O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Ro‘yxatga olindi:
№ FD-19-03
2024 yil “29” 08

“TASDIQLAYMAN”

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori
M.E. Po‘latov
2024 yil “29” 08

INNOVATSION MARKETING
O‘QUV DASTURI

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

SAMARQAND – 2024

Fan/modul kodi		O'quv yili	Semestr	Kreditlar
INNMAR106		2024 - 2025	5-6	6
Fan/modul turi		**Ta'lim tili**		**Haftadagi dars soatlari**
Majburiy		O'zbek/rus		6
1	**Fanning nomi**	**Auditoriya mashg'ulotlari (soat)**	**Mustaqil ta'lim (soat)**	**Jami yuklama (soat)**
	Innovatsion marketing	90	90	180

2

I. Fanning mazmuni

Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarda innovatsion marketing konsepsiyasini ishlab chiqishning nazariy va amaliy tomonlarini o'rgatish, qolaversa, bozor sub'ektlari faoliyatida inovatsion marketing faoliyatini tashkil etish va uni boshqarish bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdir.

Fanning vazifasi – talabalarga bozor sharoitida korxonalar faoliyatida inovatsion marketingning mohiyati, uni rivojlanishining asosiy bosqichlari, inovatsion marketingni tashkil etishning asosiy muammolari va uning o'ziga xos xususiyatlari, bozor kon'yunkturasini o'rganish va bashorat qilish bilan bog'liq keng qamrovli masalalarni o'rgatishdan iborat.

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)

II.I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:

1-mavzu. Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish sharoitida marketingni shakllantirishning nazariy asoslari

Bir qator muhim tushunchalar va tamoyillarga asoslanadi. Bu asoslar innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni muvaffaqiyatli bozorga chiqarish, raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlar ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo'lgan marketing strategiyalarini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi.

2-mavzu. Innovatsion marketing – xo'jalik yurituvchi sub'ektlar samaradorligini oshiruvchi vosita sifatida

Bu xo'jalik yurituvchi sub'ektlar (korxonalar, firmalar, tashkilotlar) samaradorligini oshirishda muhim rol o'ynaydigan marketingning yangi va ilg'or yondashuvlaridir. Innovatsion marketingning asosiy vazifasi – yangi mahsulot va xizmatlarni bozorga muvaffaqiyatli joriy etish, iste'molchilar ehtiyojlariga tez va samarali javob berish va raqobatbardoshlikni oshirishdir.

3-mavzu. Innovatsion marketing tadqiqotlarini amalga oshirish

Innovatsion marketing tadqiqotlarining asosiy yo'nalishlari, bosqichlari va xususiyatlari. Innovatsion marketing tadqiqotlarida marketing axboroti. Innovatsion tadqiqotlarda marketing ma'lumotlaridan foydalanish. Marketing axborot tizimi konsepsiyasi va uning ustun tomonlari. Marketing axborot manbalari, marketingni boshqarish uchun axborotlarni saralash, qayta ishlash

va tayyorlash. Modellar banki. Innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish. Jahon bozoriga chiqishda axborotlarning o'rni. Ichki va tashqi axborotlarni yig'ish tizimi. Innovatsion marketing tadqiqot usullari. Iste'molchilarni o'rganishning innovatsion usullari

4-mavzu. Yangi tovarni yaratish, baholash va joylashtirish jarayoni

Yangi tovar yaratish, baholash va joylashtirish jarayoni bir qator muhim bosqichlarni o'z ichiga oladi. Ushbu jarayon samarali amalga oshirilsa, kompaniyalar yangi mahsulotlarini muvaffaqiyatli bozorga chiqarish va iste'molchilar orasida mashhur qilish imkoniyatiga ega bo'ladi.

5-mavzu. Innovatsion mahsulotlarga narxni shakllanishi

Innovatsion mahsulotlar uchun narxni shakllantirish jarayoni an'anaviy mahsulotlar uchun narx belgilashdan sezilarli farq qiladi. Bu jarayon ko'proq murakkab va o'ziga xos strategiyalarni talab qiladi, chunki innovatsion mahsulotlar yangi bozorga kirib boradi va raqobatning kamligi yoki yo'qligi bilan ajralib turadi.

