

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

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



Ro'yxatga olindi: №BD-60412500-1.19
2024 yil "08" 08

MARKETING

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

Fan/modul kodi MARKET6	O'quv yili 2024-2025	Semestr 4	Kreditlar 6
Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek/rus		Haftadagi dars soatlari 6
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)
	Marketing	72	108
	Jami yuklama (soat)		
	180		
1.	I. Fanning mazmuni Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarga marketingning amaliy jihatlarini bo'yicha bilimlarni sinash, marketingning asosiy kategoriyasi va jarayonlari, axborotlarni tahlil qilish imkoniyatlari, tovar assortimenti va uni siljitish imkoniyatlarini o'rgatish hamda ularni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.		
2.	Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, mikro va makro iqtisodiy darajada marketingni qo'llash hamda marketing o'ld ilmiy dunyoqarashni shakllantirish, marketing kompleksi elementlari, tovar, narx, sotish va siljitish siyosatini shakllantirish, iste'molchi va bozorlarni tahlil qilish, marketingni jamiyat, iqtisodiyot va korxona faoliyatidagi o'rni va ahamiyatini ochib berishdan iborat.		
3.	II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari) II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: 1-mavzu. Marketingning amaliy jarayonlari, iqtisodiyot soha va tarmoqlarida marketingning qo'llanilishi Marketing fanining predmeti, maqsad va vazifalari. Marketingning amaliy ifodasi, marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati. Marketingning asosiy maqsad va vazifalari. Marketing jarayoni. Iqtisodiyot soha va tarmoqlarida marketing. Iste'molchilar va ularning ehtiyojini o'rganish. Talab holatiga ko'ra marketing turlari.		
	2-mavzu. Marketing funksiyalari va asosiy tamoyillari Marketingning asosiy funksiyalari. Analitik, ishlab chiqarish, sotish, boshqarish va nazorat funksiyalari. Iste'molchiga yo'naltirilganlik tamoyilining mazmuni.		
	3-mavzu. Bozor segmentatsiyasi Bozor segmentatsiyasi tushunchasi. Bozor segmentlarga ajratish		

jarayoni. Bozor segmentini tanlash. Bozorni segmentlashning asosiy tamoyillari. Maqsadli bozor tushunchasi. Maqsadli bozor segmentlarini tanlash.

4-mavzu. Marketing tizimida tovar siyosati va tovar assortimenti

Marketing faoliyatida tovar tushunchasi. Tovar nomenklaturasi va tovar assortimenti. Tovarlarining guruhlanishi. Tovarlarining iste'mol qiymati va uni shakllanishi. Tovar sifati va unga ta'sir qiluvchi omillar. Tovarlar o'rami va markasi.

5-mavzu. Tovar "hayotiy davri" va uning bosqichlari

Tovar "hayotiy davri" tushunchasi. Tovarlar hayotiy davri bosqichlari. Tovarlarining tadqiqotlar va ishlamlar bosqichi. Tovarini bozorga kiritish bosqichi. O'sish va yetuklik bosqichlari. Bozordan chiqib ketish (so'nish) bosqichi. Tovar "hayotiy davri" bosqichlariga bog'liq holda marketing kompleksi elementlarining qo'llanilishi.

6-mavzu. Marketing tizimida narx siyosati

Marketing faoliyatida narx tushunchasi. Narxlarini shakllanishga ta'sir qiluvchi omillar. Talab va narxning o'zaro bog'liqligi. Narx elastikligi. Narx belgilash usullari. Xarajatlarni hisob-kitob qilishga asoslangan, talab va raqobatga asoslangan narx belgilash usullari. Narx strategiyalari. "Bozorni qaymog'ini olish" strategiyasi, bozorga kirib borish, yorib o'tish, yetakchi orqasidan yurish strategiyalari.

7-mavzu. Marketing tizimida sotish siyosati

Tovar harakati tushunchasi. Tovar harakati funksiyalari. Tovarlarini sotish tarmoqlarini shakllantirish. Sotuv kanallari. Sotuv kanallarining turlari. Bevosita va bilvosita sotuv kanallari. Vositachilarni jalb qilish. Savdo vositachilarini tanlash.

8-mavzu. Marketing tizimida siljiti (kommunikasiya) siyosati

Marketing faoliyatida siljitish tushunchasi. Marketing aloqalari. Korxona va iste'molchilar o'rtasidagi aloqa vositalari. Reklama, jamoatchilik bilan aloqalar, sotishni rag'batlantirish va shaxsiy sotuv.

9-mavzu. Reklama faoliyatini amaliyotdagi ifodalari

Reklama tushunchasi, mohiyati va vazifalari. Reklama turlari va vositalari. Tashqi reklama. Internet reklama. Tele va radio reklama. Tovar namunalari reklamasini. Bosma reklama. Reklama kompaniyasi va uni o'tkazish tartibi.

