

539) Sual: Seçmə nüfuz strategiyasının qəbulu məqsədəuyğundur o halda ki,

- A) Alıcıların bir hissəsi malın keyfiyyəti haqqında məlumatlandırılmayıb
- B) Potensial alıcıların bir hissəsi malın keyfiyyəti haqqında məlumatlandırılıb
- C) Potensial alıcıların böyük bir hissəsi mal haqqında məlumatlandırılıb
- D) Alıcıların böyük bir hissəsi malın keyfiyyəti haqqında məlumatlandırılıb
- E) Alıcıların az bir hissəsi mal haqqında məlumatlandırılıb

540) Sual: Seçmə nüfuz strategiyasının qəbulu məqsədəuyğundur o halda ki,

- A) Bazarın tutumu doyurulub
- B) Bazarı doyurmaq kifayət qədərdir
- C) Bazarın tutumu məhduddur
- D) Anbarın tutumu məhduddur
- E) Bazarın tutumu məhdud deyil

541) Sual: ASK-in informasiya təminatı sistemində monitorinqin kçirilməsi çox vacibdir.

- A) Təşkilatda.
- B) Kollektivdə.
- C) Sahədə.
- D) Bütünlüklə iqtisadiyyatda
- E) Regionda.

542) Sual: ASK-nın effektiv fəaliyyəti formalaşdırmağa kömək edir.

- A) Müəssisənin
- B) Kollektivin.
- C) Aqromarketinqin regional idarəetmə sistemini.
- D) Fermer təsərrüfatlarının regional idarəetmə sistemini
- E) Aqromarketinqin təşkilinin rasional sistemini

543) Sual: regional iqtisadiyyatın uğurlu fəaliyyət göstərməsi regionu idarəedən orqanların bacarığından, qərarların qəbulunda marağının nəzərə alınmasından asılıdır.

- A) Müəssisənin
- B) Kollektivin
- C) Mərkəzin, sahənin, region və müəssisənin
- D) Regionların və mərkəzin, fermer təsərrüfatlarının
- E) Fermer təsərrüfatlarının

544) Sual: Texnopolislərin planlaşdırılması və tikintisi prosesində əsas rolunu oynayır.

- A) Təşkilat.

- B) Kollektivlər.
- C) Yerli hakimiyyə
- D) Yerli fermerlər
- E) Fermer təsərrüfatları

545) Sual:Regional təşkilatın ərazi forması kimi tək növbədə baxıla bilər

- A) Müəssisə.
- B) Kollektiv.
- C) Sosial birlik.
- D) Fermer kollektivi.
- E) Fermer təsərrüfatı

546) Sual:Reklam kommunikasiyasının spesifik xüsusiyyətləri:

- A) müəyyən dərəcədə agentliyin funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
- B) reklamın funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
- C) müəyyən dərəcədə reklımın funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
- D) Agentliyin funksional təyinatı ilə müəyyənləşdirilir
- E) personalın funksional vəzifələri ilə müəyyənləşdirilir

547) Sual:Reklam yaxşı məhsulun satışını stimullaşdırır, pis məhsulun iflasını tezləşdirir:

- A) Yanlıştır
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Doğrudur
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğru olur

548) Sual:Reklam kampaniyası aşağıdakı mərhələlərdə daxildir:

- A) beş əsas mərhələ
- B) üç təxirəsalınmaz mərhələ
- C) bir neçə əsas mərhələ
- D) paralel olaraq iki mərhələ
- E) bütün cavablar doğrudur

549) Sual:Reklam agentliyinin təşkilati strukturuna aşağıdakılar daxildir:

- A) altı əsas funksional bölmə
- B) yeddi xidməti bölmə
- C) beş əsas funksional bölmə
- D) cəkkiz funksional bölmə
- E) üç xidməti bölmə

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

- A) reklam lövhəsi
- B) reklam mühiti
- C) reklam spirali

- D) reklam büdcəsi
- E) reklam xidməti

551) Sual:Məhdud inkişaf strategiyası xarakterizə edir:

- A) inflyasiyanın hesablanması əsasında;
- B) praktiki olaraq məqsədlərin müəyyən edilməsinə nail olmaq və inflyasiyanın hesablanmasını korrektə etmək;
- C) məqsədlər konsepsiyasını müəyyən etmək;
- D) məqsədlər sistemini müəyyən etmək;
- E) bütün cavablar doğrudur.

552) Sual:İnkişaf strategiyasının əsas növləri aşağıdakı kimi fərqləndirilir:

- A) məhdud inkişaf, intensiv inkişaf və diversifikasiyalı inkişaf;
- B) pozitiv inkişaf, intensiv inkişaf və məhdud inkişaf;
- C) əsaslı inkişaf, intensiv inkişaf və kompleks inkişaf;
- D) dayanıqlı inkişaf, intensiv inkişaf və passiv inkişaf;
- E) bütün cavablar doğrudur.

553) Sual:İnkişaf strategiyası reallaşarkən:

- A) kənd təsərrüfatı müəssisəsinin inkişaf səviyyəsi əvvəlkinə nisbətən daim artan tempə gedir;
- B) kənd təsərrüfatı müəssisəsinin inkişaf səviyyəsi dəyişən tempə
- C) kənd təsərrüfatı müəssisəsinin inkişafı sabit tempə gedir;
- D) kənd təsərrüfatı müəssisəsinin inkişafı əvvəlkinə nisbətən qeyri-müəyyən tempə gedir
- E) bütün cavablar doğrudur.

554) Sual:Müəssisənin inkişafının əsas strateji alternativləri aşağıdakı kimi fərqləndirilir:

- A) tətbiq, inkişaf və ya onların uyğunlaşdırılması;
- B) inkişaf, yetkinlik və ya onların uyğunlaşdırılması;
- C) inkişaf, yetkinlik, ixtisar və ya onların uyğunlaşdırılması
- D) inkişaf, ixtisar və ya onların uyğunlaşdırılması;
- E) bütün cavablar doğrudur.

555) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisəsinin güclü və zəif tərəflərinin müəyyən edilməsində bu funksiyalar hərtərəfli tədqiq olunur:

- A) müəssisənin korporativ mədəniyyəti, təşkilati, texnoloji, insan resursları və müəssisənin obrazı;
- B) kommersiya, insan resursları, korporativ mədəniyyəti və müəssisənin brendləri;
- C) aqrar servis, statistika, maliyyə, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı;
- D) aqromarketing, maliyyə (mühasibat uçotu), kənd təsərrüfatı istehsalı (texnologiyalar), insan resursları, korporativ mədəniyyət və müəssisənin imici;
- E) bütün cavablar doğrudur

556) Sual:Müəssisənin daxili mühit amillərinin qiymətləndirilməsidir:

- A) bütün problemlərin təhlili prosesi;
- B) xarici problemlərin təhlili prosesi;
- C) daxili problemlərin təhlili prosesi;

D) kommersiya problemlərinin təhlili prosesi

E) bütün cavablar doğrudur

557) Sual:Xarici mühiti öyrənərkən müəssisə bunlara daha çox fikir verməlidir:

A) kənd təsərrüfatı müəssisəsi üçün yarana bilən imkan və təhlükələri müəyyən etməyə;

B) kənd təsərrüfatı müəssisəsi üçün yarana bilən imkan və təhdidləri müəyyən etməyə;

C) kənd təsərrüfatı müəssisəsi üçün imkan və təhlükələrin təhlilinə;

D) kənd təsərrüfatı müəssisəsi üçün yarana bilən əsas imkan və təhlükələrin siyahıya alınmasına;

E) bütün cavablar doğrudur.