6-mavzu. Innovatsion marketing tizimida brending nazariyasi konsepsiyasi

Brending nazariyasi konsepsiyasi, ayniqsa innovatsion marketing tizimida, brendni yaratish, rivojlantirish va boshqarish jarayonlarini o'z ichiga oladi. Innovatsion mahsulot va xizmatlarni bozorga muvaffaqiyatli joylashtirish uchun brending juda muhim rol o'ynaydi.

7-mavzu. Internet marketingning konseptual strategik rivojlanish jixatlari – innovatsion marketingning tarkibiy qismi sifatida

Internet marketing, yoki raqamli marketing, innovatsion marketingning asosiy tarkibiy qismlaridan biridir. U bizneslarning onlayn muhitda mavjudligini oshirish, maqsadli auditoriyalar bilan aloqalarni mustahkamlash va raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun ko'plab vositalar va strategiyalarni o'z ichiga oladi.

8-mavzu. Innovatsion marketing texnologiyalari

Innovatsion marketing texnologiyalari korxonalarga raqobatbardosh bo'lish, mijozlar bilan samarali aloqalar o'rnatish va marketing kampaniyalarini optimallashtirish imkonini beradi. Innovatsion marketing texnologiyalari korxonalarga marketing jarayonlarini avtomatlashtirish, maqsadli auditoriyaga samarali yetib borish va mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatish imkonini beradi.

9-mavzu: Innovatsiyalar bozoriga kirishda marketing modelining amaliy jihatlari

Innovatsiyalar bozoriga kirishda marketing modeli korxonalarga yangi mahsulot yoki xizmatlarni muvaffaqiyatli joriy etishda yordam beradigan

strategiyalar va amaliy yondashuvlarni o'z ichiga oladi. Innovatsiyalar bozoriga kirishda marketing modeli korxonaga yangi mahsulot yoki xizmatni muvaffaqiyatli kiritish va bozorga moslashish uchun kompleks strategiyalarni taklif etadi. Ushbu strategiyalar korxonalarga raqobatbardoshligini oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatish imkonini beradi.

10-mavzu: Innovatsion mahsulotlarni iste'molchilarga etkazish bo'yicha qaror qabul qilish

Innovatsion mahsulotlarni iste'molchilarga etkazish bo'yicha qaror qabul qilishda ko'p qat'iy muhim amaliyotlar mavjud. Innovatsion mahsulotlarni iste'molchilarga etkazish bo'yicha qaror qabul qilish jarayoni mahsulotni yaratishdan boshlab iste'molchilarga yetkazishga qadar davom etadi.

11 – mavzu: Innovatsion bozor

"Innovatsion bozor" atamasi innovatsiyalarga asoslangan yangiliklar, mahsulotlar va xizmatlar bozori deb tushuniladi. Bu bozorda, yangi yoki o'zgaruvchan mahsulotlar, texnologiyalar yoki usullar ommaviy ehtiyojlar va talablar bo'yicha mavjud modellardan farq qiladi. Innovatsion bozorlar, qo'shimcha qulayliklar, zamonaviylik va boshqa afzalliklar bilan ajralib turadi. Innovatsion bozorlar, mahsulot yoki xizmatlarini sotish uchun yangi yo'nalishlar, strategiyalar va kommunikatsiya vositalari talab qiladi. Bu bozorda muvaffaqiyatli bo'lish uchun korxonalar innovatsiyalarni ommaviy ehtiyojlar va talablarga mos ravishda ishlab chiqish, sotish va kommunikatsiya qilishlari kerak.

12- mavzu: Innovatsion bozorda marketing strategiyalari

Innovatsion bozorda muvaffaqiyatli bo'lish uchun har bir mahsulot uchun mos marketing strategiyalarni tanlash juda muhimdir. Innovatsion bozorda marketing strategiyalari, kompaniyalar uchun muhim bo'lgan bir qancha strategiyalardan iboratdir. Bu strategiyalar, yangi va innovatsion mahsulotlarni sotish, bozorga kiritish, va mijozlar bilan o'rtacha aloqalarni o'rnatish uchun xususiy usullar va taktikalardan iboratdir. Innovatsion bozorda marketing strategiyalari, kompaniyalarga yangi yondashuvlar yaratish, yangi bozor segmentlariga kirish qilish va mijozlar bilan ko'proq o'rtacha aloqalarni o'rnatish imkoniyatini beradi.

