

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI**  
**OLIV TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI**



**“TASDIQLAYMAN”**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti  
rektori M.E. Po'latov

2023 yil “29”

Ro'yxatga olindi: №BD-60411200-2.05

2023 yil “29”

**RAQAMLI MARKETING**

**O'QUV DASTURI**

<b>Bilim sohasi:</b>	400 000	– Biznes, boshqaruv va huquq
<b>Ta'lim sohasi:</b>	410 000	– Biznes va boshqaruv
<b>Ta'lim yo'nalish:</b>	60411200	– Menejment (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

**Samarqand – 2023**

Fan/modul kodi DIGMAR106	O'quv yili 2023-2024	Semestr 4	Kreditlar 6
Fan/modul turi Tanlov	Ta'lim tili O'zbek/rus		Haftadagi dars soatlari 6
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)
	Raqamli marketing	90	90
	Jami yuklama (soat)		
	180		
2.	<p><b>I. Fanning mazmuni</b></p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarning raqamli marketingga oid taffakkurini shakllantirish va rivojlantirish, o'zining fikr-mulohaza, xulosalarini asosli tarzda aniq bayon etishga o'rgatish, raqamli bozor sharoitida korxonalarning raqamli marketing faoliyatining nazariy asoslari va zamonaviy usullari bilan tanishtirish hamda egallangan bilimlar bo'yicha ko'nikma va malakalarni shakllantirishdir.</p> <p>Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, raqamli iqtisodiyot va raqamli marketing tushunchalarining mohiyati, raqamli biznes modellari hamda elektron tijorat tushunchalari, an'anaviy 4P modelining raqamli muhitda SIVA modeli sifatida transformatsiyalashuvi, iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar (CRM), ijtimoiy tarmoq tushunchasi va unda siljitish siyosati, elektron pochta marketing, raqamli muhitda marketing tadqiqotlarini o'rganishdan iborat</p>		
3.	<p><b>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</b></p> <p><b>III.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</b></p> <p><b>1-mavzu. Raqamli marketing tushunchasi, maqsadi va vazifalari</b></p> <p>Raqamli marketing fanining predmeti, maqsad va vazifalari. Raqamli marketing tushunchasi va uning paydo bo'lishi. An'anaviy biznes modellar va raqamli biznes modellarning qiyosiy tahlili. Raqamli marketing afzalliklari. Raqamli biznesni yuritish imkoniyatlarini baholash. Umumjahon internet-auditoriya. Elektron tijorat bozori. O'zbekistonda internetning paydo bo'lishi va rivojlanishi.</p> <p><b>2-mavzu. Raqamli marketing texnologiyalari va ularning ahamiyati</b></p> <p>Raqamli marketing texnologiyalarining rivojlanish evolyutsiyasi. Raqamli marketing texnologiyalari va ularning turlari. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari. Asosiy raqamli</p>		



