

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV 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 olindi: №MD-60412500-2.08
2024 yil « 29 » 08

CHAKANA SAVDO MARKETINGI VA TA'MINOT ZANJIRLARINI
BOSHQARISH

O'QUV DASTURI

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

Samarqand – 2024

Fan/modul kodi RETMAR06		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)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Chakana savdo marketingi va ta'minot zanjirlarini boshqarish	90	90	180
I. Fanning mazmuni Fanni o'qitishdan maqsad - talabalarning yakuniy iste'molchilar bilan ishlash va foydani oshirish, chakana savdo vositalari va usullarini qo'llash, chakana savdoning tovar ta'minoti, savdo logistikasi, savdo korxonalarining ta'minot zanjirlari, ta'minot zanjirlarining funksiyalari, savdo mexanizmlarini samarali qo'llash va uzluksiz takomillashtirish bilan bog'liq taffakkurini shakllantirish va rivojlantirish, fanga oid fikr-mulohaza, xulosalarini asosli tarzda aniq bayon etishga o'rgatish hamda egallangan bilimlar bo'yicha zaruriy ko'nikma va malakalarni shakllantirishdan iborat. Fanning vazifasi talabalarga chakana savdo marketing va ta'minot zanjirlarini boshqarish fani bo'yicha o'qitiladigan asosiy mavzular va ularning mohiyatini o'zlashtirish, fanning boshqa marketing fanlari bilan bog'liqligini aniqlash, chakana savdo texnologiyasiga oid nazariy bilimlar va amaliy ko'nikmalarni, mavzularga oid shaxsiy munosabatini shakllantirishga ko'maklashish hisoblanadi.				
2.				
II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari) II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: 1-mavzu. Chakana savdo marketingining asosiy yo'nalishlari va vazifalari. Chakana savdo marketingining asosiy yo'nalishlari. O'zbekiston va xorijda iqtisodiy vaziyatning rivojlanishiga ta'siri. Savdo aloqalarining rivojlanishi. Tovar tarqatish kanallari. Tovar tarqatish kanalalari ishtirokchilari. Tovar tarqatish kanallari rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillar. 2-mavzu. Chakana savdo marketingi ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlarni tashkil etish. Chakana savdo marketing konsepsiyasi va mohiyati. Chakana savdo marketingining rivojlanish evolyusiyasi va rivojlanish bosqichlari. Chakana savdo marketingi ishtirokchilari. Chakana savdo marketingini mamlakat				
3.				

	<p>О.В.Брижашева. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 170 с.</p> <p>2. Jesko Perrey and Dennis Spillecke. Retail Marketing and Branding: A definitive guide to maximizing ROI. Second Edition. 2013 John Wiley & Sons, Ltd. 374 p.</p> <p>3. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 503 с.</p> <p>Axborot manbalari</p> <p>1. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi hukumat portali.</p> <p>2. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.</p> <p>3. www.thebalancesmb.com</p> <p>4. www.dnnews.com</p>
8.	<p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O‘quv-uslubiy kengashining 2024 yil 30.08.2024 dagi 1 - sonli yig‘ilishi bayoni bilan tasdiqlangan. (№ 79-07-36).</p>
9.	<p>Fan/modul uchun ma’sul: Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich – SamISI, “Marketing” kafedrası dotsenti, i.f.f.d.</p>
10.	<p>Taqrizchilar: O.M.Pardayeva – TDIU Samarqand filiali, “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrası mudiri, PhD, dotsent. I.X.Nasimov – SamDU, “Tarmoqlar iqtisodiyoti” kafedrası dotsenti, PhD</p>

iqtisodiyotning rivojlanishidagi o‘rni. Chakana savdo marketing jarayoni ishtirokchilari o‘rtasidagi munosabatlarni o‘rnatilishi.

3-mavzu. Chakana savdo marketingining asosiy instrumentlari.

Savdo vositachilari uchun sotishni rag‘batlantirish turlari. Chakana savdo marketingining motivatsiyali dasturlari. Savdo joyida tovarlarni siljitish modellari. Merchendayzing instrumentlari va ularning turlari.

4-mavzu. Chakana savdoning iqtisodiyotdagi o‘rni.