<p>Korxonalar amaliyotida reklama e'lonlari tuzish qoidalari. Reklama matni.</p> <p>10-mavzu. Marketing strategiyalari</p> <p>Xo'jalik va mahsulot portfeli tahlili. BKG matrisasi. Biznes portfel. "Tovar-bozor" matrisasi yoki Ansoff matrisasi. O'sish strategiyasini ishlab chiqish. SWOT tahlil. Marketing kompleksi doirasida marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Korporativ marketing strategiyalari. Funkstional marketing strategiyalari. Raqobatli strategiyalar. Raqobatli ustunlik.</p> <p>11-mavzu. Marketing faoliyatini rejalashtirish</p> <p>Marketing rejasi va uning asosiy tarkibiy qismlari. Marketing rejasini ishlab chiqish tartibi. Marketing faoliyatini strategik rejalashtirish. Marketing byudjeti. Marketing nazorati. Marketing xizmatini tashkil etish. Marketing samaradorligi. Marketing samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni aniqlash jarayoni.</p> <p>12-mavzu. Sohalar va tarmoqlar marketingi. Xizmatlar marketingi</p> <p>Xizmatlar marketingi va uning xususiyatlari. Xizmatlar marketingining shakllanish tarixi. Xizmatlar sifati. Xizmatlar sifatini baholash. Xizmat va servis tushunchalarining ifodalanishi. Xizmatlarning tovarlardan ajralib turadigan xususiyatlari.</p> <p>13-mavzu. Interaktiv va raqamli marketing</p> <p>Internet marketing tushunchasi. Global internet tarmoqlari. Internet-treyding. E-mail marketing. Pull va Push strategiyalar. Mobil marketing tushunchasi. Raqamli marketing tushunchasi. SEO, SMM tizimlar. To'g'ridan-to'g'ri marketing. To'g'ridan-to'g'ri marketingni yangi modellari.</p> <p>14-mavzu. Hududiy marketing</p> <p>Hududiy iqtisodiyot. Hududiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish. Hududiy tashqi va ichki omillar. Marketingning hududlardagi imkoniyatlari. Hududiy marketing mohiyati va mazmuni. Hududiy marketing imkoniyatlari. Hududiy marketingning iste'molchilar xulq-atvoriga ta'siri.</p> <p>15-mavzu. Sanoat marketingi</p> <p>Sanoat marketingining mohiyati va mazmuni. Sanoat korxonalarida marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Sanoat marketingida chegarachi roli. Sanoat marketingida mijozlar bilan ishlash jihatlari. B2B bozorining B2C</p>	
---	--

8.	Fanning o'quv dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil "20" 08 2024" 1 - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ 70-07-11/6).
9.	Fan/ modul uchun mas'ullar: D.I.Usmonova – SamSI, "Marketing" kafedrasi dotsenti, PhD S.K.Boyjigitov – SamSI, "Marketing" kafedrasi katta o'qituvchisi
10.	Taqrizchilar: H.I.Turdibekov – TDIU Samarqand filial, "Oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi" kafedrasi prof.v.b., i.f.n. R.A.Allayorov – Oriental universiteti, "Iqtisodiyot va turizm" kafedrasi dotsenti v.b., PhD

