

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

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
rektori M.E. Polatov

2023 yil "29" 08

Ro'yxatga olindi: №BD-60412500-1.15
2023 yil "29" 08

BREND MENEJMENTI

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)

Fan/modul kodi BRAMAN106	O'quv yili 2023-2024	Semestr 3	Kreditlar 6
Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek/rus		Haftadagi dars soatlari 6
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
1. Brend menejment	90	90	180
2.	<p>1. Fanning mazmuni</p> <p>Brendni boshqarish fani brendingning mohiyati va ahamiyati, brend turlari, brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi, brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari, brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari, brendni targ'ib qilish (Promotion), tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari, brend arxitekturasini, brendga sodiqlik va uni boshqarish, birlashtirilgan brending, brend kapitali, brendni boshqarish va brending strategiyalari, tashkiliy madaniyat va brending, brendni o'zgartirish, hududiy brending hamda shaxsiy brending to'g'risida nazariy bilimlarini shakllantirishga xizmat qiladi. Fanning ishchi dasturida yo'nalishning davlat ta'lim standartlari, bo'yicha bilim, malaka va ko'nikmalarga qo'yilgan talablar va ta'lim yo'nalishi bo'yicha ta'lim dasturining zaruriy mazmuni va tarkibiy qismlarini to'liq qamrab olgan bo'lib, dasturning bir qismini talabalar mustaqil o'zlashtirish ko'zda tutilgan.</p> <p>Fanning maqsadi – brend siyosatini amalga oshirish, iste'molchilarning tovarlarga bo'lgan munosabatini o'rganish, brend tovarlar baholarini shakllanishi va iste'molchilarga servis xizmat ko'rsatish strategiyalarini, tovar va xizmatlar sotilishini kengaytirish imkoniyatlari va uni raqobatbardosh strategiya usul va yo'llarini o'rgatish hamda kompaniyalarning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish, milliy brendlarni xalqaro va global brendlarga aylantirish strategiyalari bo'yicha tavsiyalar berish bilan bog'liq 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishiga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdir.</p> <p>Fanning vazifasi - brendingning mohiyati va ahamiyati, brend turlari, brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi, brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari, brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari, brendni targ'ib qilish (Promotion), tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari, brend arxitekturasini, brendga sodiqlik va uni boshqarish, birlashtirilgan brending, brend kapitali, brendni boshqarish va brending strategiyalari, tashkiliy</p>		

	<p>madaniyat va branding, brendni o'zgartirish, hududiy branding hamda shaxsiy branding yaratish hamda ularni qo'llashni o'rgatishdan iboratdir.</p>
3.	<p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Brend menejmenti faniga kirish. Brend turlari. Brendlash tarixi. Brend tushunchasi, ta'rifi va uning ahamiyati. Brend, savdo belgisi va savdo markasi tushunchalarining bir-biridan farqlari. Tovar belgilarining tasnifi. Brendning hayotiy sikli. Brendga yo'naltirilgan marketing. Brend menejmering vazifalari. Brend turlari.</p> <p>2-mavzu. Brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi. Brend yaratish bosqichlari. Brendga qiymat taklif etish. Brendni his etishning ko'p o'lchovli modellari. Brendning tuzilishi va tarkibiy qismlari. Brend yaratish bosqichlari. Brend logotipini yaratish, brend nom tanlash va unga qo'yiladigan talablar, brend shior yaratish, brend harakterini ifodalash.</p> <p>3-mavzu. Brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari. Brendni farqlash (identifikatsiyalash). STP strategiyasi va brendni joylashtirish. Brend yaratish modellari. Og'zaki va vizual brendni identifikatsiyalash.</p> <p>4-mavzu. Brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari. Brendning kontseptual ko'rinishini shakllantirish. Brendni boshqarishda marketing tadqiqotlarining o'rni. Brend yaratishda marketing miks va munosabatlar marketingi. Brend atributlarini shakllantirish. Brend kitob. Brendlashning iqtisodiy modellari. Brend kompaniyalar bilan munosabatlarini o'rnatish. Korxonada brendni boshqarish tizimini shakllantirish.</p> <p>5-mavzu. Brendni targ'ib qilish (Promotion). Brendni targ'ib qilish vositalari. Brendni targ'ib qilishning an'anaviy vositalari. Brendni targ'ib qilishning noan'anaviy vositalari. Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyaning brendni targ'ib qilishdagi o'rni.</p>