Chakana savdo tushunchasi. Globallashuv sharoitida chakana savdoning ta’rifi, ko‘lami va ahamiyati, uyushgan va uyushmagan chakana savdo, chakana savdoning yangi tendensiyalari. Mega savdo markazlari, zamonaviy chakana savdo do‘koni.

Chakana savdo tashkilotlarining asosiy turlari. korporativ tarmoqlar, ixtiyoriy tarmoqlar, chakana kooperativlar, franchayzing tashkilotlari va chakana savdo konglomeratlari. chakana savdo do‘konlarining turlari, do‘konlar, restoranlar va xizmatlar sohasi tashkilotlarning chakana tasnifi.

5-mavzu. Chakana savdoda tovar siyosati.

Tovar tarqatish usullari va turlari. Tovarlarni sotishni jadallashtirish yo‘llari. Aholiga tovar sotish va savdo xizmati ko‘rsatishning tashkil etilishi, mazmuni. Savdo madaniyati tushunchasi, mohiyati. Chakana savdo tarmoqlarida tovar sotish uchun tayyorgarlik ishlarini olib borish, tovar va do‘konni tayyorlash. O‘rash, tozalash, narxlash, qadoqlash, dazmollash, terish, taxlash va hokazo. Tovar sotish usullari vujudga kelishi, rivojlanishi, mohiyati, afzalliklari. O‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatishning hozirgi holati, rivojlanish imkoniyatlari. Tovarlarni buyurtma asosida va pochte orqali sotish tartibi. Yarmarka bozor va tovar sotishning xususiyatlari afzalliklari. Tovar sotishning ayrim qoidalari.

6-mavzu. Chakana savdoda assortiment, narx va sifat siyosati.

Tovar assortimentining mohiyati va turlari. Tovar sifati va uni oshirish yo‘llari. Mahsulotning bozordagi sifati, raqobatbardoshlik ko‘rsatkichi. Savdo korxonalarida tovar assortimentini tarkib topishi, asosiy prinsiplari. Chakana va ulgurji savdo korxonalarida tovar assortimentini tarkib topishdagi xususiyati va tovar assortimenti. Tovar assortimentini kengaytirish va sifati oshirish. Korxona obro‘si.

Narx tushunchasi va uning mohiyati, narx siyosati, vazifasi. Talab va taklif muvozanatida narxning roli. Narx siyosati yo‘nalishlari. daromadni ta’minlash uchun narx belgilash. Raqobat sharoitida narx siyosati. Tovar narxiga ustama o‘rnatish tartibi va chegarasi. Tovarlarni sotish va xarid qilishda daromad va foydani rejalashtirish. Tovar sifati va uni oshirish yo‘llari. Korxona markasi va obro‘si.

7-mavzu. Chakana savdoda tijorat-vositachilik faoliyati.

Tijorat-vositachi korxonalarining iqtisodiyotdagi o‘rni, vositachi korxonalarning turlari va tijorat faoliyati. Dilerlik, distribyutorlik, brokerlik faoliyati. Savdo agentlari va ularning tijorat faoliyati. Savdo uylari. Savdo markazlari. Kim oshdi savdolari va auksionlar.