marketing texnologiyalari: SEO, SMM, SMS, CRM, SMO, kontent-marketing, e-pochta, big data, suniy intellekt.
<p><b>3-mavzu. Raqamli marketing funksiyalari, prinsplari va modellari</b></p> <p>Raqamli marketingning asosiy funksiyalari va prinsplari hamda ularning turlari. Marketing modellari va ularning raqamli muhitda transformatsiyalashuvi (4P, 4C, 5E). SIVA modeli va uning o'ziga xos jihatlari. Iste'molchiga yo'naltirilganlik prinspi asosida shakllangan zamonaviy marketing modellari va ularning mohiyati. Iste'mol qimmatdorligi.</p> <p><b>4-mavzu. Raqamli marketing strategiyalari</b></p> <p>Maqsadli auditoriyani tanlash. Raqobatchilar tahlili. Marketingning asosiy strategiyalari. Raqamli marketing strategiyalari va ularning asosiy turlari. Pull va Push strategiyalar. Raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Maqsadli bozorga erishish uchun eng yaxshi marketing kanallarini tanlash.</p> <p><b>5-mavzu. Iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar (CRM)</b></p> <p>Internetning kommunikativ xususiyatlari. Internet auditoriyasi. Internetda foydalanuvchilarning navigatsiyasi. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish. CRM (Customer Relationships Management) tizimlari tushunchasi. CRM tizimlari orqali mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishda Bitrix24.CRM, 1C:CRM, amoCRM, Monolith: CRM, AWP dasturiy ta'minot xizmatlarining ahamiyati. CRM tizimlari funksiyalari va ular bajaradigan vazifalar.</p> <p><b>6-mavzu. Mobil marketing</b></p> <p>Mobil marketing tushunchasi, mohiyati, axamiyati va o'ziga xos xususiyatlari. Mobil marketing usullari. SMS marketing, mobil ilovalar. QR-kodlashtirish tizimi. Video va mobil dasturlar. Mobil elektron pochta boshqaruvi. Mobil marketingda kontentni boshqarish tizimi.</p> <p><b>7-mavzu. Internet marketing</b></p> <p>Internet. Global internet tarmoqlari. Internet texnologiyalari. Veb dasturlar. Internet-banking. Internet-treyding. TCP/IP texnologiyalari, FTP va CRM modellar Xalqaro internet. Internet marketingning paydo bo'lishi. Internet marketing texnologiyalari.</p> <p><b>8-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama va uni siljittish (SMM)</b></p> <p>Ijtimoiy tarmoq haqida tushuncha. Ijtimoiy tarmoqlarning o'ziga xosligi. Ijtimoiy tarmoqlar va ularning tizimlari. Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish imkoniyatlari. Ijtimoiy tarmoqlarda iste'molchilar bilan samarali kommunikasiya. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama. Ijtimoiy tarmoq yaratish. Ijtimoiy tarmoqlarda iste'molchilar hulq-atvori. Ijtimoiy tarmoqlar marketingi. Ijtimoiy tarmoqlarda targeting. Ijtimoiy tarmoqlarni retargeting qilish imkoniyati.</p>



### 9-mavzu. E-mail marketing

Elektron pochta tizimi. Pochta bayonnomalari. ISMTP, UUCP, 2ROR, IMAP tizimlari. ICQ tizimi. Spam tizimi. telekonferentsiyalar. Elektron chat. Telegram marketing. Uyali aloqa tizimlari. Uyali alokada marketing imkoniyatlari. Uyali aloka kanallari va ularni boshqarish tizimlari.

### 10-mavzu. Internetda onlayn savdo texnologiyalari

Marketingda sotish siyosatining mazmun va mohiyati. Internetda chakana savdo. Internet-vositachilar. Internet do'kon orqali sotishdan keladigan daromadni hisoblash usullari.

Internetda virtual do'kon tushunchasi. Virtual do'kon bilan xaridorning o'zaro aloqasi. Internet-do'kon dasturiy ta'minotining asosiy funksiyalari. Internet-do'konda tovar va xizmatlarni xarid qilish va to'lash. Kim oshdi savdosining holati va istiqbollari. Elektron tijorat sohasida ishlashga qaratilgan maxsus dasturiy ta'minot tizimlari.

### 11-mavzu. E-marketing tadqiqotlari

Raqamli marketing axborot tizimlari. Marketing tadqiqotlarida qo'llaniladigan axborot yig'ish usullari. Internetda marketing tadqiqotlarini tashkil etish. Internet-bozorni o'rganish va tahlil qilish. Internetni o'rganish vositalari va imkoniyatlari. Internetda ma'lumot qidirish. Internetda so'rovlar o'tkazish. Veb-saytga tashrif buyuruvchilar to'g'risida marketing ma'lumotlarini olish. Olingan ma'lumotlarga ishlov berish.

Faol va passiv tadqiqotlar. Formaning tarkibiy qismlari. Formani tuzish. Natijalarni qayta ishlash. Internetda miqdoriy va sifat tadqiqot usullari.

### 12-mavzu. Elektron tijorat tizimi

Elektron tijorat va uning asosiy mazmuni. Elektron tijorat tizimi va uning xususiyatlari. Elektron tijoratning qonunchilik tizimi. Elektron, tijoratni boshqarilishini tashkil etish. Elektron tijoratni rivojlantirish yo'llari. Elektron raqamli imzo. Axborot xavfsizligi. Elektron to'lovlar. Axborotlashirish va ma'lumotlarni uzatish sohasida sodir etilgan xavf-xatarlar.

