

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



Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
rektori M.E.Po'latov
2024 yil "28" 08

Ro'yxatga olindi: №
2024 yil "28" 08

RAQAMLI MARKETING

O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	400 000	– Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohasi:	410 000	– Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalish:	60411200	– Menejment (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

Samarqand – 2024

Fan/modul kodi DIGMAR28		O'quv yili 2024-2025		Semestr 5-6		Kreditlar 8	
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)			
	Raqamli marketing	120	120	240			
2.	I. Fanning mazmuni						
	Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarning raqamli marketingga oid taffakkurini shakllantirish va rivojlantirish, o'zining fikr-mulohaza, xulosalarini asosli tarzda aniq bayon etishga o'rgatish, raqamli bozor sharoitida korxonalarning raqamli marketing faoliyatining nazariy asoslari va zamonaviy usullari bilan tanishtirish hamda egallangan bilimlar bo'yicha ko'nikma va malakalarni shakllantirishdir.						
3.	Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, raqamli iqtisodiyot va raqamli marketing tushunchalarining mohiyati, raqamli biznes modellari hamda elektron tijorat tushunchalari, an'anaviy 4P modelining raqamli muhitda SIVA modeli sifatida transformatsiyalashuvi, iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar (CRM), ijtimoiy tarmoq tushunchasi va unda siljitiish siyosati, elektron pochta marketing, raqamli muhitda marketing tadqiqotlarini o'rganishdan iborat						
	II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)						
II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:							
5-semestr							
1-mavzu. Raqamli marketing tushunchasi, maqsadi va vazifalari							
Raqamli marketing fanining predmeti, maqsad va vazifalari. Raqamli marketing tushunchasi va uning paydo bo'lishi. An'anaviy biznes modellari va raqamli biznes modellarning qiyosiy tahlili. Raqamli marketing afzalliklari. Raqamli biznesni yuritish imkoniyatlarini baholash. Umumjahon internet-auditoriya. Elektron tijorat bozori. O'zbekistonda internetning paydo bo'lishi va rivojlanishi.							
2-mavzu. Raqamli marketing texnologiyalari va ularning ahamiyati							
Raqamli marketing texnologiyalarining rivojlanish evolyutsiyasi. Raqamli marketing texnologiyalari va ularning turlari. Raqamli marketing							

texnologiyalaridan foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari. Asosiy raqamli marketing texnologiyalari: SEO, SMM, SMS, CRM, SMO, content-marketing, e-pochta, big data, suniy intellekt.

3-mavzu. Raqamli marketing funksiyalari, prinsiplari va modellari
Raqamli marketingning asosiy funksiyalari va prinsiplari hamda ularning turlari. Marketing modellari va ularning raqamli muhitda transformatsiyalashuvi (4P, 4C, 5E). SIVA modeli va uning o'ziga xos jihatlari. Iste'molchiga yo'naltirilganlik prinsipi asosida shakllangan zamonaviy marketing modellari va ularning mohiyati. Iste'mol qimmatdorligi.

4-mavzu. Raqamli marketing strategiyalari

Maqsadli auditoriyani tanlash. Raqobatchilar tahlili. Marketingning asosiy strategiyalari. Raqamli marketing strategiyalari va ularning asosiy turlari. Pull va Push strategiyalar. Raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Maqsadli bozorga erishish uchun eng yaxshi marketing kanallarini tanlash.

5-mavzu. Iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar (CRM)

Internetning kommunikativ xususiyatlari. Internet auditoriyasi. Internetda foydalanuvchilarning navigatsiyasi. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish. CRM (Customer Relationships Management) tizimlari tushunchasi. CRM tizimlari orqali mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishda Bitrix24, CRM, IC-CRM, amoCRM, Monolith: CRM, AWP dasturiy ta'minot xizmatlarining ahamiyati. CRM tizimlari funksiyalari va ular bajaradigan vazifalar.

6-mavzu. Mobil marketing

Mobil marketing tushunchasi, mohiyati, ahamiyati va o'ziga xos xususiyatlari. Mobil marketing usullari. SMS marketing, mobil ilovalar. QR-kodlashtirish tizimi. Video va mobil dasturlar. Mobil elektron pochta boshqaruvi. Mobil marketingda kontentni boshqarish tizimi.

7-mavzu. Internet marketing

Internet. Global internet tarmoqlari. Internet texnologiyalari. Veb dasturlar. Internet-banking. Internet-treying. TCP/IP texnologiyalari, FTP va CRM modellar. Xalqaro internet. Internet marketingning paydo bo'lishi. Internet marketing texnologiyalari.