<p>8-mavzu. Chakana savdoda merchendayzing.</p> <p>Chakana savdoda merchendayzing. Mahsulotning diqqat markazida bo'lishi, ranglarni tanlash, do'kon peshtaxtasi va savdo zallari. Vitrina turlari. Korporativ burchak.</p> <p>Do'konning tashqi ko'rinishi, fasadi, qiyofasi va arxitekturasini. Chakana savdo vositalari - shtrix-koder, savdo terminallari, kassa apparati, QR-detektorlar, POS-terminallar, Planogramma.</p>	<p>9-mavzu. Chakana savdoda lizing munosabatlari.</p> <p>Lizing tushunchasi. Lizing xizmatining mohiyati. Lizing paydo bo'lishi shart-sharoitlari. Tijorat faoliyatida lizing munosabatlarining subyektlari va obyektlari. Lizing turlari va shakllari. Lizing bitimi. Lizingning asosiy funksiyalari. Asosiy lizing turlarining tasniflashi. Moliyaviy lizing. Bevosita va bilvosita lizing.</p> <p>Franchayzing. Franchayzing faoliyatining mazmuni, tarkibiy qismlari. Chakana savdoda franchayzingni tashkil etish mezonlari. Franchayzing munosabatlari.</p>	<p>10-mavzu. Chakana savdoda xo'jalik aloqalari.</p> <p>Chakana savdoda xo'jalik aloqalarining mohiyati. Xo'jalik aloqalarining turlari. Savdoda xo'jalik aloqalari tushunchasi, mohiyati. Xo'jalik aloqalarini tartibga solib turuvchi huquqiy xujjatlar, korxona ustavi, uning mazmuni va ahamiyati. Davlat buyurtmasi tushunchasi mohiyati, qo'llanilish sohalari. Monopolyaga qarshi kurash va raqobatni qo'llab-quvvatlash.</p> <p>Oddiy va murakkab tartibli xo'jalik aloqalari, mazmuni. To'g'ridan-to'g'ri xo'jalik aloqalari, ahamiyati. Barterli aloqalar, mohiyati.</p> <p>Mustaqil davlatlar hamdo'stligi tizimida xo'jalik aloqalari. Chet el korxonalari bilan xo'jalik aloqalari, xususiyatlari. Xalqaro normalar. Lisenziya, kvota, ularning o'rnatish tartibi, ahamiyati.</p> <p>Shartnomaning mazmuni, asosiy qismi va xususiyati. Shartnoma tuzish jarayoni. Tomonlar talabi, kelishi, keltirish tartibi. Kontrakt tuzish. Shartnoma va kontraktni rasmiylashtirish. Yarmarkalarda tovar sotib olish tartibi, rasmiylashtirish</p>	<p>11-mavzu. Chakana savdo samaradorligi va uni oshirish yo'llari.</p> <p>Chakana savdo faoliyati samaradorligi ko'rsatkichlari. Chakana savdoda foyda, daromad va xarajat miqdori va darajasini aniqlash. Tovar aylanishi, asosiy fondlardan foydalanish. Chakana savdoda reklama, yarmarka faoliyati, xodimlar malakasini oshirish, sotish, xarid samaradorligini hisoblash.</p> <p>Xaridorlar talabini qondirish, savdo madaniyati darajasini aniqlash usullari. Chakana savdoni takomillashtirishga ta'sir qiluvchi omillar.</p> <p>Bozorning to'yinishi, erkin raqobat, tovar sifatini oshirish va tashqi bozorga chiqarish. Huquqiy me'yorlarni takomillashtirish. Chakana savdo korxonalari va tashkilotlariga intiyoz yaratish.</p> <p>12-mavzu. Chakana savdo strategiyalari.</p> <p>Ta'minot zanjirini boshqarish (SCM). Moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarni boshqarish. Muvaffaqiyatning muhim omillari (KPI). Chakana</p>
---	--	--	--

<p>zanjirlarini boshqarish, chakana savdo samaradorligi va uni oshirish yo'llari va chakana savdo strategiyalarini qo'llash ko'nikmalariga ega kerak(ko'nikma);</p> <ul style="list-style-type: none"> chakana savdoda tovar assortimenti, narx va sifat siyosatini olib borish, tijorat-vositachilik faoliyatini yo'lga qo'yish, xaridni rag'batlantirish, yakuniy iste'molchilar bilan ishlash, chakana xaridlarni amalga oshirish, tovar ta'minoti zanjirlari bo'yicha malakalarga ega bo'lishi kerak (malaka) 	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> ma'ruzalar; og'zaki so'rov, yozma ish, real vaziyatga asoslangan amaliy fan topshiriqlarini bajarish; berilgan mavzu bo'yicha slyayd va video materiallar vositasida chiqishlar qilish; guruh loyihasi, berilgan mavzu bo'yicha atamalami qisqa izohlash; Q/A (mavzu bo'yicha o'qituvchi tomonidan berilgan variantlardagi savollarga 50-70 so'z hajmida javob yozish) Chart (mavzuga oid jadvallarni so'zlar soni, sohaviy atamalardan foydalanish, taqqoslashlar, o'zgarish dinamikasi va izohlar orqali yoritish) FAQ, Forum, Review, Dayjest, Link bahs-munozaralar, treninglar, testlar, esse, muammoning yozma bayoni, kollokvium, keys-stadi va shu kabilar. 	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ish yoki test sinovini muvaffaqiyatli topshirish.</p>	<p>Asosiy adabiyotlar</p> <p>1. Boboev N. Logistika asoslari. Darslik – Samarqand: SamISI, 2023. – 292 b. ISBN: 978-9943-9457-6-0</p> <p>2. Berman, B., Evans, J. and Mathur, M., Retail Management: A Strategic Approach, 11th Edition, Pearson, 2011.</p> <p>3. Yens Nordfalt. Ритейл-маркетинг. Практики и исследования учебное пособие. 2011 г. -472 с</p> <p>4. Sh.Mamatqulova, D.H.Xolmatov. Tijorat faoliyati. – O'quv qo'llanma. Toshkent, -Turon, 2020 yil. – 300 bet.</p> <p>5. Е.А.Смировна .Управление цепями поставок .Учебное пособие: 2009.</p> <p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <p>1. Брижашева О.В. Маркетинг торговли: учебное пособие /</p>
5.		6.	7.

