

Taqrizchilar:

9. Boboev N.D. . –SamISI, “Marketing” kafedrası dotsenti, i.f.n.
Pardaev Sh.X. – TDIU Samarqand filiali, “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrası, dotsent v.b., i.f.f.d. (PhD).

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI

OLIIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



STRATEGIK MARKETING FANI

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)

Samarqand – 2024

29. Musayeva Sh., Usmonova D.U., Innovatsion marketing.(o'q.q). "Turon nashr" Samarqand-2021.	
30. Usmonova Z.I., Boyjigitov S.K., Marketing kommunikatsiyasi.(o'q/q). "TUROK NASHR" SAMARQAND-2020.	
31. 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.	
Axborot manbalari	
1. http://www.mail.tdiu.uz – TDIU elektron kutubxonasi	
2. http://www.el.tfi.uz – TMI elektron kutubxonasi	
3. http://lex.uz – O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi	
4. www.ziynet.uz – ta'lim portali	
5. http://www.elib.me – marketing bo'yicha elektron darsliklar	
6. http://www.alleng.ru – marketing	bo'yicha
darslik, qo'llanma, ma'lumotnoma	
7. www.aup.ru – ma'muriy va boshqaruv portal	
Internet saytlari	
1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.	
2. www.uzna.uz – O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti	
3. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti	
4. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.	
5. Videourok. Авторский курс: Стратегический маркетинг. https://www.youtube.com/channel/UC5CJBcQBjHL13r-noF7oYUa .	
6. Видеоурок. Стратегическое маркетинговое планирование. https://www.youtube.com/watch?v=C5-XjZDeD7Y	
7. Видеоурок. 14 трендов маркетинга 2024 года / Ловим тренды, пока не поздно! https://www.youtube.com/watch?v=ARur-CR6z0A .	
8. Видеоурок. Игорь Мани. Уроки по маркетингу. https://www.youtube.com/watch?v=9X-8J0hzX4	
9. Онлайн тесты. Стратегический маркетинг. https://oltest.ru/tests/menedzhment_i_marketing/strategicheskiy_marketing/test/ .	
10. Онлайн тесты. Стратегический маркетинг. https://zaochnik.com/online-tests/marketing/520-marketingovoe-planirovanie-tema-3-sistema-marketingovuyih-strategy-predpriyatiya-test-dlya-samocontrolya-znaniy/	
7. Fanning o'quv dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Kengashining 2024 yil "29" 08 dagi 1 - son bayonnomasi bilan tasdiqlangan. FD-07-18	
8. Fan/modul uchun mas'ullar: Ibragimov I.H. – SamSI, "Marketing" kafedrasida dos. v.b., i.f.n.	

Fan/modul kodi STRMAR06	O'quv yili 2024-2025	Semestr 7-8	Kreditlar 10
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. Strategik marketing	150	150	300
I. Fanning mazmuni			
Fanning maqsadi – talabalarga innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish, eksportga mahsulot chiqaradigan korxonalarning tashqi bozorlarda raqobatbardosh bo'lishini qo'llab-quvvatlash, bozor segmentatsiyasi, bozorning jalb etuvchanligi, firmaning raqobatbardoshligi bo'yicha marketing faoliyatini tahlil qilishni hamda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitlarida xo'jalik yurituvchi sub'ektlarda marketing strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdir.			
Fanning vazifasi - talabalarga strategik marketingning roli, bozorni segmentlash vositasida ehtiyojlar tahlili, bozorning jozibadorligini tahlil etish, marketing strategiyasini tanlash, taqsimot, narx, kommunikatsiya, bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish hamda munosabatlar marketingi kabi masalalarni o'rgatishdan iborat.			
II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)			
2. 1-mavzu. Strategik marketing: asosiy tushunchalar, g'oyalar va konsepsiyalar	Strategik marketingning zamonaviy tushunchasi: mohiyati, maqsadlari, vazifalari. Strategik marketingning shakllanishi va zamonaviy xususiyatlari. Strategik va operatsion marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Strategik marketingning maqsadi va ahamiyati. Strategik marketingning elementlari va strategiyalarni ishlab chiqish modellari. Strategik marketingning korporativ boshqaruv tizimidagi o'ri. O'zbekistonda strategik marketingni rivojlantirish istiqbollari. Fanning asosiy konsepsiyasi, o'rganish maqsadi va vazifalari.		
2-mavzu. Strategik marketingni rejalashtirish va uning samaradorligini baholash			
Strategik boshqarishning asosiy bosqichlari, strategik boshqarishda marketingni rejalashtirishning ahamiyati. Kompaniya faoliyatining missiyasi, maqsadlari. Rejalashda SMART texnologiyasining ahamiyati. Maqsadli bozorlar va mahsulotlarni tanlash usullari. Operativ reja va dastur. Strategik marketingni			

