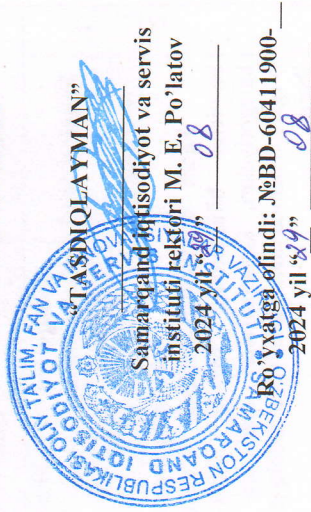


	M.Sh.Muxiddinov - SamISI, "Marketing" kafedrasi assistenti
10.	<p>Taqrizchilar: Egamov R.M. - Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti "Biznesni boshqarish" kafedrasi mudiri, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD.</p> <p>Pardayev Sh.X. - Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali, Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes kafedrasi dotsenti v.b., iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).</p>

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



MARKETING
O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	400 000	– Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohalari:	410 000	– Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalishi:	60411900	– Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar

Samarqand -2024

Fan/modul kodi MARKET6	O'quv yili 2024-2025	Semestr 4	Kreditlar 4
Fan/modul turi Tanlov	Ta'lim tili O'zbek		
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
1. Marketing	48	72	120
2.	<p>I. Fanning mazmuni</p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarga marketing tushunchasi bo'yicha bilimlarning nazariy asoslarini, marketingning asosiy kategoriyalari, konsepsiyalari, marketing funksiyalari va tamoyillarini o'rganish hamda ularni amaliyotda tadbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.</p> <p>Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, mikro va makro iqtisodiy darajada marketingni qo'llash hamda marketingda oid ilmiy dunyoqarashni shakllantirish, marketing kompleksli elementlari, tovar, narx, sotish va siljitish siyosatini shakllantirish, korxonalar faoliyatini iste'molchiga yo'naltirishning uslubiy asoslarini bilish, marketingni jamiyat, iqtisodiyot va korxona faoliyatidagi o'rni va ahamiyatini ochib berishdan iborat.</p>		
3.	<p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>III. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Marketing tushunchasi va marketing jarayoni.</p> <p>Marketing fanining predmeti, maqsad va vazifalari. Marketing tushunchasi, marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati. Marketingning asosiy maqsad va vazifalari. Marketing jarayoni. Bozor va bozor turlarini o'rganish. Marketingni asosiy kategoriyalari. Iste'molchilar va ularning ehtiyojini o'rganish.</p> <p>2-mavzu. Marketing konsepsiyalari va ularning evolyutsiyasi</p> <p>Marketing konsepsiyalarining paydo bo'lish ta'rixi. Marketing konsepsiyalarining rivojlanish evolyutsiyasi. Zamonaviy marketing konsepsiyalari, ularning rivojlanish shart-sharoitlari. Marketing kompleksli tushunchasi. Marketing – mikros va uning tarkibiy elementlari.</p> <p>3-mavzu. Marketing funksiyalari va asosiy tamoyillari</p> <p>Marketingning asosiy funksiyalari. Analitik, ishlab chiqarish, sotish, boshqarish va nazorat funksiyalari. Iste'molchiga yo'naltirilganlik tamoyilining mazmuni.</p> <p>4-mavzu. Marketing axboroti. Marketing mulhiti.</p> <p>Marketing faoliyatida axborotning o'rni va ahamiyati. Marketing axborotlarining o'ziga xos xususiyatlari. Marketing axborotlarining turlari va tasnifi. Birlamchi va ikkilamchi marketing axborotlari. Axborotlarni yig'ish</p>		