<p>28. Ta'minot zanjirida resurslarni rejalashtirish mohiyati.</p> <p>29. Ta'minot zanjirida nazorat qilish usullari.</p> <p>30. Ta'minot zanjirida audit tushunchasi.</p> <p>31. Ta'minot zanjirida MRP tizimi foydalanish jihatlari.</p> <p>32. Ta'minot zanjirida JIP tizimi foydalanish mohiyati.</p> <p>33. Ta'minot zanjirida xarid-ta'minot faoliyati.</p> <p>34. Ta'minot zanjirida zahiralarni boshqarish.</p> <p>35. Ombor xo'jaligi va yuklarga ishlov berish.</p> <p>36. Ta'minot zanjirida transport va tashish faoliyati.</p> <p>37. Ta'minot zanjirini boshqarishning SCOR modeli vazifalari va foydalaniladigan usullar.</p> <p>38. Ta'minot zanjirini boshqarishning DCOR modeli vazifalari va foydalaniladigan usullar.</p> <p>39. Ta'minot zanjirini optimallashtirish.</p> <p>40. Ta'minot zanjirlarining turli tuzilmalari (konfiguratsiyalari) foydalanish imkoniyatlari.</p> <p>41. Ta'minot zanjirlarining integratsiyasi foydalanish imkoniyatlari.</p> <p>42. Logistika boshqaruvda prognozlash usullari va modellardan foydalanish.</p> <p>43. Ta'minot zanjiri menejmentining iqtisodiy samaradorligi asosiy ko'rsatkichlari.</p> <p>44. Zamonaviy iqtisodiyotda chakana xarid va ta'minot tizimining rivojlanishi tendensiyalari.</p> <p>45. Ta'minot zanjirlarida chakana savdoning asosiy funksiyalari.</p> <p>Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan Q/A, Chart, FAQ, Forum, Review, Dayjest, Link, keys-stadi, referatlar tayyorlanadi va uni taqdimot qiladi. Fan bo'yicha kurs ishi (loyihasi) rejalashtirilmagan.</p>	<p>4.</p> <p>V. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari</p> <p>Talaba bilishi kerak:</p> <ul style="list-style-type: none"> maqsadli auditoriyani yangi tovar bilan tanishtirish, xaridni rag'batlantirish, yakuniy iste'molchilar bilan ishlashda chakana savdoning mohiyati, chakana savdoda tovar assortiment, narx va sifat siyosati, tijorat-vositachilik faoliyati, merchendayzing, lizing munosabatlari, chakana savdoda xo'jalik aloqalari, chakana savdo samaradorligi va uni oshirish yo'llari va chakana savdo strategiyalari, savdo logistikasi, ta'minot zanjirlari <i>haqida tasavvurga ega bo'lishi kerak(bilim)</i>; maqsadli auditoriyani yangi tovar bilan tanishtirish, xaridni rag'batlantirish, yakuniy iste'molchilar bilan ishlash, chakana savdoda xo'jalik aloqalarini tuzish, chakana savdoni tovar bilan ta'minlash yo'llari, ta'minot
--	--

savdoning bazaviy strategiyalari - past narx, miqyos samarasi, narxlarning ommaviy pasaytirilishi, mavjud tovarlar uchun eng maqbul yoki eng yuqori narx strategiyasi. Eksklyuziv mahsulotlar. Mijozlar sodiqligini shakllantirish va boshqarish. mijozlar bazasini boshqarish tizimlari (CRM). Chakana iste'molchilar xulq-atvori. Tejamkor, impulsiv, majburiy va ziqna xaridorlar. Barqaror global raqobat ustunligini yaratish, mahalliy urf-odatlar va madaniyatlarga moslashish strategiyasi, global madaniyat va urf-odatlarini qamrab olish strategiyasi.