<p>6-mavzu. Tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari. Tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari. O'zbekiston Respublikasida tovar belgilarini ro'yxatga olish. Tovar belgilari sifatida ruyxatga olinmaydigan nomlar. Tovar belgilarini himoya qilish mexanizmi. Tovar belgisidan qonunsiz foydalanganlik uchun huquqiy javobgarlik kelib chiqishi. Tovar belgisidan qonunga xilof ravishda foydalanganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlikning belgilanishi. Tovar belgisidan noqonuniy foydalanganlik uchun mamuriy va jinoiy javobgarlik. Tovar belgilariga oid nizolarni hal etish tartibi.</p> <p>7-mavzu. Brend arxitekturasini. Brend arxitekturasini tushunchasi. Brend arxitekturasining asosiy muammolari. Brend arxitekturasini yaratishning asosiy vazifalari. Brend arxitekturasining rivojlanish bosqichlari. Brend arxitekturasining asosiy modellari.</p> <p>8-mavzu. Brendga sodiqlik va uni boshqarish. Brendga sodiqlik tushunchasi va uning brend nufuzini oshirishdagi o'rni. Brendga sodiqlikni shakllantirish. Iste'molchi sodiqligining asosiy turlari va modellari. Sodiqlik dasturlari va ularning mazmun-mohiyati.</p> <p>9-mavzu. Birlashtirilgan brending. Birlashtirilgan brending tushunchasi va uning mohiyati. Birlashtirilgan brendingning afzalliklari va kamchiliklari. Birlashtirilgan brendingning tarkibiy qismlari. Birlashtirilgan brendingni joriy qilish yo'llari.</p> <p>10-mavzu. Brend kapitali. Brend kapitali tushunchasi. Brend kapitalining tarkibiy qismlari. Kuchli brendning daromad manbalari. Brend imidjining tarkibiy qismlari. Brend kapitalidan samarali foydalanish yo'llari. Brend kapitalini baholash mexanizmi. Vaqt o'tishi bilan brend kapitalining o'zgarishi.</p> <p>11-mavzu. Brendni boshqarish va brending strategiyalari. Brend oqimlarini boshqarishning zamonaviy usullari. Strategik brend menejment, inqirozga qarshi brend menejment va innovatsion brend menejment. Brending strategiyalari. Narxlarni belgilash strategiyalari. Brendni boshqarishdagi xatolar.</p> <p>12-mavzu. Tashkiliy madaniyat va brending. Brend va tashkilot madaniyati: o'zaro ta'sir xususiyatlari. Brendga yo'naltirilgan madaniyat kontseptsiasining mazmuni.</p>	
--	--

8.	Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2023 yil "24" <u>08</u> dagi <u>1</u> - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ <u>40-07-3</u>).
9.	Fan/ modul uchun mas'ullar: B.Sh.Musayev – SamISI, "Marketing" kafedrasida dotsenti.
10.	Taqrizchilar: D.Q.Usmanova – SamDU, "Raqamli iqtisodiyoti" kafedrasida dotsenti, i.f.n. D.I.Usmonova – SamISI, "Marketing" kafedrasida dotsenti, PhD.