7. Котлер 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).	7. Котлер 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).
8. Ibođov K. M. Marketing. Darslik. Toshkent: - T.: "Fan va texnologiya" 2019, 356-bet	8. Ibođov K. M. Marketing. Darslik. Toshkent: - T.: "Fan va texnologiya" 2019, 356-bet
9. Ergashxadjayeva Sh.J., Yusupov M., Xakimov Z. Abdurahmonova M. Tovarlar va xizmatlar marketingi. O'quv qo'llanma. Toshkent. T.: "Iqtisodiyot", 2019. – 404 bet.	9. Ergashxadjayeva Sh.J., Yusupov M., Xakimov Z. Abdurahmonova M. Tovarlar va xizmatlar marketingi. O'quv qo'llanma. Toshkent. T.: "Iqtisodiyot", 2019. – 404 bet.
10. Musayeva Sh.A. Marketing tadqiqotlari. Darslik "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi. Samarqand-2023	10. Musayeva Sh.A. Marketing tadqiqotlari. Darslik "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi. Samarqand-2023
Qo'shimcha adabiyotlar	Qo'shimcha adabiyotlar
11. 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.	11. 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.
12. Филипп Котлер, Сетиван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. 249 с.	12. Филипп Котлер, Сетиван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. 249 с.
13. Soliyev A., Buzrukxonov S. Marketing. Bozorshunoslik. Darslik. -T.: Iqtisod-Moliya, 2010. 424 b.	13. Soliyev A., Buzrukxonov S. Marketing. Bozorshunoslik. Darslik. -T.: Iqtisod-Moliya, 2010. 424 b.
14. Юсупов М.А., Абдурахмонова М.М. Маркетинг. Ўқув қўлланма. - Т.: Иқтисодиёт, 2012. 190 б.	14. Юсупов М.А., Абдурахмонова М.М. Маркетинг. Ўқув қўлланма. - Т.: Иқтисодиёт, 2012. 190 б.
15. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.	15. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.
16. 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.	16. 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.
17. Ergashxodjaeva Sh.Dj. Strategik marketing. - T.: "Iqtisodiyot", 2019. - 232 bet.	17. Ergashxodjaeva Sh.Dj. Strategik marketing. - T.: "Iqtisodiyot", 2019. - 232 bet.
Axborot manbalari	Axborot manbalari
1. http://www.mail.tdiu.uz – TDIU elektron kutubxonasi	1. http://www.mail.tdiu.uz – TDIU elektron kutubxonasi
2. http://lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi	2. http://lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi
3. www.ziyounet.uz – ta'lim portali	3. www.ziyounet.uz – ta'lim portali
4. http://www.elib.me – электронные учебники по маркетингу	4. http://www.elib.me – электронные учебники по маркетингу
5. http://www.alleng.ru – учебник, пособие, справочник по маркетинг	5. http://www.alleng.ru – учебник, пособие, справочник по маркетинг
6. www.aup.ru – административно-управленческий портал	6. www.aup.ru – административно-управленческий портал
8. Fanning o'quv dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil ⁸⁹ 89 ⁰⁸ 08 ¹ 1 - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan (№ ⁷⁰⁻⁰⁷⁻⁵⁰ 70-07-50)	8. Fanning o'quv dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil ⁸⁹ 89 ⁰⁸ 08 ¹ 1 - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan (№ ⁷⁰⁻⁰⁷⁻⁵⁰ 70-07-50)
9. Fan/modul uchun ma'sul: Sh.J. Mamatkulova – SamISI, "Marketing" kafedrasi dotsenti, i.f.n.	9. Fan/modul uchun ma'sul: Sh.J. Mamatkulova – SamISI, "Marketing" kafedrasi dotsenti, i.f.n.

<p>konsepsiyalarini bilish va ulardan foydalanish, mehnat bozorida marketing tadqiqotlarini o'tkazish va kadrlarga bo'lgan talabni aniqlash ko'nikmalariga ega bo'lish;</p> <p>– marketing axborotlarini yig'ish, qayta ishlash, marketing muhitini baholay olish, marketing kompleksi elementlarini amaliy jihatdan korxonalarda qo'llash, bozorni segmentlash, marketing faoliyatini rejalashtirish malakasiga ega bo'lishi kerak.</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); • Loyiha ishi bajarish; • Guruhlarda ishlash; • Taqdimotlar qilish; • Individual loyihalar va loyihalar tahlili; • Turli darajadagi testlarni yechish; • Misol va masalalar; • Jamoa bilan ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
<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>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.: «IQTISODIYOT», 2021. - 251 bet. 2. Xolmatov 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. Xolmatov D.H. Marketing. /Darslik/. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti. – Samarqand. “FAN BULO'G'”. Nashriyot-matbaa bo'limi, 2023, 372 bet. ISBN: 978-9910-753-23-7 y. 4. Babayev N., Xolmatov 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 5. Sharipov I.B. Marketing. O'quv qo'llanma – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uy», 2021 – 148 b. 6. Ergashxodjaeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Darslik. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi– T.: Iqtisodiyot, 2019.-305 b. 	

usullari. Axborotlarni qayta ishlash. Marketing tadqiqotlari. Marketing tadqiqotlari tizimi. Marketing tadqiqotlari uslublari va turlari.

Marketing muhiti tushunchasi. Marketing muhitiga ta'sir qiluvchi omillar. Mikromuhit va unga ta'sir qiluvchi omillar: ta'minotchilar, kompaniyalar, vositachilar, raqobatchilar va iste'molchilar. Makromuhit va unga ta'sir qiluvchi omillar: siyosiy muhit, iqtisodiy muhit, demografik muhit, ijtimoiy-madaniy muhit, tabiiy muhit va ilmiy-texnologik muhit.

5-mavzu. Bozor va iste'molchilarni o'rganish

Iste'mol bozori va xaridorlar hatti-harakati. Xaridorlar xulq - atvori va unga ta'sir qiluvchi omillar. Iste'molchi xulq-atvori modeli. Xaridorlarning xarid tanlovi, xarid to'g'risida qaror qabul qilish jarayoni. Biznes bozorlari va xaridorlarning ishbilarmonlik harakati.