13-mavzu. Savdo logistikasi va ta'minot zanjirlarini boshqarish tushunchalari.

Savdo logistikasi tushunchasi. Taqsimot logistikasi va savdo logistikasi funksiyalari. Ta'minot zanjirlari va uning iqtisodiy mohiyati, ma'nosi va zamonaviy iqtisodiyotdagi roli. O'zbekistonda ta'minot zanjirlarini boshqarish konsepsiyasini ishlab chiqish. Ta'minot zanjirlarining tasnifi.

14-mavzu. Ta'minot zanjirida savdo jarayonlari integratsiyasi.

Ta'minot zanjirlarida savdo jarayonlarining integratsiyasi. Ta'minot zanjirining ob'ekt dekompozitsiyasi. Tashkilotning vazifalariga ko'ra Ta'minot zanjirining jarayonlar bo'yicha dekompozitsiyasi (ajratilishi). Savdo korxonalari va ta'minot zanjirlaridagi o'rni.

15-Mavzu. Ta'minot zanjiri menejmenti konsepsiyasi.

Ta'minot zanjirini boshqarish yoki ta'minot zanjiri menejmenti - zamonaviy logistik konsepsiya ekanligi. Ta'minot zanjiri menejmenti konsepsiyasining maqsadlari va elementlari. Ta'minot menejmenti konsepsiyasining tamoyillari. Chakana savdoda tovarlar ta'minotini boshqarish.

16-Mavzu. Ta'minot zanjirini boshqarishda integratsiya.

Ta'minot zanjirida kontragentlarning o'zaro integratsiyalashishi. Ta'minot zanjiridagi asosiy ishtirokchilar va drayverlar. Ta'minot zanjirlaridagi hamkorlik turlari. Ta'minot zanjirlarida ulgurji va chakana savdo korxonalari. Savdo korxonalari tomonida xarid jarayonining analga oshirilishi.

17-Mavzu. Ta'minot zanjiri infratuzilmasi va uning elementlari.

Ta'minot zanjiri tuzilmasi va uning elementlari. Infratuzilma elementlarini maqbul joylashtirishning muhimligi. Elementlarning joylashish o'rmini aniqlash. Ta'minot zanjiri infratuzilmasida savdo vositachi korxonalar, ulgurji savdo uyushmalar, tashkilotlar. Birja savdolari.

18-Mavzu. Ta'minot zanjirida moddiy oqimni nazorat qilish.

Ta'minot zanjirida moddiy resurslarga bo'lgan ehtiyojni rejalashtirish. Ta'minot zanjirida moddiy oqimni rejalashtirishda MRP tizimidan foydalanish. Ta'minot zanjirida JIT(Jun In Time) - o'z vaqtida tizimning ishlash prinsiplari. Ta'minot zanjiri bo'g'inlarida logistik operatsiya va funksiyalarni bajarishda JIT tizimidan foydalanish imkoniyatlari.

19-Mavzu. Ta'minot zanjirida xarid-ta'minot faoliyati.

Ta'minot zanjiri bo'g'inlaridagi ta'minot faoliyati: xususiyatlari, ta'riflari, xarid turlari va usullari. Yetkazib beruvchilarni tanlash. Ta'minot sikli. Savdo bitimlari. Oldi-sotdi shartnomalari. Transzit savdolar. Ombor orqali