asoslari. Darslik. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi– T.: Iqtisodiyot, 2019.-305 b.	bozori bilan farqli jihatlar. B2G sektorining o'ziga xos jihatlar va amaliy ifodasi.
6. Kotler Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Профессиональное издание, 12-е изд. Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2009. – 1072 с. ISBN 978-5-8459-1466-8 (рус).	16-mavzu. Innovatsion marketing Innovatsion marketing mohiyati va mazmuni. Innovatsion marketing imkoniyatlari. Innovatsion marketingning marketingdagi o'ri va ahamiyati. Innovatsion marketing turlari va ularning korxonalar amaliyotida ishlatilishi.
7. Ibrodov K.M. Marketing. Darslik. Toshkent: - T.: "Fan va texnologiya" 2019, 356-bet.	17-mavzu. Ichki marketing Ichki marketing tushunchasi, mazmuni va mohiyati. Ichki marketing konsepsiyasi. Ichki marketing – kompaniyaning tashkiliy strukturasi shakllantirish instrumenti ekanligi. Kadrlar siyosati. Kadrlar ayriboshlash tizimi. Ichki marketing auditi. Personal ishini baholash.
8. Ergashxodjaeva Sh.J., Yusupov M., Hakimov Z. Abdurahmonova M. Tovarlar va xizmatlar marketingi. O'quv qo'llanma. Toshkent. T.: "Iqtisodiyot", 2019. – 404 bet.	III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:
Qo'shimcha adabiyotlar 1. Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В., Веремеенко О.С., Алёшина О. Г. Маркетинг: учеб. пособие / Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с. ISBN 978-5-7638-3849-7.	1. Marketingning amaliy jarayonlari, iqtisodiyot soha va tarmoqlarida marketingning qo'llanilishini o'rganish.
2. Филип Котлер, Сетиван Айвен, Картаджайа Херман. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. – 249 с.	2. Marketing funksiyalari va asosiy tamoyillarini o'rganish.
3. Soliyev A., Buzrukhonov S. Marketing. Bozorshunoslik. Darslik. -T.: Iqtisod-Moliya, 2010.-424 b.	3. Bozor segmentatsiyasini o'rganish.
4. Юсупов М.А., Абдурахмонова М.М. Маркетинг. Ўқув кўланма. - T.: Иқтисодиёт, 2012. - 190 б.	4. Marketing tizimida tovar siyosati va tovar assortimentini o'rganish.
5. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.	5. Tovar "hayotiy davri" va uning bosqichlarini o'rganish.
6. Быкова Н.В., Кисула В.В., Конев П.А., Никитина Т.Е., Новак Л.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Эл. изд. – Электрон. текстовые дан. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018, 294 с.	6. Marketing tizimida narx siyosatini o'rganish.
7. Ergashxodjaeva Sh.Dj. Strategik marketing. - T.: "Iqtisodiyot", 2019. - 232 bet.	7. Marketing tizimida sotish siyosatini o'rganish.
Axborot manbalari 1. http://www.mail.tdiu.uz – TDIU elektron kutubxonasi	8. Marketing tizimida siljitiish (kommunikasiya) siyosatini o'rganish.
2. http://lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi	9. Reklama faoliyatini amaliyotdagi ifodalarni aniqlash.
3. www.ziyounet.uz –ta'lim portal	10. Marketing strategiyalarini o'rganish.
4. http://www.elib.me – электронные учебники по маркетингу	11. Marketing faoliyatini rejalashtirishni tashkil etish va tahlil qilish.
5. http://www.alleng.ru – учебник, пособие, справочник по маркетинг	12. Sohalar va tarmoqlar marketingi. Xizmatlar marketingini o'rganish.
6. www.aup.ru – административно-управленческий портал	13. Interaktiv va raqamli marketingni o'rganish.
	14. Hududiy marketingni o'rganish.
	15. Sanoat marketingni o'rganish.
	16. Innovatsion marketingni o'rganish.
	17. Ichki marketingni o'rganish. 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>IV. Musta qil ta'lim va mustaqil ishlar</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing fanining paydo bo'lish tarixi. 2. Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati. 3. Xizmatlar marketingning soha va tarmoqlarda qo'llanilishi. 4. Marketing konsepsiyalarini amaliy ahamiyati. 5. Marketing funksiyalari va tamoyillari. 6. Savdo marketingi muhitini o'rganish. SWOT, PEST tahlillar. 7. Bank xizmatlarida marketing usullari. 8. Marketing tadqiqotlarini tashkil etish. 9. Bozor kon'yunkturasini o'rganish. 10. Bozor sig'imi, bozor ulushini o'rganish. 11. Tovarning iste'mol qiymati. 12. Tovar nomenklaturasi va tovar assortimenti. 13. Tovar "hayotiy davri" va uning bosqichlarini aniqlash. 14. Narx siyosatining shakllanishi. 15. Narxlashtirish jarayoni. 16. Narx strategiyalarini ishlab chiqish va ularni qo'llash. 17. Tovar harakati tizimini boshqarish. 18. Sotuv kanallari va ularning turlari. 19. Talabni shallantirish va sotishni rag'batlantirish. 20. Sotishni rag'batlantirishning asosiy yo'nalishlari. 21. PRning asosiy maqsad va yo'nalishlari. 22. Reklama vositalari, ular orqali reklamani tarqatish. 23. Reklama kompaniyasi va uni o'tkazish. 24. Marketing byudjetini ishlab chiqish. 25. Marketing rejasini ishlab chiqish. 26. Marketing nazorati va uning turlari. 27. Marketing samaradorligini aniqlash. <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>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> • marketing tushunchasi, marketing faoliyatini tashkil etish va marketing tamoyillaridan qanday foydalanish lozimligi haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; • marketing kompleksi elementlaridan foydalanish, marketing
--	---

<p>konsepsiyalari doirasida amaliy jarayonlarni baholash, zamonaviy marketing konsepsiyalarini bilish va ulardan foydalanish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>;</p> <ul style="list-style-type: none"> • marketing axborotlarini yig'ish, qayta ishlash, marketing muhitini baholay olish, marketing kompleksi elementlarini amaliy jihatdan korxonalarda qo'llash, bozorni segmentlash, marketing faoliyatini rejalashtirish <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>. 	<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); • 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.
<p>5.</p>	<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>
<p>6.</p>	<p>Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Yusupov M.A., G'oyipnazarov S.B., Sharipov I.B. Marketing asoslari. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: «QITISODIYOT», 2021. - 251 bet. 2. Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Marketing asoslari. /Darslik/. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti. - Samarqand. "STEP-SEL" MChJ. Nashriyot-matbaa bo'limi, 2022 y. 314 bet. ISBN: 978-9943-9078-3-6. 3. Babayev N., Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Amaliy marketing. O'quv qo'llanma. "STEP-SEL" MChJ nashriyot-matbaa ijodiy bo'limi. Samarqand. 2022. 172 bet. ISBN: 978-9943-8935-5-9 4. Sharipov I.B. Marketing. O'quv qo'llanma - T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 - 148 b. 5. Ergashxodjaeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing
<p>7.</p>	