8-mavzu. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama va uni siljitish (SMM)

Ijtimoiy tarmoq haqida tushuncha. Ijtimoiy tarmoqlarning o'ziga xosligi. Ijtimoiy tarmoqlar va ularning tizimlari. Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish imkoniyatlari. Ijtimoiy tarmoqlarda iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiya. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama. Ijtimoiy tarmoq yaratish. Ijtimoiy tarmoqlarda iste'molchilar hulq-atvori. Ijtimoiy tarmoqlar marketingi. Ijtimoiy tarmoqlarda targeting. Ijtimoiy tarmoqlarni retargeting qilish

imkoniyati.	<p>6-semestr</p> <p>9-mavzu. E-mail marketing</p> <p>Elektron pochta tizimi. Pochta bayonnomalari. ISMTP, UUCP, 2ROR, IMAP tizimlari. ICQ tizimi. Spam tizimi. telekonferensiyalar. Elektron chat. Telegram marketing. Uyali aloqa tizimlari. Uyali alokada marketing imkoniyatlari. Uyali aloka kanallari va ularni boshqarish tizimlari.</p> <p>10-mavzu. Internetda onlayn savdo texnologiyalari</p> <p>Marketingda sotish siyosatining mazmun va mohiyati. Internetda chakana savdo. Internet-vositachilar. Internet do'kon orqali sotishdan keladigan daromadni hisoblash usullari.</p> <p>Internetda virtual do'kon tushunchasi. Virtual do'kon bilan xaridorning o'zaro aloqasi. Internet-do'kon dasturiy ta'minotining asosiy funksiyalari. Internet-do'konda tovar va xizmatlarni xarid qilish va to'lash. Kim oshdi savdosining holati va istiqbollari. Elektron tijorat sohasida ishlashga qaratilgan maxsus dasturiy ta'minot tizimlari.</p> <p>11-mavzu. E-marketing tadqiqotlari</p> <p>Raqamli marketing axborot tizimlari. Marketing tadqiqotlarida qo'llaniladigan axborot yig'ish usullari. Internetda marketing tadqiqotlarini tashkil etish. Internet-bozorni o'rganish va tahlil qilish. Internetni o'rganish vositalari va imkoniyatlari. Internetda ma'lumot qidirish. Internetda so'rovlar o'tkazish. Veb-saytga tashrif buyuruvchilar to'g'risida marketing ma'lumotlarini olish. Olingan ma'lumotlarga ishlav berish.</p> <p>Faol va passiv tadqiqotlar. Formaning tarkibiy qismlari. Formani tuzish. Natijalarni qayta ishlash. Internetda miqdoriy va sifat tadqiqot usullari.</p> <p>12-mavzu. Elektron tijorat tizimi</p> <p>Elektron tijorat va uning asosiy mazmuni. Elektron tijorat tizimi va uning xususiyatlari. Elektron tijoratning qonunchilik tizimi. Elektron, tijoratni boshqarilishini tashkil etish. Elektron tijoratni rivojlantirish yo'llari. Elektron raqamli imzo. Axborot xavfsizligi. Elektron to'lovlar. Axborotlashtirish va ma'lumotlarni uzatish sohasida sodir etilgan xavf-xatarlar.</p> <p>13-mavzu. Raqamli marketingda sotish varonkasi texnologiyasi</p> <p>Raqamli marketingda sotish varonkasining ahamiyati. Sotish varonkasi tushunchasi va uning rivojlanishi. Sotish varonkasi bosqichlarini loyihalash. AIDA modelini afzalliklari. Sotish varonkasida konversiya ko'rsatkichlari. Sotish varonkasida qo'llaniladigan raqamli marketing instrumentlari.</p> <p>14-mavzu. Raqamli marketingda web-sayt</p> <p>WEB-saytni maqsad va vazifalarini belgilash. Saytning mazmuni. Sayt</p>
-------------	---

