

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



TUROPEREYTING

O‘QUV DASTURI

Bilim sohasi: 1000000 - Xizmatlar
Ta’lim sohasi: 1010000 - Xizmat ko‘rsatish sohasi
Ta’lim yo‘nalishi: 61010400 - Turizm (faoliyat yo‘nalishlari bo‘yicha)

SAMARQAND – 2024

Fan/modul kodi	O'quv yili	Semestr	Kreditlar
TT1306	2024-2025	5	10
Fan/modul turi	Haftadagi dars soatlari		
Majburiy	4		
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
1	Turopereyting	150	150
2	300		
3			

I. Fanning mazmuni

Fanni o'qitishdan maqsad – turistik bozorda turperatorlarning muvofaqiyatli faoliyat olib borishi, kuchli raqobat sharoitida turmahsulotlarni ishlab chiqish va uni sotish kanallarini topishi masalalarini yaqindan o'rganishga qaratilgan. Hozirgi kunda turoperatorlik faoliyatini tashkil qilishda hayotimizga kirib kelayotgan yangi informatsion texnologiyalar va nou-xaular ta'sir ko'rsatmoqda. Turoperator faoliyatini tashkil qilish keyingi yillarda jahon turizm bozori rivojlanishi tendensiyalari va uning segmentiga bog'liq ravishda shakllanmoqda.

Fanning vazifasi – turopereytingda xizmat ko'rsatishni tashkil qilish, turistik mashrutlar ishlab chiqishni rivojlantirishning nazariy asoslari, turistik mashrutlarning tarixi, turistik mashrutlarni ishlab chiqish usullari va tamoyillari, turopereytingda turistlar xavsizligini ta'minlash masalalari, turizm bozorining marketing tadqiqotlari, turopereytingda reklama faoliyatini tashkil etish va turopereytingda xizmat etkazib beruvchilar bilan hamkorlik shartnomalarini tuzishni amalga oshirishni o'rganishdan iborat.

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)

II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:

1-mavzu: "Turopereyting" fanining maqsadi va vazifalari

"Turopereyting" fanining maqsadi va vazifalari. Turoperator faoliyatining tushunchasi va turlari. Turoperator va turagentlarning tarixiy rivojlanishi va funksiyalari.

2-mavzu: Turizm bozori va xizmatlari tushunchasi, ularning xususiyatlari

Turizm bozori tushunchasi va uning xususiyatlari. Turizm bozori sig'imini aniqlash usullari. O'zbekistonda turizm bozori rivojlanishining me'yoriy-huquqiy asoslari.

3-mavzu: Turopereytingda xizmat ko'rsatishni tashkil qilish

Turistik xizmatlar va ularning xususiyatlari. Turxizmatlarni loyihalash. Animatsiya xizmatlari tushunchasi va uning turlari. Joylashtirish

va ovqatlantirish xizmatlari. Transport xizmatlarini tashkil etish.

4-mavzu: Turistik mashrutlar ishlab chiqishni rivojlantirishning nazariy asoslari

Turistik mashrutlar turizmni rivojlantirishning asoslaridan hisoblanishi. Turizm mashrutlarini ishlab chiqishning turizm iqtisodiyotidagi oʻrni. Turizm mashrutlarini ishlab chiqishning mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi ahamiyati.

5-mavzu: Turistik mashrutlarning tarixi

Markaziy Osiyolik olimlarning sayohati mashrutlari. Chet ellik olim sayohatchilarning mashrutlari. Buyuk geografik kashfiyotchilarning sayohati mashrutlari. Yangi davr geografik tadqiqotlari mashrutlari.

6-mavzu: Turistik mashrutlarni ishlab chiqish usullari va tamoyillari

Turistik mashrutlarni ishlab chiqish usullari. Turistik mashrutlar mavzularining tur nomlarini anglatishi. Jozibadorlik, betakrorlik va imkoniyatlarning yaratilganligi tamoyillari. Mazmundorlik va faoliyatlik tamoyillari. Koʻp variantlilik, qulaylik va axborotlanganlik tamoyillari.

7-mavzu: Turistik mashrutlarning tasnifi va mashrutda xizmatlar koʻrsatishni tashkil qilish

Turistik mashrutlarning tasnifi. Transport xizmatlari dasturi. Transport, joylashtirish, ovqatlantirish va mashrutdagi ekskursiya xizmatlari dasturi.

8-mavzu: Turistik mashrutni tashkil qilishdagi shartnomalar va hujjatlar

Turistlarga xizmatlar koʻrsatish talabnomasi, mashrutning texnologik xaritasi va mashrutda turistlarga xizmatlar koʻrsatish dasturi. Turistik mashrutni tashkil qilishdagi hujjatlar.