558) Sual:ətraf mühitin öyrənilməsi prosesində müəssisə rəhbəri üçün təhlil etmək vacibdir:

A) fəaliyyətin uğur qazanması üçün hansı amillər ona daha çox dərəcədə təsir edir;

B) fəaliyyətin uğur qazanması üçün hansı amillər ona daha az dərəcədə təsir edir;

C) fəaliyyətin uğur qazanması üçün hansı amillər ümumiyyətlə təsir etmir;

D) fəaliyyətin uğur qazanması üçün hansı amillər ümumiyyətlə təsir edir;

E) bütün cavablar doğrudur.

559) Sual:Müəssisənin vəzifəsi və məqsədi müəyyən edilərkən rəhbər bunları etməlidir:

A) müəssisənin uğur qazanması üçün əsas tapşırığı tələb etməlidir

B) müəssisənin uğur qazanması üçün əsas prinsipləri müəyyən etməlidir;

C) müəssisənin uğur qazanması üçün əsas yolları müəyyən etməlidir;

D) müəssisənin uğur qazanması üçün əsas funksiyaları müəyyən etməlidir;

E) bütün cavablar doğrudur

560) Sual:ASK müəssisələrinin bütün məqsədləri olmalıdır:

A) aydın və mümkün olan;

B) kompleks və mümkün olan;

C) gəlirli və mümkün olan;

D) real və mümkün olan;

E) bütün cavablar doğrudur.

561) Sual:Fəaliyyətin vahid dəyərlər norma və qaydalarının elementinə aiddir:

A) regionun tarixi və adətləri;

B) rəqiblərin tarixi və adətləri;

C) dünya xalqlarının tarixi və adətləri;

D) müəssisənin tarixi və adətləri;

E) bütün cavablar doğrudur.

562) Sual:Fəaliyyətin vahid dəyərlər norma və qaydalarının elementinə aiddir:

A) əməkdaşlar arasında formal münasibətlərin səviyyəsi;

B) əməkdaşlar arasında istehsal münasibətlərin səviyyəsi;

C) əməkdaşlar arasında qeyri-formal münasibətlərin səviyyəsi;

D) əməkdaşlar arasında rəsmi münasibətlərin səviyyəsi;

E) bütün cavablar doğrudur.

563) Sual:Fəaliyyətin vahid dəyərlər norma və qaydalarının elementinə aiddir:

- A) rəhbər vəzifəyə vakansiyanın tutulması üçün işçilər tərəfindən namizədin irəli sürülməsi;
- B) rəhbər vəzifəyə vakansiyanın tutulması üçün yaxın adamlar tərəfindən namizədin irəli sürülməsi;
- C) rəhbər vəzifəyə vakansiyanın tutulması üçün öz işçilərinin namizədliyinin irəli sürülməsi;
- D) rəhbər vəzifəyə vakansiyanın tutulması üçün rəqiblərin namizədliyinin irəli sürülməsi;
- E) bütün cavablar doğrudur.

564) Sual:Fəaliyyətin vahid dəyərlər norma və qaydalarının elementinə aiddir:

- A) daxili işçi mühitinin ətraflı xarakteristikası;
- B) xarici işçi mühitinin ətraflı xarakteristikası;
- C) işçi mühitin davamlı xarakteristikası;
- D) əsas işçi mühitinin ətraflı xarakteristikası;
- E) bütün cavablar doğrudur.

565) Sual:İxtisaslaşma dərəcəsindən asılı olaraq beynəlxalq yarmarka bürosu təşkilata uyğun olaraq yarmarkaları bölür.

- A) 8 tipə
- B) 6 tipə
- C) 10 tipə
- D) 20 tipə
- E) 16 tipə.

566) Sual:Dünyada Pablik Rileynz üzrə ən məşhur mütəxəssislərdən biri.

- A) F.Kotler
- B) N.Ernaşvili
- C) S.Vlek
- D) E.Utkin
- E) Y.Tsıpkın

567) Sual:Fəaliyyətin vahid dəyərlər norma və qaydalarının elementinə aiddir:

- A) uzunmüddətli perspektivə dəqiq istiqamətin müəyyən edilməsi;
- B) qısamüddətli perspektivə dəqiq istiqamətin müəyyən edilməsi;
- C) yaxın müddətli perspektivə dəqiq istiqamətin müəyyən edilməsi;
- D) alıcı tələbinə dəqiq istiqamətin müəyyən edilməsi;
- E) bütün cavablar doğrudur

568) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin əsas ümumi məqsədləri:

- A) missiya;
- B) keyfiyyət;
- C) qabiliyyət;
- D) fərdiyyət;
- E) bütün cavablar doğrudur.

569) Sual:Strateji plan kənd təsərrüfatı müəssisələrinə imkan verir:

- A) özünün bütün potensialını reallaşdırmaq;

- B) öz məhsullarını reallaşdırmaq;
- C) rəqiblərin gözündə özünü yüksəltmək;
- D) fərdi xüsusiyyətlərini həm işçilərinin gözündə, həm də ətraf mühitin nəzərində reallaşdırmaq**
- E) bütün cavablar doğrudur.

570) Sual:Cari planlaşdırmaadır:

- A) uzunmüddətli məqsədlər sistemi, strateji məqsədlərə uyğunlaşdırma;
- B) qısamüddətli məqsədlər sistemi və eyni zamanda kənd təsərrüfatı müəssisələrinin fəaliyyətinin işlənməsi taktikası;**
- C) baza məqsədləri sisteminin strateji məqsədlərə uyğunlaşdırılması;
- D) əsas məqsədlər sisteminin kənd təsərrüfatı müəssisələrinin taktiki fəaliyyəti ilə əlaqələndirilməsi;
- E) bütün cavablar doğrudur.

571) Sual:Strateji planlaşdırmaadır:

- A) kənd təsərrüfatı müəssisələrinin imtiyazlı plan şöbəsi;
- B) kənd təsərrüfatı regionunun rəhbərlərinin imtiyazı;
- C) kənd təsərrüfatı müəssisələrinin imtiyazlı rəhbərliyi;
- D) kənd təsərrüfatı müəssisələrinin rəhbərlərinin imtiyazları;**
- E) bütün cavablar doğrudur

572) Sual:Perspektivin müddəti üzrə və planlaşdırılan subyektlərin səviyyəsindən asılı olaraq planlaşdırma fərqləndirilir:

- A) cari və taktiki planlaşdırma;
- B) strateji və cari planlaşdırma;**
- C) perspektiv və cari planlaşdırma;
- D) orta müddətli və cari planlaşdırma;
- E) bütün cavablar doğrudur.

573) Sual:Planlaşdırma daha çox geniş mənada başa düşülür:

- A) məqsədin müəyyən edilməsi və bu sahədə uğur qazanmağın yollarının tapılması;
- B) uğur qazanmağın əldə edilməsi üçün bütün proseslərin bir istiqamətə yönəldilməsi;
- C) məqsədlərin və uğurların müəyyən edilməsinin əsas prosesləri;
- D) məqsədlərin və uğurların müəyyən edilməsində idarəetmə prosesləri;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

574) Sual:Aqromarketing təhlilinin altsisteminin əsas elementlərindən biridir:

- A) statistik qaydalar sistemi;
- B) statistik qaydalara əməl edilməsi;
- C) statistik qaydalar bankı;
- D) statistik qaydaların saxlanması;
- E) bütün cavablar doğrudur.

575) Sual:Aqromarketing təhlilinin altsisteminin əsas elementlərinə aiddir:

- A) interaktiv texnologiyalar;
- B) informasiya toplayanlar;

- C) banklar;
- D) analitik xidmət;
- E) bütün cavablar doğrudur.