<p>3. Прошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 - 655 с.</p> <p>4. Ergashxodjaeva Sh., Nematov I. Brendni boshqarish. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: «IQTISODIYOT», 2019. - 145 bet.</p> <p>5. Xolmamatov D.H., Musayev B.Sh. Brend menejmenti. Darslik. - Samarqand: "STAP-SEL" MChJ, 2022. 288 bet.</p> <p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <p>1. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.</p> <p>2. 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.</p> <p>3. Ergashxodjaeva Sh.Dj. Strategik marketing. - T.: "Iqtisodiyot", 2019. - 232 bet.</p> <p>4. 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).</p> <p>5. Musayev B.Sh., Allayorov H.I. Brendni boshqarish fanidan kurs ishi yozish va himoya qilish bo'yicha. Uslubiy ko'rsatma. - Samarqand. SamISI matbaa bo'limi. 2021. - 24 bet.</p> <p>6. Sharipov I.B. Marketing. O'quv qo'llanma - T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 - 148 b.</p> <p>Axborot manbalari</p> <p>1. www.gov.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat xokimiyati portali.</p> <p>2. www.uz.uz - O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti.</p> <p>3. www.cer.uz - Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti.</p> <p>4. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.</p> <p>5. www.mail.tdiu.uz - TDIU elektron kutubxonasi.</p> <p>6. www.el.ffi.uz - TMI elektron kutubxonasi.</p> <p>7. www.ziynet.uz - Ta'lim portali.</p> <p>8. www.elib.me - Marketing bo'yicha elektron darsliklar.</p> <p>9. www.alleng.ru - Marketing bo'yicha darslik, qo'llanma, axborotnoa.</p> <p>10. www.marketing.spb.ru - Marketing tadqiqotlari va dasturiy ta'minot bo'yicha materiallar.</p> <p>11. www.aup.ru - Ma'muriy va boshqaruv portali.</p>	<p>13-mavzu. Brendni o'zgartirish. Rebrending. Brendni yangilash (modernizatsiya qilish, uslubni o'zgartirish, nomini o'zgartirish). Brendni tugatish.</p> <p>14-mavzu. Hududiy branding. Hududiy branding tushunchasi. Hudud brendini shakllantirish yo'llari. Hudud brendini yaratishdagi yondashuvlar.</p> <p>15-mavzu. Shaxsiy branding. Brend sifatida shaxsiyat. Shaxs-brend imidjining tarkibiy qismlari. Shaxsiy branding: strategiya va kommunikatsiya. Shaxsiy branding ijtimoiy tarmoqlarda.</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. Brend menejmenti faniga kirish. Brend turlari. 2. Brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi. 3. Brendni farqlash (identifikatsiyalash) va Brend yaratish modellari. 4. Brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari. 5. Brendni targ'ib qilish (Promotion). 6. Tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari. 7. Brend arxitekturasini. 8. Brendga sodiqlik va uni boshqarish. 9. Birlashtirilgan branding. 10. Brend kapitali. 11. Brendni boshqarish va branding strategiyalari. 12. Tashkiliy madaniyat va branding. 13. Brendni o'zgartirish. 14. Hududiy branding. 15. Shaxsiy branding. <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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brend jozibadorligi va uni baholash. 2. Brend kapitalini shakllantirish.
--	--

3. Brend kommunikatsiyasi.	
4. Brend portfelini boshqarish.	
5. Brend samaradorligini oshirish yo'llari.	
6. Brend yaratish jarayoni.	
7. Brending va brend kuchi.	
8. Brending va brendni joylashtirish konsepsiyalari.	
9. Brendlarni siljيتishda innovatsion marketingdan foydalanish.	
10. Brendni boshqarishda marketing tadqiqotlari.	
11. Brendni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari.	
12. Brendni pozitsiyalashtirish.	
13. Brendni yaratish strategiyalari.	
14. Brendning bozor qiymatini aniqlash usullari.	
15. Korxonada brend siyosatini yuritish.	
16. Korxonalar brendini shakllantirish yo'llari.	
17. Korxonalarda brend-menejment ishini tashkil etish va yuritish jarayoni.	
18. Korxonaning brend orqali raqobatbardoshligini oshirish yo'llari.	
19. Korxonaning brend strategiyasini ishlab chiqish.	
20. Muvaffaqiyatli brendlar tarixi.	
21. Rivojlanayotgan mamlakatlarda brend texnologiyalaridan foydalanish.	
22. Rivojlangan mamlakatlarda brendni o'ziga xos xususiyatlari.	
23. Ta'lim xizmatlari bozorida brend tadqiqotlarini tashkil etish.	
24. Tovar belgisini ommalashtirishda raqamli marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish yo'llari.	
25. Turizm bozorida brend konsepsiyasini amalga oshirish yo'llari.	
26. O'zbekistonda milliy brendlarning shakllanishi.	
27. Xalqaro brending strategiyalari.	
28. Xizmat ko'rsatish korxonalarida brendni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari.	
Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyiha ishi, esse, tezis yoki ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.	
V. Fan bo'yicha kurs ishi (loyihasi) "Brend menejmenti" fanidan kurs ishi o'quv rejada rejalashtirilmagan.	

VI. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar) Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:	
<ul style="list-style-type: none"> Brend menejmenti faniga kirish, brend turlari, brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi, brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari, brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari, brendni targ'ib qilish (Promotion) hamda tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslaridan qanday foydalanish lozimligi haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; Brend arxitekturasini, brendga sodiqlik va uni boshqarish, birlashtirilgan brending, brend kapitali, hamda brendni boshqarish va brending strategiyalarini bilish va ulardan foydalanish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; Tashkiliy madaniyat va brending, brendni o'zgartirish, hududiy brending hamda shaxsiy brending to'g'risida <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>. 	
VII. Ta'lim texnologiyalari va metodlari <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. 	
VIII. Kreditlarni olish uchun talablar: 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.	
6.	
Asosiy adabiyotlar 1. Белоусова Л.А., Савина Т.А. Бренд-менеджмент. Екатеринбург, 2005. – 82 с. 2. Герасименко В.В., Очковская М.С. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2016. – 100 с.	