<p>savdolar.</p>	<p>20-Mavzu. Ta'minot zanjirida ombor xo'jaligi va yuklarga ishlov berish.</p> <p>Ta'minot zanjiri bo'g'inlaridagi omborlar xususiyatlari, funksiyalari va vazifalari, ombor faoliyati ko'rsatkichlari. Omborlarda yuk birligi tushunchasi va yuklarga ishlov berish xususiyatlari. Ulgurji xaridlar va ularni tayyorlash. Ulgurji yuk tashishni tashkil etish.</p> <p>21-Mavzu. Ta'minot zanjirida zaxiralarni boshqarish.</p> <p>Ta'minot zanjirining zaxira yaratilishi kerak bo'lgan bo'g'inlarini aniqlash. Zaxira yaratilishining sabablarini asoslash. Buyurtmaning rentabelli (optimal) miqdorini aniqlash. Talabdagi noaniqliklar va kafolatli (rezerv) zaxira. Zaxiralarni nazorat qilish.</p> <p>22-mavzu. Chakana savdoda marketing dasturlarini amalga oshirish jarayonlari.</p> <p>Savdo korxonalarida boshqaruvni amalga oshirilishi. Savdo korxonasi faoliyatini rejalashtirish. Rejalarning bajarilishini nazorat qilish. Savdo biznesidagi risklar. Savdo korxonasining bozordagi riskli harakatlarini optimallashtirish. Savdo korxonalarida marketing dasturining ishlab chiqilishi. Chakana savdoda marketing dasturini amalga oshirish mexanizmlari.</p> <p>III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chakana savdo marketingning nazariy asoslari. 2. Chakana savdo marketingi ishtirokchilari va ular bilan aloqalarni o'rnatilishi. 3. Chakana savdo marketingining asosiy instrumentlari. 4. Chakana savdo ob'ektlarini o'rganish. 5. Chakana savdoda tovar siyosati. 6. Chakana savdoda assortiment, narx va sifat siyosati. 7. Chakana savdoda tijorat-vositachilik faoliyati. 8. Chakana savdoda merchendayzing. 9. Chakana savdoda lizing munosabatlari. 10. Chakana savdoda xo'jalik aloqalarini o'rnatish yo'llari. 11. Chakana savdo samaradorligi va uni oshirish yo'llari. 12. Chakana savdo strategiyalarini o'rganish. 13. Savdo logistikasi va ta'minot zanjirlarini boshqarish tushunchalari. 14. Ta'minot zanjirida savdo jarayonlari integratsiyasi. 15. Ta'minot zanjiri menejmenti konsepsiyasi. 16. Ta'minot zanjirini boshqarishda integratsiya. 17. Ta'minot zanjiri infratuzilmasi va uning elementlari. 18. Ta'minot zanjirida moddiy oqimni nazorat qilish.
------------------	--

<p>19. Ta'minot zanjirida xarid-ta'minot faoliyati.</p> <p>20. Ta'minot zanjirida ombor xo'jaligi va yuklarga ishlov berish.</p> <p>21. Ta'minot zanjirida zaxiralarni boshqarish.</p> <p>22. Chakana savdoda marketing dasturlarini amalga oshirish jarayonlari.</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi lozim. Mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.</p> <p>IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Savdo marketingi konsepsiyalari. 2. Savdo marketingi funksiya va tamoyillari. 3. Savdo marketingning maqsad va vazifalari. 4. Chakana savdo ob'ektlari va ularning o'ziga xos xususiyatlari. 5. Chakana savdoda tovar siyosati. 6. Chakana savdoda assortiment, narx va sifat siyosati. 7. Chakana savdoda tijorat-vositachilik faoliyati. 8. Chakana savdoda merchendayzing. 9. Merchendayzing qoidalar, vositalari. 10. Chakana savdoda lizing munosabatlari. 11. Franchayzing va uning o'ziga xos xususiyatlari. 12. Chakana savdoda xo'jalik aloqalari. 13. Chakana savdo samaradorligi va uni oshirish yo'llari. 14. Chakana savdo strategiyalari. 15. Savdo marketing dasturlarini amalga oshirish yo'llari. 16. Savdoda marketing rejasini ishlab chiqish. 17. Chakana savdoda marketing byudjetini shakllantirish. 18. Savdo marketingi va logistika. 19. Ta'minot zanjirini boshqarish tushunchalari. 20. Ta'minot zanjirida savdo jarayonlar integratsiyasini loyihalash usullari. 21. Ta'minot zanjirini boshqarishning nazariy jihatlarini xorijiy olimlar tariflari. 22. Ta'minot zanjirini boshqarishning amaliy jihatlarining qo'llanishi. 23. Ta'minot zanjirini boshqarish konsepsiyasini ishlab chiqish usullari. 24. Ta'minot zanjirini rejalashtirish asoslarini tuzib chiqish. 25. Ta'minot zanjirini loyihalash asoslari ishlab chiqish. 26. Ta'minot zanjiri menejmenti infrastukturasi o'rganish. 27. Ta'minot zanjiri menejmenti elementlari farqlash. 	
---	--