

## RƏQƏMSAL MARKETİNG FƏNNİNDƏN İMTAHAN SUALLARI

1. Marketing konsepsiyasının mahiyyəti və təkamülü
2. Marketing haqqında ümumi anlayışı
3. Marketingin məqsədi, funksiyaları və prinsipləri
4. Marketingin əsas anlayışları
5. Marketingin fəaliyyətinin həyata keçirilməsi prosesləri
6. İntegrasiya olunmuş marketing kompleksi
7. Marketingdə 4P anlayışı
8. Müştəri dəyərində əsaslanan marketing strategiyası
9. Bazarın hədəflənməsi, segmentləşdirilməsi, mövqeləndirilməsi, fərqləndirilməsi prosesləri
10. Marketing təhlilləri
11. Marketingin ətraf mühit amilləri
12. Marketingin makro-mühit amilləri
13. Marketing tədqiqatlarının məqsədi və istiqamətləri
14. Marketing tədqiqatlarının aparılması prosesi
15. Marketing tədqiqatlarının mahiyyəti
16. Marketingdə informasiya toplanılması üsulları
17. Fərdi məhsul və xidmət üzrə qərarlar
18. Məhsul və xidmətin təsnifatları
19. Məhsul və xidmətlərin xüsusiyyətləri
20. Marketing logistikasının xarakteri və əhəmiyyəti
21. Logistika sisteminin başlıca funksiyaları
22. İKT-nin biznesdə rolu və marketingə təsiri.
23. İnternetin marketingə təsiri və rəqəmsal marketingin yaranması.
24. Rəqəmsal iqtisadiyyat dövründə marketing.
25. Web 1.0, Web 2.0 və Web 3.0 nədir və xüsusiyyətləri.
26. Rəqəmsal marketingin tarixi.
27. Rəqəmsal marketingin mikro və makro mühitinin təhlili.
28. Rəqəmsal istehlakçını anlamaq üçün müştəri təhlili.
29. Rəqəmsal marketingdə istehlakçı davranışının təhlili.
30. Rəqəmsal Marketing və onun tətbiq sahələri
31. Rəqəmsal marketingin alətləri.
32. Rəqəmsal marketingin müasir istiqamətləri.
33. Rəqəmsal marketingin problemləri.
34. Rəqəmsal marketingin müasir istiqamətləri və problemləri.
35. İntegrasiya olunmuş marketing kommunikasiyası və onun təhlili.
36. İnternet marketingdə veb saytın əhəmiyyəti və xüsusiyyətləri.
37. Veb saytda reklam növləri: Paid media (ödənilmiş), owned media (sahib olunan), earned media (qazanılmış).
38. Mobil marketingin mahiyyəti
39. Satışları artırmaq üçün mobil marketing alətləri.
40. Mobil marketing strategiyası
41. Mobil marketing nə üçün önəmlidir?
42. Sosial media marketingi və onun əsas xüsusiyyətləri.
43. SMM strategiyasının qurulması.
44. SMM nədir və onun inkişaf etdirilməsi üsulları
45. Sosial şəbəkələr üçün məzmunun yaradılması
46. Rəqəmsal marketingdə: sosial şəbəkələr
47. Sosial şəbəkələrdə ödənişli və pulsuz tanıtım üsulları
48. Sosial Media Marketing anlayışı və əsas məqsədləri
49. SEM (axtarış mühərriki marketingi) və SEO (axtarış mühərrikinin optimallaşdırılması).
50. SEO (Axtarış mühərrikinin optimallaşdırılması) nədir və Google əsas axtarış mühərriki kimi.
51. SEO (Axtarış mühərrikinin optimallaşdırılmasında əsas amillər.
52. Məzmun (content) marketinginin mahiyyəti.

53. Məzmun marketing strategiyasının hazırlanması.
54. Məzmun marketingin əsas vəzifələri və metodları
55. Məzmun marketingin növləri və həyata keçirilməsi
56. Elektron ticarət və onun növləri
57. Əsas elektron ticarət modelləri
58. Dünyada elektron ticarətin mövcud vəziyyəti
59. Azərbaycanda elektron ticarət bazarının mövcud vəziyyəti
60. Azərbaycanda elektron ticarətin normativ-hüquqi bazasının formalaşması
61. Azərbaycanda elektron ticarətin inkişafı və bazarda mövcud olan portallar
62. İnternet marketingdə əsas performans göstəriciləri.
63. Veb analitika və Google analitika.
64. Remarketing nədir?
65. Remarketing və retargeting nədir?
66. UX və UI dizaynının internet marketingdə əhəmiyyəti.
67. UX dizaynının rəqəmsal marketingdə gələcəyi.
68. UX dizaynının rəqəmsal marketingdə əhəmiyyəti.
69. İrihəcmli verilənlər və rəqəmsal marketing.
70. Süni intellekt və rəqəmsal marketing.