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

Amaliy mashg'ulotlap uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish sharoitida marketingni shakllantirishning nazariy asoslari.
2. Innovatsion marketing - xo'jalik yurituvchi sub'ektlar samaradorligini oshiruvchi vosita sifatida.
3. Yangi tovarni yaratish, baholash va joylashtirish jarayoni.
4. Innovatsion mahsulotlarga narxni shakllanishi.
5. Innovatsion marketing tizimida brending nazariyasi konsepsiyasi.
6. Internet marketingning konseptual strategik rivojlanish jixatlari –

innovatsion marketingning tarkibiy qismi sifatida.

7. Innovatsion marketing texnologiyalari.
8. Innovatsiyalar bozoriga kirishda marketing modelining amaliy jihatlari.
9. Innovatsion mahsulotlarni iste'molchilarga etkazish bo'yicha qaror qabul qilish.
10. Innovatsion bozor.
11. Innovatsion bozorda marketing strategiyalari.

IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. O'zbekiston Respublikasining «Innovatsion faoliyat to'g'risida»gi Qonunining mazmun mohiyati.
2. Innovatsion marketing zamonaviy marketingni rivojlantirish yo'nalishi sifatida.
3. Marketingda innovatsiya tushunchasi.
4. Innovatsion marketing tadqiqotlarini amalga oshirish.
5. Internet marketing – marketingning innovatsion shakli sifatida.
6. Ijtimoiy tarmoqlarda innovatsion marketing texnologiyalari
7. Innovatsion marketing – xo'jalik yurituvchi sub'ektlar samaradorligini oshiruvchi vosita sifatida.
8. Innovatsion mahsulot. Innovatsiyalar tasnifi.
9. Innovatsion mahsulotlarga narxni shakllanishi.
10. Innovatsion loyihalarni marketing boshqaruvi.
11. Internet marketingning konseptual strategik rivojlanish jihatlari – innovatsion marketingning tarkibiy qismi sifatida.
12. Innovatsion marketing texnologiyalari.
13. Innovatsion brending va uning xususiyatlari.
14. Innovaion mahsulotlarni iste'molchilarga yetkazish bo'yicha qaror qabul qilish.
15. Texnologiyalar transferining asosiy yondashuvlari.
16. Innovatsion korxonada marketing axborot tizimi.
17. Virusli va partizancha marketing – innovatsion marketingning turi sifatida
18. Yuqori texnologiyali marketing
19. Logistik autsorsingni rivojlantirishning innovatsion yo'nalishlari
20. Yangi tovar yaratishni samarali tashkil etish.
21. Brendni yaratish va harakatlantirish jarayoni.
22. Innovatsion texnologiyalar bozori va uni tadqiq qilish.
23. Innovatsiyalarga talab va potensial sanoat iste'moli tahlili.

4 **V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)**

Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:

Fanni o'zlashtirish natijasida talabalar quyidagi kompetensiyalarga ega bo'lishadi:

Bozor tahlili: Bozor ehtiyojlarini tushunish va mahsulotlar va xizmatlarni bozor talablariga mos ravishda ishlab chiqish.