### 13-mavzu. Raqamli marketingda sotish varonkasi texnologiyasi

Raqamli marketingda sotish varonkasining ahamiyati. Sotish varonkasi tushunchasi va uning rivojlanishi. Sotish varonkasi bosqichlarini loyihalash. AIDA modelini afzalliklari. Sotish varonkasida konversiya ko'rsatkichlari. Sotish varonkasida qo'llaniladigan raqamli marketing instrumentlari.

### 14-mavzu. Raqamli marketingda web-sayt

WEB-saytni maqsad va vazifalarini belgilash. Saytning mazmuni. Sayt yaratish bosqichlari. Saytda korxona imidjini shakllantirish yo'llari. Saytni

	<p>Education, 2016.</p> <p>5. Usmanova Z.I., Boyjigitov S.K. Marketing kommunikatsiyasi. – Samarqand: "Turon-nashr", 2020. 254 bet.</p> <p>6. Rowles, D. (2017). Mobile marketing: how mobile technology is revolutionizing marketing, communications, and advertising. Kogan Page Publishers.</p> <p>7. Капустина Л.М., Мосунов И.Д. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети [Текст] : [монография]; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – 102 стр.</p> <p>8. Бекмуродов А.Ш., Мусалиев А.А. Информационный бизнес. Уч. пос. – Т.: ТГЭУ, 2006. – 288 с.</p>
	<p><b>Axborot manbalari</b></p>
	<p>1. <a href="http://www.mail.tdiu.uz">www.mail.tdiu.uz</a> – TDIU elektron kutubxonasi.</p>
	<p>2. <a href="http://www.el.tfi.uz">www.el.tfi.uz</a> – TMI elektron kutubxonasi.</p>
	<p>3. <a href="http://www.elib.me">http://www.elib.me</a> – электронные учебники по маркетинг.</p>
	<p>4. <a href="http://www.lex.uz">http://www.lex.uz</a> – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi.</p>
	<p>5. <a href="http://www.alleng.ru">http://www.alleng.ru</a> – учебник, пособие, справочник по маркетингу.</p>
	<p>6. <a href="http://www.aup.ru">http://www.aup.ru</a> – административно-управленческий портал.</p>
	<p>7. <a href="http://www.ziyounet.uz">www.ziyounet.uz</a> – ta'lim portali.</p>
<p>8.</p>	<p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2023 yil <u>29</u> <u>08</u> dagi <u>1</u> - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ <u>40-07-27</u>).</p>
	<p><b>Fan/ modul uchun mas'ullar:</b></p>
<p>9.</p>	<p>N.B.Yahyojonov – SamSI, "Marketing" kafedrası dotsenti v.b., iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).</p>
	<p>Sh.Sh.Narkulova – SamSI, "Marketing" kafedrası katta o'qituvchisi</p>
	<p><b>Taqrizchilar:</b></p>
<p>10.</p>	<p>L.TAbdualilova – TDIU "Marketing" kafedrası professori, i.f.d. N.U.Muradova – SamSI, "Marketing" kafedrası dotsenti, PhD.</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>loyiha ishi bajarish;</li> <li>guruhlarda ishlash;</li> <li>taqdimotlar qilish;</li> <li>individual loyihalar va loyihalar tahlili;</li> <li>turli darajadagi testlarni yechish;</li> <li>misol va masalalar;</li> <li>jamoat bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.</li> </ul>
6.	<p><b>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</b> Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oralik nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishini topshirish.</p> <p><b>Asosiy adabiyotlar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hakimov Z.A. Sharifhodjaev U.U. Interaktiv va raqamli marketing. O'quv qollanma. –T.: "Iqtisodiyot", 2019 – 170 b.</li> <li>2. Gulyamov S.S. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. – T.: Iqtisod-Moliya, 2019. 396 b.</li> <li>3. Abdulhalilova L.T. Internet marketing. O'quv qollanma. –T.: "Iqtisodiyot", 2019 – 310 b.</li> <li>4. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете / Филип Котлер, Херманн Карпджайа, Айвен Сетиган ; [перевод с английского М. Хорошиловой]. — Москва : Эксмо, 2019. — 224 с.</li> <li>5. Филип Котлер, Сетиган Айвен, Карпджайа Херманн. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. – 249 с.</li> <li>6. Marketing Strategy in the Digital Age. Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing. 2020.</li> </ol>
7.	<p><b>Qo'shimcha adabiyotlar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ergashxodjaeva Sh.J. Qosimova M.S. Samadov A.N. Alimxodjaeva N.E., Sharipov I.B. Marketing kommunikatsiyasi. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019. 418 bet.</li> <li>2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital marketing: strategy, implementation &amp; practice. – Pearson uk, 2019.</li> <li>3. eMarketing. The essential guide to marketing in a digital world. 6th Edition. Rob Stokes, Quirk eMarketing. Last Update: 2018. ISBN 13: 9780620565158/ Publisher: Red &amp; Yellow.</li> <li>4. McStay A. J. Digital advertising. – Macmillan International Higher</li> </ol>