576) Sual: Alınmış nəticələr haqqında hesabatda olmalıdır:

- A) tədqiq olunan problem haqqında əsas nəticələr;
- B) tədqiq olunan problemlərə ardıcıl yanaşmaq qaydaları;
- C) tədqiq olunan problemə aid konkret məlumat;
- D) tədqiq olunan problemə aid nəticələr və onların əsas məzmunu haqqında qısa məlumat;**
- E) bütün cavablar doğrudur.

577) Sual: Bir qayda olaraq alınmış nəticələr haqqında hesabat təqdim edilir:

- A) yazılı formada;
- B) şifahi formada;
- C) elektron formada;
- D) video çarx formasında;
- E) bütün cavablar doğrudur

578) Sual: Aqromarketing tədqiqatının son mərhələsidir:

- A) rəhbərliyə alınmış nəticə haqqında hesabatın tərtib edilməsi;
- B) maraqlı tərəflərə alınmış nəticə haqqında hesabatın göndərilməsi;
- C) alınmış nəticə haqqında hesabatın təqdim edilməsi və rəhbərliyə zəmanətin hazırlanması;**
- D) marketing üzrə agentlərə alınmış nəticə haqqında hesabatların təqdim edilməsi;
- E) bütün cavablar doğrudur.

579) Sual: İnformasiyaların işlənməsi üçün hansı metod qəbul edilə bilər?

- A) iqtisadi-statistik;
- B) iqtisadi-proqnoz;
- C) iqtisadi-siyasi;
- D) iqtisadi-tarixi;
- E) bütün cavablar doğrudur.

580) Sual: İnformasiyaların işlənməsi üçün hansı metod qəbul edilə bilər?

- A) statistik;
- B) riyazi;
- C) qrafik;
- D) məntiqi;
- E) bütün cavablar doğrudur

581) Sual: İstehlakçılara ehtiyaclarını effektiv ödəyən fəaliyyət sahəsi kimi aqromarketing çıxış edir.

- A) Doğru deyil
- B) Bəzən.
- C) Doğrudur.**
- D) Heə də doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

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

- A) Düzdür.
- B) Bəzən
- C) Doğru deyil
- D) Heç də doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

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

- A) Sərginin təşkilat komitəsi
- B) Elmi-texniki mərkəz.
- C) Sərginin mətbuat mərkəzi
- D) Kommunikasiya mərkəzi.
- E) Reklamın şöbəsi

584) Sual:Şəxsi satışdır:

- A) Yüksək texnologiyanın köməyi ilə ticarət
- B) Kommunikasiyanın daha ucuz tipi.
- C) Kommunikasiyanın daha bahalı tipi.
- D) Kommunikasiyanın daha müasir tipi.
- E) Vasitəçi təşkilatların köməyi ilə ticarət

585) Sual:Şəxsi satışdır.

- A) Yüksək texnologiyanın köməyi ilə satış
- B) Malın əldə olunmasına birbaşa kömək edən yüksək texnologiyanın nəticəsi
- C) Birbaşa malın alınması ilə nəticələnən yeganə kommunikasiya növü
- D) Birbaşa malın alınması ilə nəticələnən yeganə olmayan kommunikasiya növü
- E) Dolayısı ilə malın alınması ilə nəticələnən kommunikasiya növü

586) Sual:Şəxsi satış özündə əks etdirir

- A) Bir və ya bir neçə potensial alıcıya mal haqqında yazılı məlumat vermək
- B) Bir neçə potensial alıcıya mal haqqında şifahi məlumat vermək
- C) Bir və ya bir neçə potensial alıcıya mal haqqında şifahi məlumat vermək
- D) Bir neçə potensial alıcıya mal haqqında yazılı məlumat vermək
- E) Bir potensial alıcıya mal haqqında şifahi məlumat vermək

587) Sual:Satışın stimullaşdırılmasında adətən növbəti tərəflər fərqləndirilir

- A) Rəqiblər, ticarət vasitəçiləri, xüsusi ticarətçilər
- B) İstehlakçılar, rəqiblər, xüsusi ticarətçilər
- C) İstehlakçılar, ticarət vasitəçiləri, xüsusi ticarətçilər.
- D) Rəqiblər, istehlakçılar, ticarət vasitəçiləri
- E) İstehlakçılar, ticarət vasitəçiləri.

588) Sual:Kommunikasiya vasitələrinə bəzi mütəxəssislər aid edir.

- A) Yalnız reklamı.
- B) Yalnız malı
- C) Həmçinin qablaşdırmanı
- D) Həmçinin malı.
- E) Yalnız qablaşdırmanı.

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

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

590) Sual:Rəhgli reklam daha tez diqqət cəlb edir və

- A) ağ-qara reklamdan daha çox yaşayır
- B) adi reklamdan daha çox yaşayır
- C) ağ-qara reklamdan daha uzun müddət təsir edir
- D) dərhal təsir edir
- E) tədricən təsir edir

591) Sual:Reklamdan daha çox məhsulun kamillik mərhələsində və satış həcminin azalması mərhələsində istifadə edilməlidir:

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

592) Sual:Kəşf motivindən informasiyanın şən, parlaq boyalarda verilməsi vasitəsi ilə istifadə edilir:

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

593) Sual:Reklamda məhəbbət motivi Özün üçün ... kəşv et çağırışı ilə realizə edilir

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

594) Sual:Reklam müraciətinin məzmununun formalaşması :

- A) mütəxəssisin müəyyən motivasiyasını nəzərdə tutur
- B) qeyri-müəyyən reaksiyanı nəzərdə tutur
- C) adresatın müəyyən motivasiyasının nəzərdə tutur
- D) Göndərəninin müəyyən motivasiyasını nəzərdə tutur
- E) Göndərəninin qeyri-müəyyən reaksiyanı nəzərdə tutur

595) Sual: Alınan maldan məmnuniyyətsizliyə reaksiya idrakdan hərəkətə keçid zamanı insanın adi reaksiyasıdır.

- A) Doğrudur
- B) Hər zaman doğru olmur
- C) Yanlıştır
- D) Tam doğru deyil
- E) Bəzən doğrudur

596) Sual: Reklam kommunikasiyasında kodlaşdırma kommunikasiya ideyasının aşağıdakı formalarda adresata təqdim edilməsidir:

- A) çarx, simvol və obraz formasında
- B) mətn, simvol və obraz formasında
- C) mətn, simvol və çarx formasında
- D) Mətn, simvol və ya obraz formasında
- E) reklam lövhələri və çarxları formasında

597) Sual: Reklamın maksimal səmərəliliyinə hansı halda nail olmaq mümkündür:

- A) aqromarketing kompleksində
- B) texniki tədbirlər kompleksində
- C) yalnız aqromarketing kompleksində
- D) aqromarketing tədbirlər kompleksində
- E) bütün cavablar doğrudur

598) Sual: ASK xarakterizə olunur:

- A) eynimənalı təşkilati-hüquqi forma
- B) eynimənalı təşkilati-iqtisadi forma
- C) müxtəlif mənalı təşkilati-hüquqi forma
- D) müxtəlif mənalı olmayan təşkilati-hüquqi forma
- E) müxtəlif mənalı sosial-hüquqi forma

599) Sual: İdarəetmənin səmərəli təşkili və şərait yaradır:

- A) Marketingin yaxşılaşdırılması üçün
- B) Aqromarketingin yaxşılaşdırılması üçün
- C) Aqromarketingin effektivliyi üçün
- D) Marketingin zəruriləşdirilməsi üçün
- E) Aqromarketingin zəruriləşdirilməsi üçün