Qo'shimcha adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi – T.: O'zbekiston, 2017. - 46 b.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 8 oktyabrda "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmoni // Xalq so'zi, 2019 yil 9 oktyabr.
3. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston strategiyasi. Toshkent-2021 "O'zbekiston".
4. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston Taraqqiyot strategiyasi. "O'zbekiston" Toshkent-2022.
5. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustivorligi va inson manfaatlarini ta'minlash yurt taraqqiyoti va xalq faravonligining garovi. "O'zbekiston" NMU, 2017 y.
6. 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, 294с.
7. Ibragimov I.H. Istemolchilik tamoyillari. O'quv qo'llanma. SamISI, 2019 - 192 b.
8. Ибрагимов И.Х. Формирование продуктово- рыночной стратегии гостиничного предприятия. Сам ИЭС. 2019 (м).
9. Ибрагимов И.Х. Совершенствование разработки стратегического маркетингового плана в гостиничном хозяйстве(м). СамИЭС. 2013.-100с.
10. Кривенс Девид. Стратегический маркетинг. Учебное пособие. – М.: изд. дом. "Вильямс", 2009 -742 с.
11. Babayev N., Xolmatov D.H., Boyjigitov S.K. Amaliy marketing. O'quv qo'llanma. "STAR-SEL" MChJ nashriyot-matbaa ijodiy bo'limi. Samarqand.2022. 172 bet.
12. Bekmurodov A.Sh., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J. Strategik marketing. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2010 – 215 b.
13. Sharipov I.B. Marketing. O'quv qo'llanma – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 – 148 b.
14. Ergashxodjaeva Sh.J. Strategik marketing – II. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2010. – 271 bet.
15. Ergashxodjaeva Sh.Dj. Strategik marketing. - T.: "Iqtisodiyot", 2019. - 232 bet.
16. Ibodov K.M.. Marketing. Darslik. – T.: "Fan va texnologiyalar" nashriyoti, 2019. – 356 b..
17. Ibodov K.M.. Turizm marketing. – O'quv qo'llanma. Toshkent, - Fan va texnologiyalar, 2019 yil. – 358 bet.
18. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.
19. Musayeva Sh.A. Marketing tadqiqotlari. Darslik "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi. Samarqand-2023.

tashkil etish.

Strategik marketingni rejalashda nazorat. Xatarlarni tahlil qilish. Strategiyani amalga oshirish bo'yicha chora-tadbirlar samaradorligini tahlil qilish.

3-mavzu. Strategik marketingda bazaviy strategiyalar.

Bazaviy strategiyalar tushunchasi, tasnifi. Kompaniyalarda o'sishning bazaviy strategiyalari, ularning qiyosiy tavsifi. O'sish strategiyasi, o'sish strategiyasining turlari: Intensiv (konsentrlangan) o'sish strategiyalari, integratsiyalangan o'sish strategiyalari, diversifikatsion o'sish strategiyalari, cheklangan o'sish strategiyasi, kamaytirish strategiyasi, kombinatsiya strategiyasi. Ansoff matritsasi va biznesni rivojlantirish strategiyalari. Bozorga kirish strategiyasi, bozorni rivojlantirish strategiyasi, mahsulotni ishlab chiqish strategiyasi, diversifikatsiya strategiyasi. Turli xil o'sish strategiyalarining qiyosiy xususiyatlari.

4-Mavzu. Bozor jozibadorligini tahlil qilish

Raqobat tushunchasi, raqobat bozorlar turlari, ularni aniqlashning asosiy mezonlari, bozor turiga qarab marketing vositalaridan foydalanish xususiyatlari. Kompaniyaning raqobatbardosh pozitsiyasini baholash. Raqobat bozori konsentratsiyasi va tarmoqning jozibadorligi tahlillari.

Raqobat bozorini tahlil qilish usullari. Raqobat muhiti raqobatchilarning qiyosiy tahlili, benchmarking. Turli bozorlarda ishlatiladigan strategiyalarning xususiyatlari. Raqobat muhitini tahlil qilish, raqobat kuchlariga ko'ra raqobat strategiyasini tanlash. Potensial va real bozor sig'imi hisoblash metodologiyasi.