<p>loyixalash. Sayt faoliyati. Saytning interaktivligi. Saytda reklama vositalaridan foydalanish. Saytni yangilab turish. Saytda marketing axborotlarini joylashtirish tamoyillari.</p> <p>Sayt klassifikatsiyasi. Sayt konstruksiyasi. Raqamli marketingda web-saytni loyihalashtirish va yaratish. Web-dizayner (UX/UI). Web-mastur. Saytlarni o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish. Sayt yaratish jarayoni bosqichlari. Sayt tuzilishi. Korporativ saytlar yaratish. Internet do'konlarni yaratish.</p> <p><b>15-mavzu. Web-analitika</b></p> <p>Web-analitika tushunchasi. Web-analitikaning asosiy ko'rsatkichlari. KPI ni rejalashtirish va raqamlashtirish. Web-analitikaning afzallik va kamchiliklari. Web-analitikaning vositalari. Ma'lumot yig'ish usullarining turlari. Saytning xulq-atvor omili.</p> <p>Web-saytni targ'ib qilish samaradorligini baholash. Sayt sifatini baholash usullari va mezonlari. Google Analytics, Yandex Metrica. Sayt uchun maqsadli auditoriyani aniqlash. Sayt uchun dasturiy ta'minot sifatini baholash. Saytni yuklash tezligini baholash. Internet marketing elementi sifatida saytning samaradorligini baholash. Internetda reklama samaradorligini baholash usullari.</p> <p><b>16-mavzu. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini baholash</b></p> <p>Raqamli marketing byudjeti. Raqamli marketing byudjetiga ta'sir etuvchi omillar. Raqamli marketing byudjetini rejalashtirish usullari. Raqamli marketing samaradorligi ko'rsatkichlari. Raqamli marketing samaradorligini baholash usullari. SWOT tahlil. ROC-tahlil. Raqamli marketing kommunikatsiyasi samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar. Raqamli marketing samaradorligini oshirish yo'llari.</p>	<p><b>III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar</b></p> <p>Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Raqamli marketing tushunchasi, maqsadi va vazifalarini o'rganish.</li> <li>2. Raqamli marketing texnologiyalari va ularning ahamiyatini o'rganish.</li> <li>3. Raqamli marketing funksiyalari, prinsplari va modellari o'rganish.</li> <li>4. Raqamli marketing strategiyalarini o'rganish.</li> <li>5. Iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar (CRM) ni o'rganish.</li> <li>6. Mobil marketingni o'rganish.</li> <li>7. Internet marketingni o'rganish.</li> </ol>
---	--