9-mavzu: Xalqaro mashrutlar boʻyicha butunjahon turizm tashkilotining tavsiyanomalari

Xalqaro mashrutdagi sayohatlarda davlatlarning maʼsulligi. Xalqaro mashrutlardagi sayohatlar boʻyicha Manila deklaratsiyasi va Gaaga deklaratsiyasi.

10-mavzu: Turopereytingda turistlar xavfsizligini taʼminlash masalalari

Oʻzbekistonda turistlarning hayoti xavfsizligini taʼminlashning huquqiy meʼyorlari. Turistik faoliyatdagi xavf-xatarlar va ularni bartaraf qilishning chora-tadbirlari.

11-mavzu: Turopereytingda axborot texnologiyalari
Turizmda axborot texnologiyalari turlari va ularning mohiyati. Kompyuter tizimida o'rinlarni bronlashtirish. Turizmda internet texnologiyalar.

12-mavzu: Turopereytingda marketing masalalari
Turizm marketing tushunchasi va uning mohiyati. Turistik korxonada marketing xizmati. Marketing xizmatining tashkiliy tarkibi.

13-mavzu: Turizm bozorini segmentlash
Turizm segmentlashga yondashuv va undan maqsad. Maqsadli bozorlarni aniqlash.

14-mavzu: Turistik mahsulot iste'molchilari
Turistik mahsulot va uning iste'molchilari. Turistik mahsulotning xarid jarayoni. Turmahsulot xaridi jarayonida ishtirok etuvchilar. Turxizmatdan foydalanuvchilarning o'ziga xos jihatlari.

15-mavzu: Turistik mahsulotning hayotiy davri
Turistik mahsulot va uning hayotiy sikli. Turistik mahsulotning ishlab chiqarilishi. Turistik mahsulotni rejalashtirish.

16-mavzu: Turopereytingda narx yaratish siyosati
Turmahsulot narxining tarkibiy tuzilishi. Turistik faoliyat xarajatlari va daromadlari. Turizm narx belgilash usullari.

17-mavzu: Turistik mahsulotlarni sotishni tashkil etish
Turistik mahsulotni sotish kanallarini shakllantirish. Turistik mahsulotni taqsimlash samaradorligi. Turistik mahsulotni hisoblash jarayoni. Turistik mahsulotni sotish bo'yicha hamkorlarni tanlash.

18-mavzu: Turizm raqobat strategiyasini ishlab chiqish
Turizm raqobat va raqobatbardoshlik tushunchalarining mohiyati. Turistik xizmatlar sotishda raqobat strategiyasini ishlab chiqish. Xalqaro turizm xizmatlar bozoriga chiqish strategiyasi.

19-mavzu: Turopereytingda reklama faoliyatini tashkil etish
Turizm reklamining ahamiyati, reklama vositalari va reklama tashuvchilarni tanlash. Iste'molchilarni (turistlarni) va turagentlarni rag'batlantirish. Turizmni tashviqot qilish

20-mavzu: Turizm sohasida brend yaratish
Turizm sohasidagi brend tushunchasi. Turizm sohasida brend yaratish va uning nufuzini oshirish.

	<p>Darslik. – T.: “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi”, 2021. 396 b.</p> <p>2. Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik. – T.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2021. 424 bet.</p> <p>3. Raximov Z.O. Turizmda tadbirkorlik. O’quv qo’llanma. – Samarqand: SamISI, 2019, 232 bet.</p> <p>4. Boltabayev M.R., Tuxliyev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik. – T.: “Fan va texnologiya”, 2018 y.</p> <p>5. Raximov Z.O., Norkulova D.Z. Mehmonxona xo’jaligida rejalashtirish. Darslik. – Samarqand: “TURON-NASHR”, 2021, 204 bet.</p> <p>Qo’shimcha adabiyotlar</p> <p>1. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O’zbekiston strategiyasi – T: “O’zbekiston”, 2021, 464 b.</p> <p>2. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O’zbekiston taraqqiyot strategiyasi. To’ldirilgan ikkinchi nashri – T: “O’zbekiston”, 2022, 416 b.</p> <p>3. Tuxliev I.S., Qudratov G’H., Pardaev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Toshkent – «IQTISOD - MOLIIYA» 2010 – 263 b.</p> <p>4. Raximov Z.O., Norkulova D.Z., Kulhazarova Z.B., Daminov M.I., Karimov A.A. Turizmda rasmiyatchilik. O’quv qo’llanma. – Samarqand: SamISI, 2020, 188 bet.</p> <p>5. Raximov Z.O., Norkulova D.Z. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. O’quv qo’llanma. – Samarqand: SamISI, 2020, 188 bet.</p> <p>6. Kotler, Bowen & Makens (2006), Marketing for Hospitality and Tourism 4th ed, Pearson Education, Inc, 2006.</p> <p>7. Charles A. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. Tourism PRINCIPLES, PRACTICES, PHILOSOPHIES, New Jersey, John Wiley & Sons, 2012. – 514p.</p> <p>Axborot manbalari:</p> <p>1. http://lex.uz– O’zbekiston Respublikasi qonunchiligi</p> <p>2. www.ziyounet.uz –ta’lim portali</p> <p>3. http://www.mail.tdiu.uz – TDIU elektron kutubxonasi</p> <p>4. http://www.sies.uz – SamISI elektron kutubxonasi</p> <p>5. www.world-tourism.org – Butun jahon turistik tashkiloti</p> <p>6. www.wttc.org – Sayoxat va turizm bo’yicha Butun jahon Kengashi.</p>
8	<p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O’quv uslubiy kengashining 2024-yil 29 avgustdagi 1-sonli yig’ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ <u>FD-15-19</u>)</p>
9	<p>Fan/modul uchun ma’sul:</p> <p>Z.O. Raximov– SamISI “Turizm” kafedrasi dotsenti, i.f.n.</p>
10	<p>Taqrizchilar:</p> <p>S.A.Abduxamidov – “Turizm” kafedrasi mudiri, PhD.</p> <p>D.Q.Usmanova – Samarqand davlat universiteti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, i.f.n.</p>