6-mavzu. Bozor segmentatsiyasi

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

7-mavzu. Marketing tizimida tovar siyosati.

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

8-mavzu. Tovar “hayotiy davri” va uning bosqichlari.

Tovar “hayotiy davri” tushunchasi. Tovarlar hayotiy davri bosqichlari. Tovarlarning tadqiqotlar va ishlanmalar bosqichi. Tovarni bozorda kiritish belgisi. O'sish va yetuklik bosqichlari. Bozordan chiqib ketish (sinish) bosqichi. Tovar “hayotiy davri” bosqichlariga bog'liq holda marketing kompleksi elementlarining qo'llanilishi.

9-mavzu. Marketing tizimida narx siyosati. Marketing tizimida sotish siyosati.

Marketing faoliyatida narx tushunchasi. Narxlar shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar. Talab va narxning o'zaro bog'ligi. Narx elastikligi. Narx belgilash usullari. Xarajatlarni hisob-kitob qilishga asoslangan, talab va raqobatga asoslangan 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 strategiyasi”, “Yorib o'tish strategiyasi”, “Yetakchi orqasidan yurish strategiyasi”.

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

<p>10-mavzu. Marketing tizimida siljiti (kommunikatsiya) siyosati Marketing faoliyatida siljiti tushunchasi. Marketing aloqalari. Korxona va iste'molchilar o'rtasidagi aloqa vositalari. Reklama, jamoatchilik bilan aloqalar, sotishni rag'batlantirish va shaxsiy sotuv.</p> <p>11-mavzu. Marketing strategiyalari. Xo'jalik va mahsulot portfeli tahlili. BKG matritsasi. Biznes portfel. "Tovar-bozor" matritsasi yoki Ansoff matritsasi. O'sish strategiyasini ishlab chiqish. SWOT tahlili. Marketing kompleksi doirasida marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Korporativ marketing strategiyalari. Funktsional marketing strategiyalari. Raqobatli strategiyalar. Raqobatli ustunlik.</p> <p>12-mavzu. Marketing faoliyatini rejalashtirish. Marketing reja va uning asosiy tarkibiy qismlari. Marketing rejasini ishlab chiqish tartibi. Marketing faoliyatini strategik rejalashtirish. Marketing budjeti. Marketing samaradorligi. Marketing samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni aniqlash jarayoni.</p> <p>III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing tushunchasi va marketingning zamonaviy ta'riflari o'rganish. 2. Marketing maqsad va vazifalari, konsepsiyalarini o'rganish. 3. Marketing funksiyalari va ularning amaliy qo'llanilishini o'rganish. 4. Marketing axborotlarini yig'ish, qayta ishlash va marketing qarorlarini qabul qilish jarayonini o'rganish. Marketing muhiti va unga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish. 5. Iste'molchilar hatti-harakatini o'rganish. 6. Bozor segmentatsiyasini o'rganish. 7. Marketing tizimida tovar siyosatini shakllanishini o'rganish. 8. Tovar "hayotiy davri" va uning bosqichlarini o'rganish. 9. Marketing tizimida narx siyosatini shakllanishini o'rganish. Marketing tizimida sotish siyosatini shakllanishini o'rganish. 10. Marketing tizimida siljiti siyosatini shakllanishini o'rganish. 11. Marketing strategiyalarini ishlab chiqish jarayonini o'rganish. 12. Marketing faoliyatini rejalashtirishni o'rganish. <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>IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular: 1. Marketing fanining paydo bo'lish tarixi.</p>
--

<ol style="list-style-type: none"> 2. Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati. 3. Marketingning zamonaviy ta'riflari. 4. Marketing konsepsiyalari amaliy ahamiyati. 5. Marketing funksiyalari va tamoyillari. 6. Marketing muhiti o'rganish. SWOT, REST tahlillar. 7. Birlamchi marketing axborotlarini yig'ishning so'rov, kuzatish, eksperimental usullari. 8. Marketing tadqiqotlarini tashkil etish. 9. Bozor kon'yunkturasini o'rganish. 10. Bozor sig'imi, bozor ulushini o'rganish. 11. Tovarining 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 shillatirish 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 budgetini ishlab chiqish. 25. Marketing rejasini ishlab chiqish. 26. Marketing nazorati va uning turlari. 27. Marketing dasfurini ishlab chiqish. 28. Marketing samaradorligini aniqlash. 29. O'sish strategiyalarini ishlab chiqish. Ansoff matritsasi. 30. Portfelli strategiyalar. BKG matritsasi. 31. Internet marketing. 32. E-mail marketing. 33. To'g'ridan to'g'ri marketing. 34. Raqamli marketing. <p>Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyihalar, esse, ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.</p>	<p>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar) 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 tasavvur va bilimiga ega bo'lish; – marketing kompleksi elementlaridan foydalanish, marketing konsepsiyalari doirasida amaliy jarayonlarni baholash, zamonaviy marketing
---	--