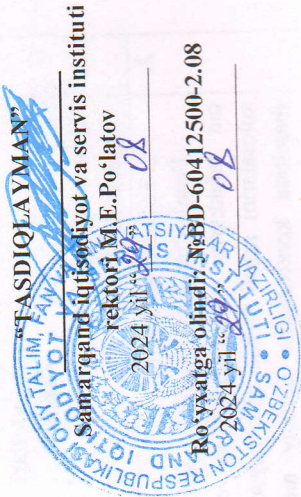


O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIVY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
 rektori M.E.Po'latov
 2024 yil "29" 08
 Ro'yxatga olingan № BD-60412500-2.08
 2024 yil "29" 08

IJTIMOIV MEDIA MARKETINGI
O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	400 000	– Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohasi:	410 000	– Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalish:	60412500	– Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

Samarqand – 2024

	<p>texnologiyalari. – T.: Iqtisod-Moliya, 2019. 396 b.</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>Axborot manbalari</p> <p>8. http://www.arm.sies.uz/-SamISI/elektron/kutubxonasi.</p> <p>9. http://ebook.tsue.uz/public/-TDIU/elektron/kutubxonasi.</p> <p>10. http://www.elib.me – электронные учебники по маркетингу.</p> <p>11. http://www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi.</p> <p>12. http://www.alleng.ru – учебник, пособие, справочник по маркетингу.</p> <p>13. http://www.aup.ru – административно-управленческий портал.</p> <p>14. www.ziynet.uz – ta'lim portali.</p>
8.	<p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil "29" <u>08</u> dagi <u>1</u> - sonli yig'ilishi bayoni bilan tasdiqlangan. (№ <u>FD-07-36</u>).</p>
9.	<p>Fan/modul uchun mas'uli:</p> <p>N.B.Yahyojonov – SamISI, "Marketing" kafedrası dotsenti v.b., iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).</p>
10.	<p>Taqrizchilar:</p> <p>L.T.Abduxalilova – TDIU "Marketing" kafedrası professori, i.f.d. Z.I.Usmonova – SamISI, "Marketing" kafedrası dotsenti, PhD.</p>

Fan/modul kodi SOCMMO6	O'quv yili 2024-2025	Semestr 7	Kreditlar 6
Fan/modul turi Tanlov	Ta'lim tili O'zbek/rus		Haftadagi dars soatlari 6
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Jami yuklama (soat)
	Ijtimoiy media marketingi	90	180
2.	<p>I. Fanning mazmuni</p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarning ijtimoiy media marketingga oid tafakkurini shakllantirish va rivojlantirish, o'zining fikr-mulohaza, xulosalarini asosli tarzda aniq bayon etishga o'rgatish, zamonaviy bozor sharoitida korxonalarda ijtimoiy media marketing faoliyatining nazariy asoslari va innovatsion usullari bilan tanishtirish hamda egallangan bilimlar bo'yicha ko'nikma va malakalarni shakllantirishdir.</p> <p>Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, ijtimoiy tarmoqlar va ularning xususiyatlari, media bozor va ijtimoiy media marketingi tushunchalarining mohiyati, ijtimoiy tarmoq orqali brendni targ'ib qilish, SMIM strategiyasini ishlab chiqish, mobilografiya va kopirayting, kontentlar bilan ishlash, ommabop ijtimoiy tarmoqlarda target yoqish, hamda ma'lumotlarni tahlil qilishni o'rganishdan iborat.</p>		
3.	<p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Ijtimoiy media marketingi tushunchasi, maqsadi va vazifalari</p> <p>Ijtimoiy media marketingi fanining predmeti, maqsad va vazifalari.</p> <p>Ijtimoiy media marketingi tushunchasi va uning paydo bo'lishi. Ijtimoiy media marketingi afzalliklari. Ijtimoiy tarmoqlarda biznes yuritish imkoniyatlari. O'zbekistonda media bozori va uning rivojlanishi.</p> <p>2-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlar va ularning rivojlanish bosqichlari</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 kommunikatsiya. Ijtimoiy tarmoq yaratish. Ijtimoiy tarmoqlarda iste'molchilar</p>		

	<ul style="list-style-type: none"> loyiha ishi bajarish; guruhlarda ishlash; taqdimotlar qilish; individual loyihalar va loyihalar tahlili; turli darajadagi testlarni yechish; misol va masalalar; jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
6.	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>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, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishni topshirish.</p>
7.	<p>Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> Xolmatov D.H. va boshqalar. Internet marketing. O'quv qo'llanma. –S.: “Fan bulog'i”, 2022 – 232 b. Hakimov Z.A. Sharifhodjaev U.U. Interaktiv va raqamli marketing. O'quv qo'llanma. –T.: “Iqtisodiyot”, 2019 – 170 b. Abduhalilova L.T. Internet marketing. O'quv qo'llanma. –T.: “Iqtisodiyot”, 2019 – 310 b. S.Qulmatova. Ijtimoiy tarmoqlar analitikasi. (O'quv qo'llanma) - T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2023, 200 bet. Константина Рудова, Василия Крылова «SMM handbook – полное руководство по продвижению в соцсетях». – М.: – 2020 – 262 с. Githa Hegde, G. Shainesh. Social media marketing. Emerging Concepts and Applications. (eBook). India – 2018 – 236 p. <p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов: Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2013 – 376 с. Hill, Robert. Social Media Marketing 2024: Mastering New Trends & Strategies for Online Success The Fast Free Shipping. USA-2023. 102 p. Филип Котлер, Сетиван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. – 249 с. Usmanova Z.I., Boyjigitov S.K..Marketing kommunikatsiyasi. – Samarqand: “Turon-nashr”, 2020. 254 bet. Gulyamov S.S. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn

	<p>15. Elektron pochta dizayni va unga qo'yiladigan talablar</p> <p>16. Facebook marketing</p> <p>17. SEO strategiyasi</p> <p>18. Ijtimoiy tarmoqlarda SMOdan foydalanish</p> <p>19. Video content hamda you tube marketing</p> <p>20. Ijtimoiy media marketing samaradorligini baholash usullari</p> <p>21. SMMda suniy intellektidan foydalanish imkoniyatlari</p> <p>22. Ijtimoiy mediada reklama</p> <p>23. Qidiruv reklamalari</p> <p>24. Telegram marketing</p> <p>25. Instagram marketing</p> <p>26. Ijtimoiy tarmoqlarda targeting</p> <p>27. SMM kompaniyalarini tashkil etish</p> <p>28. Ijtimoiy mediada ROI ko'rsatgichlari</p> <p>29. Ijtimoiy tarmoqlarda promotion</p> <p>30. Ijtimoiy tarmoqlar analitikasi</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>4.</p> <p>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ijtimoiy media marketing tushunchasi, ijtimoiy media marketing faoliyatini tashkil etish va ijtimoiy tarmoqlarda sijitishni hamda target yoqishni qanday amalga oshirish lozimligi haqida tasavvur va bilimga ega bo'lishi; Ijtimoiy media marketing faoliyatini amalga oshirishda zamonaviy texnologiya va vositalaridan foydalanish, marketing kommunikatsiya siyosati doirasida ijtimoiy tarmoqlarda brendni targ'ib qilish va iste'molchilar bilan testkari aloqani ta'minlash, zamonaviy SMM strategiyalarini ishlab chiqish va ulardan foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi; Ijtimoiy media marketingda targeting, biologografiya, kopiraytingdan foydalanish, ijtimoiy media muhitini baholay olish, SMM strategiyalarini amaliy jihatdan korxonalarda qo'llash, SMM faoliyatini tahlil qilish va samaradorligini oshirishda qo'llaniladigan ko'rsatgichlar bilan ishlash malakasiga ega bo'lishi kerak. <p>5.</p> <p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari</p> <ul style="list-style-type: none"> ma'ruzalar; interfaol keys-stadilar; esse, tezis va maqolalar yozish; seminar va treninglar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar);
--	---

<p>xulq-atvori. Eng ommobop ijtimoiy tarmoqlar.</p> <p>3-mavzu: Ijtimoiy media marketing strategiyalari</p> <p>Marketingning asosiy strategiyalari. Ijtimoiy media marketing strategiyalari va ularning asosiy turlari. Pull va Push strategiyalar. Kontent strategiyasi. SEO strategiyasi. Ijtimoiy media marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Maqsadli bozorga erishish uchun eng yaxshi marketing kanallarini tanlash.</p> <p>4-mavzu. Ijtimoiy media marketing instrumentlari va ularning ahamiyati</p> <p>Ijtimoiy media marketing vositalari va ularning turlari. Ijtimoiy tarmoqlarda eng ko'p foydalanadigan instrumentlar. Ijtimoiy tarmoqlar uchun kontent tayyorlaydigan instrumentlar: Miro, Canva, Supa, Google docs, Unsplash, SMMplanner.</p> <p>5-mavzu. Facebook marketing</p> <p>Facebookning paydo bo'lishi va uning rivojlanishi. Facebookda foydalanadigan instrumentlar va ularning tavsifi. Facebook ijtimoiy tarmog'idan foydalanish o'ziga xos xususiyatlari. Facebookda reklama va uning afzalliklari va kamchiliklari.</p> <p>6-mavzu Instagram marketing</p> <p>Instagramning paydo bo'lishi va uning rivojlanishi. Instagramda foydalanadigan instrumentlar va ularning tavsifi. Instagram ijtimoiy tarmog'idan foydalanish o'ziga xos xususiyatlari. Instagramda reklama va uning afzalliklari va kamchiliklari.</p> <p>7-mavzu. Telegram marketing</p> <p>Telegramning paydo bo'lishi va uning rivojlanishi. Telegramda foydalanadigan instrumentlar va ularning tavsifi. Telegram ijtimoiy tarmog'idan foydalanish o'ziga xos xususiyatlari. Telegramda reklama va uning afzalliklari va kamchiliklari.</p> <p>8-mavzu. You tube marketing</p> <p>You tubening paydo bo'lishi va uning rivojlanishi. You tubeda foydalanadigan instrumentlar va ularning tavsifi. You tube ijtimoiy tarmog'idan foydalanish o'ziga xos xususiyatlari. You tubeda reklama va uning afzalliklari va kamchiliklari.</p> <p>9-mavzu. Kontent marketing</p> <p>Kontent marketing mazmun mohiyati. Ijtimoiy tarmoqlarda kontentga bo'lgan asosiy talablar. Mobilografiya. Kreativ kontentlar yasash texnologiyalari. Kopirayting. Iste'molchilarga mo'ljallangan matn yozish texnologiyalari</p>	
---	--