9780620565158/ Publisher: Red & Yellow.	<p>4. Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. – 249 с.</p> <p>5. Usmanova Z.I., Boyjigitov S.K. Marketing kommunikatsiyasi. – Samarqand: "Turon-nashr", 2020. 254 bet.</p> <p>6. Gulyamov S.S. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. – T.: Iqtisod-Moliya, 2019. 396 b.</p> <p>7. Капустина Л.М., Мосунов И.Д. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети [Текст] : [монография]; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – 102 стр.</p> <p>8. Marketing Strategy in the Digital Age. Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing. 2020.</p> <p>Axborot manbalari</p> <p>1. www.mail.tdiu.uz—TDIU elektron kutubxonasi.</p> <p>2. www.el.tfi.uz—TMI elektron kutubxonasi.</p> <p>3. http://www.elib.me—электронные учебники по маркетинг.</p> <p>4. http://www.lex.uz—O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi.</p> <p>5. http://www.alleng.ru—учебник, пособие, справочник по маркетингу.</p> <p>6. http://www.aup.ru—административно-управленческий портал.</p> <p>7. www.zivonet.uz—ta'lim portali.</p>
8.	<p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil "19" 08 dagi 1 - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ 19-07-44).</p> <p>Fan/ modul uchun mas'ullar:</p> <p>N.B.Yahyojonov – SamISI, "Marketing" kafedrası dotsenti v.b., iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).</p> <p>K.B.Suyunova – SamISI, "Marketing" kafedrası dotsenti v.b., iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).</p>
9.	<p>Taqrizchilar:</p> <p>L.T.Abduxalilova – TDIU "Marketing" kafedrası professori, i.f.d.</p> <p>Z.I.Usmanova – SamISI, "Marketing" kafedrası dotsenti, PhD.</p>
10.	

	iste'molchilar bilan hamkorlikda ishlash <i>malakasiga ega bo'lishi kerak.</i>
5.	<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>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 ismni topshirish.</p>
6.	<p>Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Xolmamatov D.H. va boshqalar. Internet marketing. O'quv qo'llanma. –S.: “Fan bulog'i”, 2022 – 232 b. 2. Hakimov Z.A. Sharifhodjaev U.U. Interaktiv va raqamli marketing. O'quv qo'llanma. –T.: “Iqtisodiyot”, 2019 – 170 b. 3. Abduhalilova L.T. Internet marketing. O'quv qollanma. –T.: “Iqtisodiyot”, 2019 – 310 b. 4. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете / Филип Котлер, Херманн Картаджайа, Айвен Сетияван ; [перевод с английского М. Хорошиловой]. — Москва : Эксмо, 2019. — 224 с.
7.	<p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ergashxodjayeva Sh.J. Qosimova M.S. Samadov A.N. Alimxodjayeva N.E., Sharipov I.B. Marketing kommunikatsiyasi. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019. 418 bet. 2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital marketing: strategy, implementation & practice. – Pearson uk, 2019. 3. eMarketing. The essential guide to marketing in a digital world. 6th Edition. Rob Stokes, Quirk eMarketing. Last Update: 2018. ISBN 13:

<p>yaratish bosqichlari. Saytda korxona imidjini shakllantirish yo'llari. Saytni loyixalash. Sayt faoliyati. Saytning interaktivligi. Saytda reklama vositalaridan foydalanish. Saytni yangilab turish. Saytda marketing axborotlarini joylashtirish tamoyillari.</p> <p>Sayt klassifikatsiyasi. Sayt konstruksiyasi. Raqamli marketingda web-saytni loyihalashtirish va yaratish. Web-dizayner (UX/UI). Web-mastur. Saytlarni o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish. Sayt yaratish jarayoni bosqichlari. Sayt tuzilishi. Korporativ saytlar yaratish. Internet do'konlarni yaratish.</p> <p>15-mavzu. Web-analitika</p> <p>Web-analitika tushunchasi. Web-analitikaning asosiy ko'rsatkichlari. KPI ni rejalashtirish va raqamlashtirish. Web-analitikaning afzallik va kamchiliklari. Web-analitikaning vositalari. Ma'lumot yig'ish usullarining turlari. Saytning xulq-atvor omili.</p> <p>Web-saytni targ'ib qilish samaradorligini baholash. Sayt sifatini baholash usullari va mezonlari. Google Analytics, Yandex Metrica. Sayt uchun maqsadli auditoriyani aniqlash. Sayt uchun dasturiy ta'minot sifatini baholash. Saytni yuklash tezligini baholash. Internet marketing elementi sifatida saytning samaradorligini baholash. Internetda reklama samaradorligini baholash usullari.</p> <p>16-mavzu. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini baholash</p> <p>Raqamli marketing byudjeti. Raqamli marketing byudjetiga ta'sir etuvchi omillar. Raqamli marketing byudjetini rejalashtirish usullari. Raqamli marketing samaradorligi ko'rsatkichlari. Raqamli marketing samaradorligini baholash usullari. SWOT tahlil. ROC-tahlil. Raqamli marketing kommunikatsiyasi samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar. Raqamli marketing samaradorligini oshirish yo'llari.</p>	<p>III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</p> <p>5-semestr</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Raqamli marketing tushunchasi, maqsadi va vazifalarini o'rganish. 2. Raqamli marketing texnologiyalari va ularning ahamiyatini o'rganish. 3. Raqamli marketing funksiyalari, prinsplari va modellarini o'rganish. 4. Raqamli marketing strategiyalarini o'rganish. 5. Iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar (CRM) ni o'rganish.
---	---