<p>8. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama va uni siljiitish (SMM) ni o'rganish.</p> <p>9. E-mail marketingni o'rganish.</p> <p>10. Internetda onlayn savdo texnologiyalarini o'rganish.</p> <p>11. Raqamli marketing tadqiqotlarini o'rganish.</p> <p>12. Elektron tijorat tizimini o'rganish.</p> <p>13. Raqamli marketingda sotish varonkasi texnologiyasini o'rganish.</p> <p>14. Raqamli marketingda web-saytni o'rganish.</p> <p>15. Web-analitikaning o'rganish.</p> <p>16. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini baholashni o'rganish.</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan o'tkaziladi. Mashg'ulotlarda faol va interaktiv usullar yordamida, mavzularga mos pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llaniladi. Amaliy mashg'ulotlarda muammoli vaziyatlar, amaliy topshiriqlar, keyslar, masalalar ishlanadi.</p>	
<p><b>IV. Mustaqlil ta'lim va mustaqil ishlal</b></p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <p>1. Raqamli marketingning asosiy maqsadi va vazifalarini belgilash.</p> <p>2. Raqamli bozorda marketing tadqiqotlarini tashkil etish</p> <p>3. Kontent marketing</p> <p>4. Virtual makonda mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish</p> <p>5. Raqamli marketingning ana'naviy marketingdan farqi</p> <p>6. Raqamli marketing texnologiyalari turlari.</p> <p>7. Raqamli marketing strategiyalari tavsifi</p> <p>8. Raqamli marketingda zamonaviy texnologiyalar</p> <p>9. Yagona davlat interaktiv xizmatlari portallarida ishlash</p> <p>10. Elektron tijoratning B2B, B2C, G2B, G2C formatlari</p> <p>11. Mobil marketingda reklama</p> <p>12. SMS marketing</p> <p>13. E-marketingda platformalarning o'rni</p> <p>14. QR kod marketingi</p> <p>15. E-marketing</p> <p>16. Mobil ilova dasturlari marketingi</p> <p>17. Mobil marketingda mijozlar xulq-atvori</p> <p>18. E-mail marketing</p> <p>19. E-mail marketingda obonent olish strategiyasi</p> <p>20. Elektron pochta dizayni va unga qo'yiladigan talablar</p> <p>21. Elektron tijorat</p>	

<p>22. Facebook marketing</p> <p>23. Elektron savdo platformasini yaratish mexanizmi</p> <p>24. Korxona VEB-saytni rejalashtirish</p> <p>25. Video content hamda you tube marketing</p> <p>26. Elektron to'lov tizimlari.</p> <p>27. Korxona VEB-saytni boshqarish;</p> <p>28. Korxona veb-sayti samaradorligini baholash usullari</p> <p>29. Raqamli marketingda suniy intellektidan foydalanish imkoniyatlari</p> <p>30. Raqamli reklamaniing ijobiy va salbiy jixatlari</p> <p>31. Qidiruv reklamalari</p> <p>32. Elektron pullarning vujudga kelishi va ularning turlari</p> <p>33. Display reklamalar</p> <p>34. Instagram marketing</p> <p>35. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama</p> <p>36. Onlayn reklama kompaniyalarini tashkil etish</p> <p>37. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini baholash usullari</p> <p>38. SEO tizimidan foydalanish samaradorligi</p> <p>39. Marketing axborot tizimida big data texnologiyasidan foydalanish imkoniyatlari</p> <p>Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyiha ishi, esse, tezis yoki ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.</p>	
<p><b>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</b></p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Raqamli marketing tushunchasi, raqamli marketing faoliyatini tashkil etish va marketing prinsiplaridan qanday foydalanish lozimligi haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>;</li> <li>• Raqamli marketing kompleksi elementlaridan foydalanish, marketing konsepsiyalari doirasida amaliy jarayonlarni baholash, zamonaviy marketing konsepsiyalarini bilish va ulardan foydalanish <i>ko'nikmalarga ega bo'lishi</i>;</li> <li>• Raqamli marketingda big data, raqamli marketing muhitini baholay olish, marketing kompleksi elementlarini amaliy jihatdan korxonalarda qo'llash, targeting, raqamli marketing faoliyatini rejalashtirish hamda iste'molchilar bilan hamkorlikda ishlash <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>.</li> </ul>	4.
<p><b>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ma'ruzalalar;</li> <li>• interfaol keys-stadilar;</li> <li>• esse, tezis va maqolalar yozish;</li> <li>• seminar va treninglar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar);</li> </ul>	5.