600) Sual: Aqromarketing sisteminin olmasından irəli gəlir:

- A) Etika, estetika və orta səviyyədə mədəniyyət

- B) Etika, estetika və ümumi səviyyədə mədəniyyət
- C) Etika, estetika və yüksək səviyyədə mədəniyyət
- D) Mədəniyyət, etika, estetika
- E) Yalnız mədəniyyət

601) Sual: Aqromarketingin təkmilləşdirilməsinin bütün iştirakçılarını həyata keçirilməsi mümkündür:

- A) Sistem və kompleks təhlili
- B) Sistemli yanaşma ilə
- C) Sistem və kompleks yanaşma ilə
- D) Kompleks təhlillə
- E) Kompleks yanaşma ilə

602) Sual: Praktiki fəaliyyətdə koordinasiya və tənzimləmə prosesinin yerinə yetirilməsində yüksəltmək vacibdir:

- A) Xüsusi funksiyadan
- B) Ümumi funksiyadan
- C) Aqromarketing funksiyalarını
- D) Fövqaladə funksiyaları
- E) Ən vacib funksiyaları

603) Sual: Aqromarketing sistem elmi təşkil olunur və proqram reytingidə fəaliyyət göstərərsə:

- A) Etibarlı, qənaətcil, özünümaliyyələşdirən və eyni zamanda özünüidarə edəndir
- B) Təkcə etibarlı və qənaətcil deyil, eyni zamanda özünümaliyyələşdirən, həmçinin özünü idarə edəndir
- C) Təkcə etibarlı və qənaətcil deyil, həmçinin özünü təşkil edən və özünü idarə edəndir
- D) Etibarlı, qənaətcil və özünü təşkil edəndir
- E) Özünü maliyyələşdirən və özünü təşkil edəndir

604) Sual: Aqromarketingin təkmilləşdirilməsi istiqaməti həyata keçirilə bilər:

- A) Sistem və kompleks təhlili
- B) Sistem və kompleks tədqiqatlarla
- C) Yalnız sistem və kompleks yanaşma ilə
- D) Tədqiqata sistem yanaşma ilə
- E) Yalnız kompleks yanaşma ilə

605) Sual: Aqromarketing fəaliyyətidir:

- A) Aqrobiznesin tərkib hissəsi
- B) Bütün aqrobiznes siyasətinin mühüm tərkib hissəsi
- C) Bütün aqrobiznes fəaliyyətinin mühüm tərkib hissəsi
- D) Cəmiyyətin aqrobiznes siyasətinin bütün tərkib hissəsi
- E) Aqrobiznes fəaliyyətinin tərkib hissəsi

606) Sual: Aqromarketingin alt sistemi qarşılıqlı əlaqəli olan tam təhsildən vəibarətdir:

- A) Qarşılıqlı təhsir edən istehsal amillərdən

- B) İstehsalın sərbəst struktur amillərindən
- C) Qarşılıqlı təsir edən struktur elementlərindən
- D) Qarşılıqlı təsir edən elementlərdən
- E) Sərbəst elementlərdən

607) Sual:Mükafatlandırılmalı işçilərin sayın ASK müəssisələri müəyyən edir:

- A) Yuxarı orqanlarla birlikdə
- B) Kollektivlə birlikdə
- C) Sərbəst
- D) Sərbəst olmadan
- E) Bəzən sərbəst

608) Sual:Mükafatlandırmanı ASK müəssisələri dövrü olaraq müəyyən edir:

- A) Yuxarı orqanlarla birlikdə
- B) Kollektivlə birlikdə
- C) Sərbəst
- D) Sərbəst olmadan
- E) Bəzən sərbəst

609) Sual:Dəyişmə əmsalı vahiddən böyükdürsə, bu faktiki olaraq:

- A) Müəssisənin dəyəri proqnozdan böyükdür
- B) Müəssisənin gəliri orta göstəricidən aşağıdır
- C) Müəssisənin gəliri orta göstəricidən yüksəkdir
- D) Müəssisənin dəyəri orta göstəricən aşağıdır
- E) Müəssisənin gəliri proqnozlaşdırıldıqdan aşağıdır

610) Sual:Müəssisənin effektivliyini o vaxt bilmək olar ki, onda əmsal bərabər olar:

- A) 1
- B) 2
- C) 1-dən böyük
- D) 3
- E) 3-dən böyük

611) Sual:əgər tam avtokorrelyasiya varsa, o bərabər olacaq:

- A) 21
- B) 0,5
- C) 0 və ya 4
- D) 3
- E) 5

612) Sual:Yeni təsərrüfatçılıq şəraiti üçün istehsal strukturunun təkmilləşdirilməsi:

- A) Aqrar proqramın əsas blokuna aid deyil
- B) Yuxarı orqanların razılığı olmadan mümkün deyil
- C) Aqrar blokun əsas proqramına daxildir
- D) Aqrar proqramın ikinci dərəcəli blokuna aiddir

E) İllik proqramın əsas blokuna daxildir

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

- A) Aqrar proqramın əsas blokuna aid deyil
- B) Yuxarı orqanların razılığı olmadan mümkün deyil
- C) Aqrar blokun əsas proqramına daxildir
- D) Aqrar proqramın ikinci dərəcəli blokuna aiddir
- E) İllik proqramın əsas blokuna daxildir

614) Sual:Kənd təsərrüfatında çətin vəziyyətdən çıxmaq üçün antiböhran aqrar proqramları əhatə etməlidir:

- A) Aqrar bölmələri əlaqələndirən kompleks
- B) Bir çox uğurlu müəssisələri
- C) Konkret tədbirlər kompleksini
- D) Bir çox geriləyən briqadalı
- E) Təkliflər kompleksini

615) Sual:Uzun müddətli sərbəst aqrar böhran nəzəriyyəsi:

- A) Çoxillik sınaqların nəticəsi olaraq
- B) Nəqliyyat böhranları nəticəsi olaraq
- C) Aqrar böhranlar nəzəriyyəsindən biri olaraq
- D) Konkret sınaqların nəticəsi olaraq
- E) Bütün cavablar doğrudur

616) Sual:"Uzunmüddətli" aqrar böhran nəzəriyyəsi:

- A) Çoxillik sınaqların nəticəsi olaraq
- B) Nəqliyyat böhranları nəticəsi olaraq
- C) Aqrar böhranlar nəzəriyyəsindən biri olaraq
- D) Konkret sınaqların nəticəsi olaraq
- E) Bütün cavablar doğrudur

617) Sual:Aqrar böhranlara dövrü (tsiklik) istehsal böhranlar nəzəriyyəsinin tərkib hissəsi kimi baxılır:

- A) Çoxillik sınaqların nəticəsi olaraq
- B) Nəqliyyat böhranları nəticəsi olaraq
- C) Aqrar böhranlar nəzəriyyəsindən biri olaraq
- D) Konkret sınaqların nəticəsi olaraq
- E) Bütün cavablar doğrudur

618) Sual:Aqromarketing sisteminin fəaliyyət göstərməsi üçün yüksək səviyyə tələb olunur.