	<p>21-mavzu: Turopereytingda xizmat etkazib beruvchilar bilan hamkorlik shartnomalarini tuzish</p> <p>Shartnoma rejasi. Xizmatlar etkazib beruvchilar bilan hamkorlik va shartnomalar tuzish. Mehmonxona xo’jaligi va ovqatlanirish tashkilotlari bilan shartnomalar tuzish. Avtotransport tashkilotlar va aviakompaniya bilan shartnomalar tuzish. Temir yo’l va ekskursiya xizmati ko’rsatuvchi firmalar bilan shartnomalar tuzish.</p> <p>III. Amaliy mashg’ulotlarlar bo’yicha ko’rsatma va tavsiyalar</p> <p><i>Amaliy mashg’ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Turopereyting” fanining maqsadi va vazifalari 2. Turizm bozori va xizmatlari tushunchasi, ularning xususiyatlari 3. Turopereytingda xizmat ko’rsatishni tashkil qilish 4. Turistik mashrutlar ishlab chiqishni rivojlantirishning nazariy asoslari 5. Turistik mashrutlarning tarixi 6. Turistik mashrutlarni ishlab chiqish usullari va tamoyillari 7. Turistik mashrutlarning tasnifi va mashrutda xizmatlar ko’rsatishni tashkil qilish 8. Turistik mashrutni tashkil qilishdagi shartnomalar va hujjatlar 9. Xalqaro mashrutlar bo’yicha butunjahon turizm tashkilotining tavsiyanomalari 10. Turopereytingda turistlar xavsizligini ta’minlash masalalari 11. Turopereytingda axborot texnologiyalari 12. Turopereytingda marketing masalalari 13. Turopereytingda marketing muhiti tahlili 14. Turizm bozorining marketing tadqiqotlari 15. Turizm bozorini segmentlash 16. Turistik mahsulot iste’molchilari 17. Turistik maxsulotning hayotiy davri 18. Turopereytingda narx yaratish siyosati 19. Turistik mahsulotlarni sotishni tashkil etish 20. Turizm raqobat strategiyasini ishlab chiqish 21. Turopereytingda reklama faoliyatini tashkil etish 22. Turizm sohasida brend yaratish 23. Turopereytingda xizmat etkazib beruvchilar bilan hamkorlik shartnomalarini tuzish <p>IV. Mustaqil ta’lim va mustaqil ishlar</p> <p><i>Mustaqil ta’lim uchun tavsiya etiladigan topshiriqlar:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Turistik xizmatlar va ularning xususiyatlari. 2. Turxizmatlarni loyihalash. 3. Joylashtirish va ovqatlanirish xizmatlari. 4. Transport xizmatlarini tashkil etish.
--	--