10-mavzu. Ijtimoiy media marketingda branding

Branding haqida tushuncha va mazmun mohiyati. Ijtimoiy media marketingda brandingdan foydalanish imkoniyatlari. Branding strategiyalarini ishlab chiqish. Ijtimoiy tarmoqlarda brandni targ'ib qilish.

11-mavzu. Targeting va Retargeting

Ijtimoiy tarmoqlarda segmentatsiya. Maqsadli bozor va uni tanlashning asosiy yo'nalishlari. Targeting va ijtimoiy tarmoqlarda target yoqishga qo'yiladigan talablar. Retargeting.

12-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlarda mijozlar bilan ishlash

Ijtimoiy tarmoqlarda mijozlar bilan ishlashning afzalliklari va kamchiliklari. Ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlarga xizmat ko'rsatishni takomillashtirish. Ijtimoiy tarmoqlarda mijozlarga xizmat ko'rsatishning asosiy kanallarini tanlash. Ijtimoiy tarmoqlar xavfsizligi. 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. Zamonaviy CRM tizimlari.

13-mavzu. SMM kompaniyasini amalga oshirish

SMM faoliyatini amalga oshirishning zaruriyati. SMM agentliklarini tashkil etish. Tadbirkorlar uchun SMM faoliyatini amalga oshirish afzalliklari va kamchiliklari. SMM bo'limini shakllantirishning afzalliklari va kamchiliklari. SMM mutaxassisiga qo'yiladigan asosiy talablar. SMM agentliklari faoliyatiga davlat tomonidan berilayotgan imtiyozlar.

14-mavzu. Ijtimoiy media marketing analitikasi

Ijtimoiy tarmoqlar analitikasi. Ijtimoiy tarmoqlar analitikasining asosiy ko'rsatkichlari. Ijtimoiy tarmoqlarni tahlil qilishning afzallik va kamchiliklari. Ijtimoiy tarmoqlarni tahlil qilishda ma'lumotlarni to'plash usullari. Ijtimoiy tarmoqlarni tahlil qilishda ma'lumotlarni boshqarish usullari. Ijtimoiy tarmoqlarni tahlil qilishda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish. ROC-tahlil

15-mavzu. Ijtimoiy media marketing samaradorligi

Kontentni targ'ib qilish samaradorligini baholash. Blog va kanal sifatini baholash usullari va mezonlari. Google Analytics, Yandex Metrica Ahreflar, Alexa, Similarweb va Quantcastlardan foydalanish. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama samaradorligini baholash usullari. Ijtimoiy media marketingda ROI tushunchasi. ROI statistikasi. ROI ni aniqlash usullari. Ijtimoiy media marketing byudjeti. Ijtimoiy media marketing byudjetiga ta'sir etuvchi omillar. Ijtimoiy media marketing byudjetini rejalashtirish usullari.

III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Ijtimoiy media marketing tushunchasi, maqsadi va vazifalari
2. Ijtimoiy tarmoqlar va ularning rivojlanish bosqichlari
3. Ijtimoiy media marketing strategiyalari
4. Ijtimoiy media marketing instrumentlari va ularning ahamiyati

5. Facebook marketing
6. Instagram marketing
7. Telegram marketing
8. YouTube marketing
9. Kontent marketing

10. Ijtimoiy media marketingda branding

11. Targeting va Retargeting

12. Ijtimoiy tarmoqlarda mijozlar bilan ishlash

13. SMM faoliyatini amalga oshirish

14. Ijtimoiy media marketing analitikasi

15. Ijtimoiy media marketing samaradorligi

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.

IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Ijtimoiy media marketingning asosiy maqsadi va vazifalarini belgilash.

2. Media olamda marketing tadqiqotlarini tashkil etish

3. Kontent marketing

4. Ijtimoiy tarmoqlarda mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish

5. SMMning ana'naviy marketingdan farqi

6. SMM texnologiyalari va ularning turlari.

7. SMM- strategiyalari

8. Ijtimoiy media marketingning zamonaviy texnologiyalar

9. SMS marketing

10. SMMda web saytlarning ahamiyati

11. Mobilografiya va uning SMMda ahamiyati

12. Mobil ilova dasturlari marketingi

13. Ijtimoiy media marketingda e-pochtaning ahamiyati

14. Ijtimoiy tarmoqlarda obonent yig'ish strategiyasi