- A) Servis, texnologiya və layihə
- B) Lahihə, servis və estetikə
- C) Mədəhiyyət, etika və estetikə
- D) Texnologiya, texnika

E) Lahiyə, servis və texnika

619) Sual:Aqromarketinqin idarəedilməsidir:

- A) Təşkiledici altsistem
- B) Funksional altsistem
- C) Obyektli-funksional altsistem
- D) Emusional altsistem
- E) Hazırlıq altsistem

620) Sual:Fermer təsərrüfatlarında altsistemlərin birləşdirilməsindən istifadə olunur:

- A) Bir qərarın müəyyən edilməsi, qəbulu və həyata keçirilməsi
- B) Qərarın hazırlanması qəbulu və həyata keçirilməsi
- C) Məqsədin müəyyən edilməsi, qəbulu və həyata keçirilməsi
- D) Qərarın hazırlanması, qəbulu və həyata keçirilməsi
- E) Qərarın təmin edilməsi, qəbulu və həyata keçirilməsi

621) Sual:Fermer təsərrüfatlarında birləşmədən istifadə olunur

- A) Altsistemin çək qrupunun
- B) Alssistemin bir qrupunun
- C) Alt sistemin üç qrupunun
- D) Altsistemin bir neçə qrupunu
- E) Dörd qrupun

622) Sual:Tamlılıq müəyyən edir:

- A) Baxışların və altsistemlərin birliyini
- B) Təsərrüfatçılıq edən tərəflər arasında əlaqə və qarşılıqlı asılılığı, baxışların və altsistemlərin üzvü birliyini.
- C) Qarşılıqlı asılıqla və qarşılıqlı şərtlənən əlaqələrlə element və altsistemlərin üzvü birliyini.
- D) Altsistemlərin üzvü surətdə olmayan birliynini
- E) Altsistem olmayanların üzvü birliyini

623) Sual:Sistemin məqsədyönlü olması ondan ibarətdir ki, onun həyata keçirilməsi üçün.

- A) Müəyyən strategiya və məqsəd icra olunması
- B) Müəyyən məqsəd və tapşırıq həll olunmalı
- C) Müəyyən tapşırıq, məqsəd və strategiya həyata keçirilməli
- D) Qərar qəbul olunmalı
- E) Müəyyən tapşırıq həyata keçirilməli

624) Sual:Kənd təsərrüfatı müəssisələri aqromarketinq informasiyalarının toplanması ilə məşğul olmalıdır ona görə ki:

- A) Rəqiblərin təcrübəsindən səmərəli istifadə edilməsi
- B) Rəqabət mübarizəsində bütün mümkün metodlardan istifadə etməklə rəqabət üstünlüyünü əldə etmək
- C) Rəqabət üstünlüyünü əldə etmək
- D) Şəxsi istehsal potensialından istifadə etməklə rəqabət üstünlüyünü əldə etmək

E) səmərəli fəaliyyəti əldə etmək

625) Sual:Nəzarətin mühüm xüsusiyyətidir:

- A) öz vaxtında;
- B) çevik;
- C) bütün cavablar doğrudur
- D) sadəlik;
- E) qənaətcillik.

626) Sual:Aqromarketing xidmətinin vəzifəsidir:

- A) bazarın segmentləşdirilməsi;
- B) konkret vəziyyətin təhlili;
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) bazar haqqında informasiyanın toplanması;
- E) satışın təkmilləşdirilməsi üzrə işlər.

627) Sual:Aqromarketingin təşkili – strukturun yaranması prosesidir:

- A) sənaye müəssisəsi
- B) filiallar;
- C) ASK müəssisələri;
- D) ASK-nın baş müəssisələri;
- E) düzgün cavab yoxdur.

628) Sual:M.Porter baza marketing strategiyasını hesab edir:

- A) strategiyaların diferensiallaşdırılması;
- B) strategiyaların diferensiallaşdırılması və birləşdirilməsi;
- C) xərclər üzrə liderlik strategiyası, strategiyaların diferensiallaşdırılması, strategiyaların birləşdirilməsi;
- D) satış üzrə liderlik strategiyası, strategiyaların diferensiallaşdırılması və birləşdirilməsi;
- E) düzgün cavab yoxdur.

629) Sual:Rəqabət strategiyası nəzəriyyəsinin işlənilib hazırlanmasında böyük əməyi olmuşdur:

- A) Y.Tsipkin;
- B) A.Lyukşinov
- C) M.Porter;
- D) N.Eriaşvili;
- E) E.Utkin.

630) Sual:Müəssisə bazarla əlaqələri təmin edir və onun elementlərini bu istiqamətə yönəldir:

- A) yalnız xidmət və informasiya
- B) kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və xidmətlər
- C) informasiya, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və xidmətlər
- D) yalnız kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı;
- E) düzgün cavab yoxdur.

631) Sual:ASK müəssisəsi:

- A) rəqiblər arasında münasibətin dəyişməsi təsir edir;
- B) ətraf mühitin dəyişməsi təsir etmir;
- C) marketinqin ətraf mühitinin dəyişməsi təsir edir;
- D) vasitəçilər arasında münasibətin dəyişməsi təsir edir;
- E) düzgün cavab yoxdur

632) Sual:Təşkilatın fəaliyyət göstərməsi və onun dayanıqlığı amildən asılıdır:

- A) ətraf mühitdən asılı olmayan;
- B) rəqibləri maraqlandırmayan;
- C) ətraf mühitin təsirindən;
- D) vasitəçiləri maraqlandırmayan
- E) düzgün cavab yoxdur.

633) Sual:ASK müəssisələri ilə ətraf mühit arasında mübadiləsi baş verir:

- A) informasiya;
- B) resurslar;
- C) resurslar və informasiya;
- D) fikirlər;
- E) informasiya və avadanlıqlar.

634) Sual:ASK müəssisələri və onun marketinq fəaliyyəti:

- A) qapalı sistemdir;
- B) yarımaçıq sistemdir;
- C) açıq sistemdir;
- D) yarıbağlı sistemdir;
- E) düzgün cavab yoxdur

635) Sual:Aqromarketinqdə məqsədin müəyyən edilməsi:

- A) aqromarketinq planının əsas bölməsi
- B) aqromarketinq strategiyasının işlənilməsi
- C) aqromarketinq planının əsas bölməsindən biri
- D) aqromarketinq taktikasının işlənməsi və strategiyasının
- E) bütün cavablar doğrudur

636) Sual:Aqromarketinqin informasiya sistemi üçün materialların məcmusu (AİSÜM):

- A) tədqiqat materiallarının sistem təhlili
- B) marketinqin informasiya təhlili sistemi
- C) aqromarketinqin informasiya sistemi
- D) tədqiqat materiallarının təhlili

637) Sual:Aqromarketinqin təhlili sistemi özündə əks etdirir?

- A) aqromarketinqin informasiya sistemi üçün materialların məcmusu (AİSÜM)
- B) sistem üçün materiallar məcmusu
- C) elementlərin AİSÜM üçün məcmusu

D) AİSÜM sistemi üçün materialların məcmusu

638) Sual: İdarəetmə qərarlarının hazırlanmasında daha çox əhəmiyyət kəsb edən infotmasiya növünü ayırmalı:

- A) analitik təhlil aparmaq
- B) marketinq tədqiqatının birinci hissəsi ilə məşğul olmaq
- C) anket sorgusu aparmaq
- D) marketinq tədqiqatının ikinci hissəsi ilə məşğul olmaq

639) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemlərindən biri diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Aqromarketingin mikromühiti
- B) Aqromarketingin makromühiti**
- C) Aqromarketingin lokal mühiti
- D) Aqromarketingin istehsal mühiti
- E) aqromarketing təbii mühit

640) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemlərindən biri diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Vasitəçilər**
- B) Beynəlxalq valyuta kursu
- C) İstifadə olunan nəqliyyat vasitələri
- D) Materialların çatdırılmasının xüsusi şərtləri
- E) reklamçılar

641) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemlərindən biri diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Statistlər
- B) Ştat nəzarətçiləri
- C) Agentlər və brokerlər
- D) Kontakt auditoriyaları**
- E) analitiklər

642) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemlərindən biri diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Gömrük xidməti
- B) Vasitəçilərin tara təsərrüfatı
- C) Məhsul göndərənlər**
- D) Bank stafkaları
- E) nəqliyyat

643) Sual: Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemlərindən biri diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Vergi müfəttişliyi
- B) Rəqiblər**
- C) Broker firmaları

- D) Komissionerlər
- E) aqrolizinqlər

644) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemlərindən biri diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Müştəri bazarları
- B) Birja bazarları
- C) Kontinental bazarlar
- D) Ticarət evləri
- E) transmilli şirkətlər

645) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyasının toplanmasının altsistemi diqqət obyektində çıxış edir:

- A) Daxili bazarlar, rəqiblər, məhsulgöndərənlər, kontakt auditoriyası, vasitəçilər
- B) Dünya bazarları, rəqiblər, məhsulgöndərənlər, vasitəçilər, aqromarketingin makro mühiti
- C) Regional bazarlar, məhsulgöndərənlər, kontakt auditoriyası, vasitəçilər, aqromarketingin makro mühiti
- D) Müştəri bazarları, rəqiblər, məhsulgöndərənlər, kontakt auditoriyası, vasitəçilər, aqromarketingin makro mühiti
- E) xarici bazarlar, anbarlar, vasitəçilər, aqromarketingin makromühiti

646) Sual:Aqromarketingin altsisteminin analizi özündə əks etdirir:

- A) Aqromarketing informasiyalarının analizi və ötürülməsi, saxlanması təmin edilməsinə istiqamətlənən fəaliyyət, elementlərin vəhdəti
- B) Aqromarketing informasiyalarının işlənməsi və təqdim edilməsi, saxlanması təmin edilməsinə istiqamətlənən fəaliyyət, elementlərin vəhdəti
- C) Aqromarketing informasiyalarının işlənməsi və ötürülməsi, toplanmasının təmin edilməsinə istiqamətlənən fəaliyyət, elementlərin vəhdəti
- D) Aqromarketing informasiyalarının işlənməsi və analizi, saxlanması təmin edilməsinə istiqamətlənən fəaliyyət, elementlərin vəhdəti
- E) bütün variantlar doğrudur

647) Sual:Aqromarketing araşdırmaları altsistemi nəzərdə tutur:

- A) Kommersiya müəssisələrinin marketing rəhbərlərinə uyğun idarəetmə qərarlarının qəbulu, onların toplanması, analizi və nəticələrin hesabatı haqqında məlumatlar dairəsi lazımdır
- B) İstehsal müəssisələrinin marketing rəhbərlərinə uyğun idarəetmə qərarlarının qəbulu, onların toplanması, analizi və nəticələrin hesabatı haqqında məlumatlar dairəsi lazımdır
- C) Kənd təsərrüfatı müəssisələrinin marketing rəhbərlərinə uyğun idarəetmə qərarlarının qəbulu, onların toplanması, analizi və nəticələrin hesabatı haqqında məlumatlar dairəsi lazımdır
- D) Hər hansı müəssisənin menecment rəhbərlərinə uyğun idarəetmə qərarlarının qəbulu, onların toplanması, analizi və nəticələrin hesabatı haqqında məlumatlar dairəsi lazımdır
- E) soyuducu kamera rəhbərlərinə qərarların qəbulu, onların toplanması, analizi və nəticələrin qəbulu haqqında məlumatlar

648) Sual:Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması altsistemi özündə əks etdirir:

- A) Mənbələr kompleksi, xarici marketing mühiti haqqında planlı informasiya vasitələrinin əldə olunması və qəbulu

- B) Mənbələr kompleksi, xarici marketing mühiti haqqında cari informasiya vasitələrinin əldə olunması və qəbulu
- C) Mənbələr kompleksi, xarici marketing mühiti haqqında aylıq informasiya vasitələrinin əldə olunması və qəbulu
- D) Mənbələr kompleksi, xarici marketing mühiti haqqında dekada informasiya vasitələrinin əldə olunması və qəbulu
- E) mənbələr kompleksi, xarici marketing mühiti haqqında illik informasiya mənbələrinin əldə olunması və qəbulu

649) Sual:Daxili hesablaşmaların altsistemi adlanır:

- A) Aqromarketing rəhbərlərini kənd təsərrüfatı müəssisələri, onun bölmələri və ayrıca işçilərinin fəaliyyəti haqqında məlumatla təmin etmək
- B) Aqromenecment rəhbərlərini kənd təsərrüfatı müəssisələri, onun bölmələri və ayrıca işçilərinin fəaliyyəti haqqında məlumatla təmin etmək
- C) Aqromarketing rəhbərlərini rəqiblərin, onun bölmələri və ayrıca işçilərinin fəaliyyəti haqqında məlumatla təmin etmək
- D) Aqromarketing rəhbərlərini kənd təsərrüfatı müəssisələrinin bütün logistik zəncirinin fəaliyyəti haqqında məlumatla təmin etmək
- E) aqroxidmət rəhbərlərinin informasiya ilə təmin olunması

650) Sual:Funksional kriteriyalara görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) Ümumi marketing informasiyalarının analizi
- B) Marketing informasiyalarının idarəedilməsi analizi
- C) Cari marketing informasiyalarının analizi
- D) Aqromarketing informasiyalarının analizi
- E) aqrar xidmətlə bağlı informasiyaların təhlili

651) Sual:Funksional kriteriyalara görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) Ümumi marketing araşdırmaları
- B) İdarəetmə araşdırmaları
- C) aqromarketing araşdırmaları
- D) hər il keçirilən marketing araşdırmaları
- E) aqromarketing araşdırmaları

652) Sual:Funksional kriteriyalara görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) Xarici cari aqromarketing informasiyalarının təyini
- B) Xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması
- C) Adi cari aqromarketing informasiyalarının təyini
- D) Müştərilər haqqında cari aqromarketing informasiyalarının təyini
- E) daxili auditlə bağlı məlumatların toplanması

653) Sual:Funksional kriteriyalara görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) Daxili hesablaşmalar
- B) Şəxsi hesablaşmalar
- C) Hər ay keçirilən hesablaşmalar
- D) Tam hesablaşmalar

E) qismən hesablaşmalar

654) Sual:Funksional kriteriyalara görə aqromarketing informasiya sistemi neçə altsistemə bölünür?