5-mavzu. Segmentatsiya va maqsadli bozorni tanlash strategiyalari

Bozor segmentatsiyasi, segmentatsiyaning asosiy tamoyillari va mezonlari, segmentatsiya usullari. Bozor segmentatsiyasi darajasiga qarab marketing strategiyalarining turlari. Strategik marketing uchun bozor segmentatsiyasining ahamiyati. Bozor segmentatsiyasi jarayoni, qamrov strategiyasini tanlash. Ko'p atributli tovarlar tushunchasi. Bozorning makro va mikro segmentatsiyasi. Bozorni makro segmentatsiyalashning mohiyati va segmentatsiya tarmog'ini qurish usuli. Bozor mikro segmentatsiyasining bosqichlari. Bozor segmentatsiyasining samaradorlik tamoyillari va mezonlari.

6- mavzu. Kompaniyaning raqobatbardosh pozitsiyasini baholash

Strategik joylashuv: maqsadlar, yo'nalishlar, darajalar. Maqsadli bozorlar bo'yicha marketing strategiyalari. Ichki potentsiallar tahlillari SWOT tahlil usuli. Tashqi muhit omillari auditi, PEST tahlili. Raqobat bozorini tahlil qilish usullari. Raqobat muhiti raqobatchilarning qiyosiy tahlili, benchmarking.

7-Mavzu. Korxonaning raqobatbardoshligi va raqobat ustunliklari.

Raqobatbardoshlik iqtisodiy kategoriya sifatida. Raqobatbardoshlik va raqobat ustunliklari tushunchasi va turlari. Raqobat ustunliklarini boshqarish. Porterning kengaytirilgan raqobat tushunchasi. Asosiy tahdidlar va ularni

yengish usullari. M. Porter ga ko'ra marketing strategiyalari: maqsadlar, turlari, tanlov mezonlari. Korxona potentsialining raqobatbardoshligini baholash. usullari (xodimlar, tovarlar, raqobatbardoshligi brend va imij). Raqobatbardoshlik strategiyalari: maqsadlar, turlari, tanlov mezonlari.

8. Tovarining hayot davri konsepsiyasi -strategik tahlil usuli sifatida

Strategik marketingda hayot sikli konsepsiyasi, bozorning hayot davri, korxonaning hayotiylik davri, texnologiyaning hayot bosqichlari, tovarning hayotiylik davri tushunchalari. Brendning hayot davri konsepsiyasi, hayot siklining turli bosqichlarida strategik maqsad va vazifalar. Tovarining hayot davri bosqichlarida marketing strategiyalari

9-mavzu. Marketing strategiyasini tanlash usullari

Faoliyat yo'nalishlarining portfel tahlili. Boston konsalting guruh (BKG) va "raqobatbardoshlik - jalb yetuvchanlik matrisasi". O'sish imkoniyatlarini baholashda Ms-Kinsey matrisasidan foydalanish. ADL/LC matrisasi-tarmoqning hayot aylanishi va bozorning nisbiy holatini tahlil qilish. Raqobat strategiyalari, turlari va qo'llash amaliyoti. PIMS - analiz vliyaniya gipnozchny strategiy.

10-mavzu. Tovar siyosatida strategik qarorlar

Tovar kategoriyasi-marketingning bosh ob'ekti sifatida. Tovar sifati va raqobatbardoshligi, ilmiy yondashuvlar. "Sifat va narx" mutanosibligi. Tovarining iste'mol qiymati strategik marketingning asosiy omili sifatida. Kano va Simon modeli tovarning iste'mol qiymatini aniqlash. Yangi tovarlar ishlab chiqarish va innovatsion faoliyat. Tovarining hayotiylik davri konsepsiyasi-strategik tahlil usuli sifatida, THD turli bosqichlarida strategik maqsad va vazifalar. Tovarining hayotiylik davri bosqichlarida marketing strategiyalari Tovar strategiyasini aniqlashda assortiment va portfel tahlillari.

11-mavzu. Strategik narxlash bo'yicha qarorlar

Strategik narxlarni belgilash jarayonining bosqichlari. Asosiy narxlash strategiyalari. Kompaniyaning narx qarorlariga javoban xaridorlar va raqobatchilarning xatti-harakatlarini hisobga olish va prognoz qilish. Narxni pozitsiyalash strategiyalari. Narxlarning raqobatbardoshligini tahlil qilish.

12- mavzu.Sotish kanali bo'yicha strategik qarorlar

Sotish kanallari bo'yicha strategik qarorlarga strategik yondashuv. Savdo kanali tushunchasi, uning vazifalari va qurilish tamoyillari. Savdo kanalining tuzilishi, kanal tuzilishiga ta'sir qiluvchi omillar. Bozor qamrovi strategiyalari. Afzalliklari va strategiyaning kamchiliklari, dastur xususiyatlari. Sotish kanalida kommunikatsion strategiyalar, qo'llash tamoyillari.Tovar servisi.