5. Turizm marshrutlarini ishlab chiqishning turizm iqtisodiyotidagi o'rni.	
6. Turizm marshrutlarini ishlab chiqishning mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi ahamiyati.	
7. Markaziy Osiyolik olimlarning sayohati marshrutlari.	
8. Buyuk geografik kashfiyotchilarning sayohati marshrutlari	
9. Turistik marshrutlarni ishlab chiqish usullari.	
10. Transport, joylashtirish, ovqatlanirish va marshrutdagi ekskursiya xizmatlari dasturi.	
11. Turistlarga xizmatlar ko'rsatish talabnomasi, marshrutning texnologik xaritasi va marshrutda turistlarga xizmatlar ko'rsatish dasturi.	
12. Turistik marshrutni tashkil qilishdagi hujjatlar.	
13. Xalqaro marshrutdagi sayohatlarda davlatlarning ma'sulligi.	
14. Xalqaro marshrutlardagi sayohatlar bo'yicha Manila deklaratsiyasi va Gaaga deklaratsiyasi.	
15. O'zbekistonda turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashning huquqiy me'yorlari.	
16. Turistik faoliyatdagi xavf-xatarlar va ularni bartaraf qilishning chora-tadbirlari.	
17. Turizmda axborot texnologiyalari turlari va ularning mohiyati.	
18. Kompyuter tizimida o'rinlarni bronlashtirish.	
19. Turizmda internet texnologiyalar.	
20. Turizmda marketing tushunchasi va uning mohiyati.	
21. Turistik korxonada marketing xizmati. Marketing xizmatining tashkiliy tarkibi.	
22. Turizmda segmentlashga yondashuv va undan maqsad.	
23. Turistik mahsulot va uning iste'molchilari.	
24. Turistik mahsulotning xarid jarayoni.	
25. Turmahsulot xaridi jarayonida ishtirok etuvchilar.	
26. Turxizmatdan foydalanuvchilarning o'ziga xos jihatlari.	
27. Turistik mahsulot va uning hayotiy sikli.	
28. Turistik mahsulotning ishlab chiqarilishi.	
29. Turistik mahsulotni rejalashtirish.	
30. Turmahsulot narxining tarkibiy tuzilishi.	
31. Turistik faoliyat xarajatlari va daromadlari.	
32. Turizmda narx belgilash usullari.	
33. Turistik mahsulotni sotish kanallarini shakllantirish.	
34. Turistik mahsulotni taqsimlash samaradorligi.	
35. Turistik mahsulotni hisoblash jarayoni.	
36. Turistik mahsulotni sotish bo'yicha hamkorlarni tanlash.	
37. Turizmda raqobat va raqobatbardoshlik tushunchalarining mohiyati.	
38. Turistik xizmatlar sotishda raqobat strategiyasini ishlab chiqish.	
39. Xalqaro turizm xizmatlar bozoriga chiqish strategiyasi.	
40. Turizmda reklamanning ahamiyati, reklama vositalari va reklama tashuvchilarni tanlash.	

	<p>41. Iste'molchilarni (turistlarni) va turagentlarni rag'batlantirish.</p> <p>42. Turizmni tashviqot qilish</p> <p>43. Turizm sohasidagi brend tushunchasi.</p> <p>44. Turizm sohasida brend yaratish va uning nufuzini oshirish.</p> <p>45. Xizmatlar etkazib beruvchilar bilan hamkorlik va shartnomalar tuzish.</p>
4	<p>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> – "Turopereyting" fanining maqsadi va vazifalari; turizm bozori va xizmatlari tushunchasi, ularning xususiyatlari; turopereytingda xizmat ko'rsatishni tashkil qilish; turistik mashrutlar ishlab chiqishni rivojlantirishning nazariy asoslari; turistik marshrutlarning tarixi; turistik marshrutlarni ishlab chiqish usullari va tamoyillari; turistik marshrutlarning tasnifi va mashrutda xizmatlar ko'rsatishni tashkil qilish <i>haqida tasavvurga ega bo'lishi</i>; – turistik marshrutni tashkil qilishdagi shartnomalar va hujjatlar; xalqaro mashrutlar bo'yicha butunjahon turizm tashkilotining tavsiyanomalari; turopereytingda turistlar xavfsizligini ta'minlash masalalari; turopereytingda axborot texnologiyalari; turopereytingda marketing masalalari; turopereytingda marketing muhiti tahlili; turizm bozorining marketing tadqiqotlari; turizm bozorini segmentlashni <i>bilishi va ulardan foydalana olishi</i>; – turistik mahsulot iste'molchilari; turistik mahsulotning hayotiy davri; turopereytingda narx yaratish siyosati; turistik mahsulotlarni sotishni tashkil etish; turizm raqobat strategiyasini ishlab chiqish; turopereytingda reklama faoliyatini tashkil etish; turizm sohasida brend yaratish; turopereytingda xizmat etkazib beruvchilar bilan hamkorlik shartnomalarini tuzishni <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak</i>.
5	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • amaliy ishlarni bajarish va xulosalash; • interfaol keys-stadilar; • blits-so'rov; • guruhlarda ishlash; • taqdimotlar namoyishi; • jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
6	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talabalar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar xaqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha og'zaki, yozma ish yoki testni topshirish.</p>
7	<p>Asosiy adabiyotlar:</p> <p>I. Raximov Z.O., Ibadullayev N.E., Xaitboyev R. Turopereyting.</p>