A) 3

B) 4

C) 5

D) 6

E) 8

655) Sual:Funksional kriteriyalara görə aqromarketing informasiya sistemi aşağıdakı altsistemlərə bölünür:

A) Daxili hesablaşmalar, xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması, aqromarketing araşdırmalar, aqromarketing informasiyalarının analizi

B) Xarici operativ hesablaşmalar, xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması, aqromarketing araşdırmalar, aqromarketing informasiyalarının analizi

C) Şəxsi plandankənar hesablaşmalar, xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması, aqromarketing araşdırmalar, aqromarketing informasiyalarının analizi

D) Hər kvartal keçirilən hesablaşmalar, xarici cari aqromarketing informasiyalarının toplanması, aqromarketing araşdırmalar, aqromarketing informasiyalarının analizi

E) Operativ hesabatlar, idxalla bağlı informasiyalar , aqromarketing informasiyalarının toplanması

656) Sual:Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyasının birinci altsisteminə aiddir:

A) Yaranan problemlərin aşkar edilməsi və tendensiyalar

B) Yaranan problemlərin tez aşkar edilməsi və tendensiyalar

C) Yaranan problemlərin planlı aşkar edilməsi və tendensiyalar

D) Yaranan problemlərin aşkar edilməsinə cəhd etmək və tendensiyalar

E) yaranan problemlərdə gizli məqamların aşkar edilməsi

657) Sual:Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyasının üçüncü altsisteminə aiddir:

A) Ümumi problemlər haqqında informasiyanın toplanılması və analizi

B) Bazar problemləri haqqında informasiyanın toplanılması və analizi

C) Konkret problemlər haqqında informasiyanın toplanılması və analizi

D) Rəqiblərin gizli informasiyalardan istifadə planı haqqında informasiyanın toplanılması və analizi

E) analitik məlumatların toplanması və analizi

658) Sual:Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyasının ikinci altsisteminə aiddir:

A) Kənd regionlarının rəhbərlərinin və aqromarketing xidmətinin onların fəaliyyət prosesinin planlaşdırılmasında istifadə olunan informasiya ilə təmin edilməsi

B) Kənd təsərrüfatı rəhbərlərinin və aqromarketing xidmətinin onların fəaliyyət prosesinin planlaşdırılmasında istifadə olunan informasiya ilə təmin edilməsi

C) Ancaq aqromarketing xidmətinin onların fəaliyyət prosesinin planlaşdırılmasında istifadə olunan informasiya ilə təmin edilməsi

D) təsərrüfatı rəhbərlərinin və aqromarketing xidmətinin rıqiblərlə mübarizə prosesində istifadə olunan informasiya ilə təmin edilməsi

E) bütün bariantlar doğrudur

659) Sual: Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyasının birinci altsistemi özündə birləşdirir:

- A) Rəqabət mühitində cari vəziyyət haqqında operativ qaydada informasiya
- B) Aqromarketing mühitində cari vəziyyət haqqında operativ qaydada informasiya
- C) Demografik mühitində cari vəziyyət haqqında operativ qaydada informasiya
- D) Təbii mühitində cari vəziyyət haqqında operativ qaydada informasiya
- E) iqlim dəyişmələri haqqında informasiya

660) Sual: Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) Humanitar araşdırmalar üzrə qərarların təmin olunması
- B) Bütün araşdırmalar üzrə qərarların təmin olunması
- C) Fundamental araşdırmalar üzrə qərarların təmin olunması
- D) Bazar araşdırmaları üzrə qərarların təmin olunması
- E) texniki araşdırmalar üzrə qərarların təmin olunması

661) Sual: Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) Plandankənar qərarların qəbul edilməsi
- B) Planlı qərarların qəbul edilməsi
- C) Operativ qərarların qəbul edilməsi
- D) Yoxlanılmış qərarların qəbul edilməsi
- E) mürəkkəb qərarların qəbul edilməsi

662) Sual: Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiyaları altsisteminə aiddir:

- A) İdarəetmə qərarlarının qəbul olunması
- B) Sərfəli qərarlarının qəbul olunması
- C) Cari qərarlarının qəbul olunması
- D) İstehsal qərarlarının qəbul olunması
- E) operativ qərarların qəbul olunması

663) Sual: Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiya sistemi neçə altsistemə bölünür:

- A) 3
- B) 4
- C) 5
- D) 6
- E) 8

664) Sual: Qərarların qəbulu kriteriyalarına görə aqromarketing informasiya sistemi aşağıdakı altsistemlərə bölünür:

- A) İdarəetmə qərarlarının qəbulu, planlı qərarlar, fundamental araşdırmalar üzrə qərarların təmin olunması
- B) Rəqabətli qərarlarının qəbulu, planlı qərarlar, humanitar araşdırmalar üzrə qərarların təmin olunması
- C) Cari qərarlarının qəbulu, prespektiv qərarlar, fundamental araşdırmalar üzrə qərarların təmin

olunması

D) Operativ qərarlarının qəbulu, xüsusi qərarlar, bütün istiqamətlər üzrə araşdırmaların təmin olunması

E) xüsusi qərarların qəbulu, strateji planların qurulması

665) Sual:Düzgün qərarların qəbulu asılıdır:

A) Alınan informasiyaların qiymətləndirilməsinin keyfiyyət səviyyəsi

B) Alınan informasiyaların analizinin keyfiyyət səviyyəsi

C) Alınan informasiyaların fiksə edilməsinin keyfiyyət səviyyəsi

D) Alınan informasiyaların göstərilməsinin keyfiyyət səviyyəsi

E) alınan informasiyaların işlənməsinin keyfiyyət səviyyəsindən

666) Sual:Aqromarketing informasiyaları böyük həcmli olmaqla bərabər fərqlənir:

A) Müxtəlif planlılıq və mürəkkəblilik

B) Vahid planlılıq və mürəkkəblilik

C) Müxtəlif planlılıq və mümkünlülük

D) Xüsusi mənalılıq və mürəkkəblilik

E) etibarlılıq və mükəmməllilik

667) Sual:Düzgün qərarların qəbulu asılıdır:

A) Vacib və əhəmiyyətli informasiyaların seçilməsi zəruriliyi

B) Ümumi və uyğun informasiyaların seçilməsi zəruriliyi

C) Xüsusi informasiyaların seçilməsi zəruriliyi

D) Xarici və ya faydalı informasiyaların seçilməsi zəruriliyi

E) düzgün proqnozların zəruriliyi

668) Sual:Satılan malların həcm və keyfiyyətcə kənarlaşması (artmaq və azalmaqla tərəfə)

A) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır

B) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil

C) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir

D) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir

E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

669) Sual:Mal (xidmət) segmentində istehlakçı tələbinin artması və ya azalmasına müəssisənin mövqeləşməsi

A) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır

B) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil

C) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir

D) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir

E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

670) Sual:Rəqiblərlə əməkdaşlığın yeni forması

- A) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır
- B) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil
- C) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir
- D) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir.
- E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

671) Sual:Bakzarda yeni (daha effektiv) seqmentlərin və ehtiyacların tapılması

- A) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyəti olmayan amil adlanır
- B) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirən az əhəmiyyətli amil deyil
- C) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən müəyyən qədər əhəmiyyətli amillərdəndir
- D) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesini şərtləndirən əhəmiyyətli amillərdəndir.
- E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir.

672) Sual:Müəyyən vəzifə borcunun yenirə yetirilmə səviyyəsi

- A) Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- B) Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir.
- C) Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
- D) Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir.

673) Sual:Tələbin proqnozlaşdırılması aqromarketing strategiyasının müəyyən edilməsinin düzgünlüyü

- A) Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- B) Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- C) Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
- D) Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir.
- E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir.