13- mavzu. Marketing kommunikatsiyalari tizimi bo'yicha strategik qarorlar

Marketing kommunikatsion strtagiyalari tushunchasi. Marketing kommunikatsiyalari turlari, strategik maqsadlar. Kommunikatsion kanalni o'rnatish jarayoni. Reklama kompaniyasining byudjetini ishlab chiqish.

1. Ансофф И. Стратегическое управление /пер. с англ./ - М.: Экономика, 1989.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб: Питер Ком, 1999.-416 с.
3. Ibragimov I.X., Strategik marketing. O'quv qo'llanma. Samarqand-2021.
4. Ibragimov I.H. Raqobatbardoshlik metodologiyasi. O'quv qo'llanma. SamSI 2018.
5. Ибрагимов И.Х. Поведение потребителей. Учебное пособие. СамИЭС. "СТЕР SEL", 2023. — 300с.
6. Ibragimov I.H. Mamatqulova Sh.J.. Marketing fanidan amaliy mashg'ulotlar bo'yicha o'quv-uslubiy qo'llanma.(o'q.us.q). Sam.SI -2019.
7. Котляревская, И.В. Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч. Ч. 1 / И.В. Котляревская; Мин-во науки и высшего образования РФ. — 3-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 138 с.
8. Котляревская, И.В. Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч. Ч. 2 / И.В. Котляревская; М-во науки и высшего образования РФ. — 3-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020.— 159, [1] с.
9. Краснянская О. Стратегический маркетинг. Теория и практика. — М.:СОЛОН Пресс, 2022. —112 с.
10. Кучин Б.Л., Казаков С.П., Землянская Н.Б. Стратегический маркетинг. Учебное пособие. Наука и образование, 2009 г.
11. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг: учебник/ В.Н.Наумов. — 2-е изд., перераб.и доп. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 356 с.
12. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. -М.: Альпина бизнес Букс, 2005.
13. Реброва Н.П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов/Н.П.Реброва. – Москва: Издательство ЮРАЙТ, 2021, - 186 с.
14. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов/ Н.А.Пашкус (и др). – М.: Издательство Юрайт, 2020. –225с.
15. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. 5-е издание.— М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2008. — 640 с.
16. Шевченко Д.А. Стратегический маркетинг. Учебник.— М.: Издательский дом «Директ-Медиа», 2022. .— 354 с.
17. Шишло, С. В. Стратегический маркетинг. тексты лекций. – Минск : БГТУ, 2017. – 174 с.
18. Юлдашева О., Аренков И., Наумов В., Середохо В. Маркетинг и управление потребительской ценностью: Учебник для слушателей программ MBA. СПб.: АМККОС, 2013.
19. Ergashxo'jaeva Sh.J. Strategik marketing. Darslik. – Т.: "Sano-Standard", 2019. – 232 b.
20. Harvard Business Review.:Управление маркетингом, Стратегия маркетинга, Зарубежная деловая литература.Альпина. 2013 г.

	ishlab chiqish. 21.
3.	<p>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> -- strategik va operatsion marketing, marketingni g'oyaviy asoslari, iste'mol marketingi, firmalararo marketing va ijtimoiy marketing, marketing va ehtiyojni qondirilishi, tasnifi va motiv turlari, bozorni makro va mikro darajada segmentlash, talabni tahlil qilishning asosiy konsepsiyasi, raqobatli ustunlik va marketing strategiyasini tanlash haqida tasavvurga ega bo'lishi; - yakka iste'molchilar va sanoat haridorlari motivatsiyasini, makrosegmentatsiya va mikrosegmentatsiya tahlilini, bozorni jalb etuvchanligi tahlilini, firmaning raqobatbardoshligi tahlilini, faoliyat yo'nalishi portfel tahlilini, raqobat bo'yicha ustunlikni, o'sish imkoniyatlarining asosiy yo'nalishlarini, raqobatchilik strategiyalarini, diversifikatsiya, differentsiatsiya strategiyalarini bilishi; - bozorni qamrab olish strategiyalarini ishlab chiqish, o'sish strategiyasi va raqobat holatini tahlil etish, sotish kanalining vertikal tuzilishini aniqlash, kengaytirilgan raqobat konsepsiyasini ishlab chiqish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; - yangi tovar, narx, sotish va kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish, strategik marketing rejasini tuzish <i>malakalariga ega bo'lishi kerak</i>.
4.	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • interfaol keys-stadilar; • esse, tezis va maqolalar yozish; • seminarva 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>Test topshiriqlari bilan onlayn ishlash: https://zaochnik.com/online-tests/menedgment/185-s-otvetami-po-strategicheskomu-menedgmentu/</p>
5.	<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>
6.	Asosiy adabiyotlar