Mahsulot strategiyasi: Mahsulotlarni sotish va bozorga kiritish uchun

	strategiyalar tuzish, narx belgilash va kommunikatsiya yollari. Digital marketing: Internet marketingining asosiy tamoyillari va vositalari, shu jumladan, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama va maqola yozish ***haqida tasavvurga ega bo'lishi;*** Brandning: Brendingning asosiy tamoyillari va brandning qanday yaratilishi va ta'limi. Mijoz munosabatlari: Mijozlarga qanday qo'llab-quvvat berish, ular bilan bog'lanish va ularning talablari va kutishlari haqida tushuncha olish. Mahsulotni sotish va bozorga kiritish: Mahsulotni sotish va bozorga kiritishning qanday bo'lishi, bu jarayonda qanday marketing vositalaridan foydalanish kerakligi. Innovatsion strategiyalar: Innovatsion marketingning eng yaxshi amaliyotlari va strategiyalari, yangiliklarni sotish va bozorga kiritish uchun qo'llaniladigan usullar ***bilishi va ulardan foydalana olishi;*** Analitika va monitoring: Mahsulot muvaffaqiyatini o'lchash uchun zarur analitika va monitoringni o'rganish va ulardan foydalanish. Rivojlanish: Bozor va innovatsiyalarga oid so'nggi yangiliklar va rivojlanishlarni kuzatish va ularni kompaniya marketing strategiyasiga qo'llab-quvvatlash. Ishbilarmonlik va yaratishchi g'oyalar: Innovatsion g'oyalar va yaratishchi marketing chiptalari va taktikalar yaratish ***ko'nikmalariga ega bo'lisi kerak.***
5.	**VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:** • ma'ruzalar; • amaliy ishlarni bajarish va xulosalash; • interfaol keys-stadilar; • blits-so'rov; • guruhlarda ishlash; • taqdimotlar namoyishi; • jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
6.	**VII. 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 xaqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ish yoki testni topshirish.
7.	**Asosiy adabiyotlar:** 1. Ergashxodjayeva Sh.Dj. Innovatsion marketing. Darslik.-T.: Iqtisodiyot, 2019.-191 b. 2. Ergashxodjayeva Sh.Dj. Innovatsion marketing. Darslik. -T.: Cho'lpon, 2014.-179 b. 3. Innovatsionniy marketing: uchebnik dlya vuzov / S.V. Karpova [i dr.] ; pod общеу redaksiey S.V. Karpovoy. - 2-e izd., pererab. i dop. - Moskva: Izdatelstvo Yurayt, 2020 - 474 s. 4. Kuxarskaya N.A., Novoshinskaya L.V.Marketing innovatsiy: Uchebnoe posobie. – Odessa: «Atlant VOI SOIU», 2016. 215 s.

	5. Musayeva Sh.A. Usmonova D.I. O'quv qo'llanma. Samarqand - TURON NASHR - 2021, 212 bet **Qo'shimcha adabiyotlar:** 1. Mirziyoev SH.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. – T.: O'zbekiston, 2016.-56 b. 2. Mirziyoev SH.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. – T.: O'zbekiston, 2017.-104 b. 3. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. England, 2016, Paperback: 720 pages, Pearson. 4. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Manageement. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United States of America 2012 y. 5. Barancheev V.P. Marketing innovatsiy.– M.: Blagovest, 2007. – 254 s. 6. Rычkova N.V. Osobennosti marketingovых innovatsiy: Uchebnoe posobie. – M.: KNORUS, 2007. – 240 s. 7. Belyaev V.I. Marketing: osnovы teorii i praktiki. Uchebnik. – M.: KNORUS, 2010. – 680 s. 8. Kotler F. Marketing ot A do YA: 80 konsensiy, kotorыe doljen znat kajdыy menedjer.-M.: ALPINA PABLISHER, 2013.-211 s. 9. Kotler F., Armstrong G., Vong V., Sonders Dj. Osnovы marketinga.- M.: OOO "I.D.Vilyams", 2012.-752 s. **Axborot manbalari:** 1. www.esonomics.ru 2. www.ifmr.uz 3. www.lex.uz 4. www.gov.uz 5. www.ziyonet.uz
7.	Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024-yil 28 avgustdagi __-sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ FD-19-03
8.	**Fan/modul uchun ma'sul:** N.A.Anvarov – SamISI "Investitsiya va innovasiyalar" kafedrasi assis.
9.	**Taqrizchilar:** Buriev H.T. – SamDAQU, "Qurilish iqtisodi va menejment" kafedrasi mudiri, prof.v.b., i.f.n. Mamatqulova SH.J. Marketing kafedrasi dotsenti i.f.n.