674) Sual:Rəqiblərin qiymətləndirilməsi, satışın təşkili, satışın həvəsləndirilməsi , reklamın keyfiyyəti

- A) Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- B) Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir.
- C) Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
- D) Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir.
- E) Aqromarketing fəaliyyətinin tənzimlənməsi prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

675) Sual:Kommersiya risqinin elmi əsaslandırılması və rəqiblərlə mübarizənin effektivliyi

- A) Maddi-texniki təchizat işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- B) Kənd təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir
- C) Aqromarketing xidməti işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətindən biridir
- D) Fermer təsərrüfatı işçilərinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi istiqamətlərindən biridir.
- E) Tənzimləmə prosesinin şərtləndirməyən az əhəmiyyətli amillərə aiddir

676) Sual:Aqromarketing sənətinin formalaşdırılmasında sosial-psixoloji və əxlaqi - etik kateqoriyalar:

- A) İstifadə edilmir
- B) Ümumiyyətlə istifadə edilmir
- C) İstifadə edilir
- D) Qismən istifadə edilir
- E) Hərdən istifadə olunmur

677) Sual:Aqromarketing sənətinin formalaşmasında təşkilati-iqtisadi və idarəetmə kateqoriyaları:

- A) İstifadə edilmir
- B) Ümumiyyətlə istifadə edilmir
- C) İstifadə edilir
- D) Qismən istifadə edilir
- E) Düzgün cavab yoxdur

678) Sual:Marketoloqların mədəni-peşə səviyyəsi müəyyən edir:

- A) Onların rəhbərlərinin təhsil səviyyəsini
- B) Onların peşəkarlıq səviyyəsini
- C) Onların təhsil bacarıq və vərdiş səviyyəsini
- D) Onların bacarıq və vərdiş səviyyəsini
- E) Tez təxirə salmadan

679) Sual:Orta məktəb onu qurtaran adamda əmək məhsuldarlığını artırır:

- A) 18%
- B) 48%
- C) 108%
- D) 8%
- E) 1-2%.

680) Sual:Problemin həlli üzrə marketoloqların fəaliyyətində bütün tərəflərinin formonlaşdırılması:

- A) Aqromarketing sənətinin yeganə prinsipi sayılır
- B) Aqromarketing sənətinin xarakteristikasından biri sayılır
- C) Aqromarketing sənətinin prinsiplərindən biri sayılır
- D) Aqromarketing sənətinin yeganə xarakteristikası sayılır
- E) Aqromarketingin yeganə prinsipidir

681) Sual:Rəqabət mübarizəsində bazar konyukturunun əsas həlqəsini tapmaq bacarığı:

- A) Aqromarketing sənətinin yeganə prinsipi sayılır

- B) Aqromarketinq sənətinin xarakteristikasından biri sayılır
- C) Aqromarketinq sənətinin prinsiplərindən biri sayılır
- D) Aqromarketinq sənətinin ykganə xarakteristikası sayılır
- E) Az əhəmiyyətli amillərə amiddir

682) Sual:İstehsal güclərinin tədricən genişlənməsi əsas səbəblərdəndir:

- A) bir çox mallar üzrə satış həcmnin artması;
- B) bir çox ərzaq malları üzrə satış həcmnin sürətli artması;
- C) bəzi ərzaq malları üzrə satış həcmnin tədricən artması;
- D) bazara tədricən çixış;
- E) bütün cavablar doğrudur.

683) Sual:Qiymət artımına təsir edir

- A) təklifin həddən artıq artması;
- B) rəqiblərin çoxluğu;
- C) tələbin həddən artıq çox olması;
- D) tələbin sabitliyi;
- E) tələbin qeyri-sabitliyi.

684) Sual:Xərclərin artımının məhsuldarlığın artımına təsiri

- A) mütənasibdir;
- B) eynidir;
- C) uyğun deyil;
- D) proporsionaldır;
- E) təsiredicidir.

685) Sual:Qeyri-bərabər qiymətin müəyyən edilməsi:

- A) istehlakçıları narazı salmalıdır;
- B) istehlakçılarda qərəz yaratmalıdır
- C) istehlakçılarda qərəz yaratmamalıdır;
- D) istehlakçılar qəbul etməlidir;
- E) düzgün cavab yoxdur.

686) Sual:Qiymət nəzərə alaraq dəyişir:

- A) mövsümi;
- B) həftənin günləri
- C) bütün cavablar doğrudur
- D) günün saati;
- E) ilin ayı.

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

- A) alıcıların müxtəlifliyini;
- B) mal variantları;
- C) bütün cavablar doğrudur;
- D) yerləşmə;

E) vaxt.

688) Sual: Qiymətin əmələ gəlməsinə coğrafi yanaşma müəyyən edir :

- A) eyni qiyməti;
- B) ən yüksək qiyməti;
- C) müxtəlif qiyməti;
- D) minimal qiyməti;
- E) orta qiyməti.

689) Sual: Müəssisə potentlə qoyulan yeni malları bazara çıxardarkən qiymətin müəyyən edilməsində seçə bilməz

- A) bazarın ətrafı təhlili taktikasını;
- B) «seçilmiş mallar» strategiyasını;
- C) ya «seçilmiş mallar», ya da bazarın ətraflı təhlili strategiyasını;
- D) bazarın yalnız ətraflı təhlili strategiyasını;
- E) bazarın yalnız ətraflı təhlili strategiyasını;

690) Sual: Müəssisə rəqiblərin qiymət təşəbbüsünə cavab verir:

- A) hər vaxt;
- B) zərurət olduqda;
- C) bəzən;
- D) sistemətik;
- E) daimi.

691) Sual: Qiymət və xərclərdən istifadə edərək satışın stimullaşdırılmasında strateji yanaşma vardır:

- A) 2
- B) 6
- C) 4
- D) 8
- E) 9

692) Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır:

- A) yalnız qiyməti;
- B) yalnız keyfiyyəti;
- C) satış həvəsləndirilməsi ilə bağlı xərcləri;
- D) xərcləri;
- E) bütün cavablar doğrudur.

693) Sual: Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır:

- A) yalnız qiyməti;
- B) yalnız bölgü sistemlərini;
- C) malın keyfiyyəti;
- D) xərcləri;
- E) bütün cavablar doğrudur.

694) Sual:Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır:

- A) yalnız qiyməti;
- B) yalnız keyfiyyəti;
- C) bölgü sistemlərini;
- D) xərcləri;
- E) bütün cavablar doğrudur.

695) Sual:Yeni mallarla bazara çıxarkən aqromarketing nəzərə almalıdır:

- A) yalnız qiyməti;
- B) yalnız keyfiyyəti;
- C) qiyməti;
- D) xərcləri;
- E) bütün cavablar doğrudur.

696) Sual:İstehlakçıların vərdişlərinin dəyişməməsi səbəblərindən biridir:

- A) bəzi malların satış həcmının artmasının;
- B) bəzi ərzaq mallarının satışının sürətli artması;
- C) bəzi ərzaq malları üzrə satış həcminin tədricən artması;
- D) bazara tədricən çıxış;
- E) bütün cavablar doğrudur.

697) Sual:Reklamın qeyri-qənaətbəxş olması pərakəndə satış müəssisələrinin inkişafına təsir edən səbəblərdəndir:

- A) reklam xərclərinin həcmının artması;
- B) bəzi ərzaq mallarının satışının sürətli artması;
- C) bəzi ərzaq malları üzrə satış həcminin tədricən artması;
- D) bazara tədricən çıxış;
- E) bütün cavablar doğrudur.

698) Sual:Malların istehsalının texniki problemlərindən biridir:

- A) bir çox mallar üzrə satış həcminin artması;
- B) bir çox ərzaq malları üzrə satış həcminin sürətli artması;
- C) bəzi ərzaq malları üzrə satış həcminin tədricən artması;
- D) bazara tədricən çıxış;
- E) bütün cavablar doğrudur.

699) Sual:Müəssisə qiymətlərin dəyişməsini planlaşdırarkən

- A) rəqiblərin reaksiyası haqqında düşünməməlidir;
- B) vasitəçilərin imkanları haqqında düşünməməlidir;
- C) rəqiblərin reaksiyası haqqında düşünməlidir;
- D) yalnız öz imkanları haqqında düşünməlidir;
- E) düzgün cavab yoxdur.

700) Sual:Qiyməti hiss etmədən qaldırmaq

- A) mümkün deyil;
- B) lazım deyil;
- C) ola bilər;
- D) demək olar ki, mümkün deyil;
- E) düzgün cavab yoxdur.