<p>6. Mobil marketingni o'rganish.</p> <p>7. Internet marketingni o'rganish.</p> <p>8. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama va uni siljitish (SMM) ni o'rganish.</p> <p>6-semestr</p> <p>9. E-mail marketingni o'rganish.</p> <p>10. Internetda onlayn savdo texnologiyalarini o'rganish.</p> <p>11. Raqamli marketing tadqiqotlarini o'rganish.</p> <p>12. Elektron tijorat tizimini o'rganish.</p> <p>13. Raqamli marketingda sotish varonkasi texnologiyasini o'rganish.</p> <p>14. Raqamli marketingda web-saytni o'rganish.</p> <p>15. Web-analitikaning o'rganish.</p> <p>16. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini baholashni o'rganish.</p> <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</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <p>5-semestr</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Raqamli marketingning asosiy maqsadi va vazifalarini belgilash. 2. Raqamli bozorda marketing tadqiqotlarini tashkil etish 3. Kontent marketing 4. Virtual makonda mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish 5. Raqamli marketingning ana'naviy marketingdan farqi 6. Raqamli marketing texnologiyalari turlari. 7. Raqamli marketing strategiyalari tavsifi 8. Raqamli marketingda zamonaviy texnologiyalar 9. Yagona davlat interaktiv xizmatlari portallarida ishlash 10. Elektron tijoratning B2B, B2C, G2B, G2C formatlari 11. Mobil marketingda reklama 12. SMS marketing 13. E-marketingda platformalarning o'rni 14. QR kod marketingi 15. E-marketing 16. Mobil ilova dasturlari marketingi 	
--	--

<p>17. Mobil marketingda mijozlar xulq-atvori</p> <p>18. E-mail marketing</p> <p>19. E-mail marketingda obonent olish strategiyasi</p> <p>20. Elektron pochta dizayni va unga qo'yiladigan talablar</p> <p>6-semestr</p> <p>21. Elektron tijorat</p> <p>22. Facebook marketing</p> <p>23. Elektron savdo platformasini yaratish mexanizmi</p> <p>24. Korxona VEB-saytni rejalashtirish</p> <p>25. Video content hamda you tube marketing</p> <p>26. Elektron to'lov tizimlari.</p> <p>27. Korxona VEB-saytni boshqarish;</p> <p>28. Korxona veb-sayti samaradorligini baholash usullari</p> <p>29. Raqamli marketingda suniy intellektidan foydalanish imkoniyatlari</p> <p>30. Raqamli reklamaning ijobiy va salbiy jixatlari</p> <p>31. Qidiruv reklamalari</p> <p>32. Elektron pullarning vujudga kelishi va ularning turlari</p> <p>33. Display reklamalar</p> <p>34. Instagram marketing</p> <p>35. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama</p> <p>36. Onlayn reklama kompaniyalarini tashkil etish</p> <p>37. Raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini baholash usullari</p> <p>38. SEO tizimidan foydalanish samaradorligi</p> <p>39. Marketing axborot tizimida big data texnologiyasidan foydalanish imkoniyatlari</p> <p>40. Raqamli marketingda AI (sun'iy intellekt) dan foydalanish</p> <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"> • Raqamli marketing tushunchasi, raqamli marketing faoliyatini tashkil etish va marketing prinsiplaridan qanday foydalanish lozimligi haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; • Raqamli marketing kompleksi elementlaridan foydalanish, marketing konsepsiyalari doirasida amaliy jarayonlarni baholash, zamonaviy marketing konsepsiyalarini bilish va ulardan foydalanish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; • Raqamli marketingda big data, raqamli marketing muhitini baholay olish, marketing kompleksi elementlarini amaliy jihatdan korxonalarda qo'llash, targeting, raqamli marketing faoliyatini rejalashtirish hamda 	4.
--	----