Kommunikatsiya kanalining samaradorligini aniqlash.
<p>14. Munosabatlar marketingi strategik marketingning asosi sifatida</p> <p>Marketingning strategik yo'nalganlik konsepsiyasi. Marketingda hamkorlik munosabatlari, mohiyati va tamoillari prinsiplari. Hamkorlik marketingning mohiyati va xususiyatlari. Hamkorlik siyosati. O'zaro munosabatlarda mijozga yo'nalganlik tamoillari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish. CRM tizimi.</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. Strategik marketing: asosiy tushunchalar, g'oyalar va konsepsiyalar 2. Strategik marketingni rejalashtirish va uning samaradorligini baholash. 3. Strategik marketingda bazaviy strategiyalar. 4. Bozor jozibadorligini tahlil qilish 5. Segmentatsiya va maqsadli bozorni tanlash strategiyalari. 6. Kompaniyaning raqobatbardosh pozitsiyasini baholash 7. Korxonaning raqobatbardoshligi va raqobat ustunliklari. 8. Tovarning hayot davri konsepsiyasi -strategik tahlil usuli sifatida 9. Marketing strategiyasini tanlash usullari. 10. Tovar siyosatida strategik qarorlar. 11. Strategik narxlash bo'yicha qarorlar. 12. Sotish kanali bo'yicha strategik qarorlar. 13. Marketing kommunikatsiyalari tizimi bo'yicha strategik qarorlar. 14. Munosabatlar marketingi strategik marketingning asosi sifatida <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> <ol style="list-style-type: none"> 1. "Strategik marketing" fanining mohiyati va predmeti 2. "Strategiya"ning mohiyati va uning korxona bozor faoliyatidagi o'rni. 3. Ansoff matritsasi. 4. Boston konsaltng guruhi (BKG) va "Raqobatbardoshlik - jalb etuvchanlik matritsasi" 5. Bozor sharoitlarida strategik marketingning o'rni va ahamiyati 6. Bozorga kirishda ishlab chiqarish quvvatlarining ixtiyoriy cheklanishi asosidagi to'siqlar va ularni bartaraf yetish 7. Bozorning jalb etuvchanligi tahlil qilish usullari 8. M. Porterning raqobat ustunligi konsepsiyasi 9. Bozorning jalb yetuvchanligi va tarmoq jovibadorligi 10. Differentsiatsiyaning iqtisodiy mazmuni va xususiyatlari 11. Diversifikatsiyalashgan o'sish strategiyalarini qo'llash

12. Bozor segmentatsiyasi jarayoni, qamrov strategiyasini tanlash.	
13. Strategik joylashishni aniqlash: maqsadlar, yo'nalishlar, darajalar.	
14. Firma raqobatbardoshligi va uni baholash	
15. Hayotiylik davrining strategik natijalari	
16. Shell / DRM - matritsasi raqobatbardoshlik asosida resurslarni talab qiladigan tarmoqning jozibadorligini tahlil qilish	
17. Iste'mol bozorini M.Porterning raqobat ustunliklari rombi asosida tahlil qilish	
18. Bozor strategiyalari ta'sirining tahlillari PIMS usuli.	
19. Kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar	
20. Kompaniyaning marketing strategiyasini ishlab chiqishda raqobat muhitini baholash	
21. Konsentratsiya strategiyasini ishlab chiqish	
22. Korxona raqobatbardoshligini baholash	
23. Korxonada Push-strategiyasini ishlab chiqish	
24. Korxonaning Pull strategiyasini ishlab chiqish	
25. M.Porter modelidan foydalangan holda raqobat tahlilini o'tkazish tamoyillari	
26. Mahsulot portfeli strategiyasi	
27. Mahsulot portfelinii tahlil qilish tamoyillari va usullari	
28. Makrosegmentatsiya tahlili	
29. STEP tahlili asosida marketing strategiyasini ishlab chiqish	
30. Marketingning bazaviy strategiyalari	
31. Narx bo'yicha strategik qarorlar	
32. Narx diskriminatsiyasining sharoitida strategik qarorlar qabul qilish	
33. O'sish sur'atini va bozor ulushini taqqoslash	
34. Raqobat muhiti va holati tahlili	
35. Raqobat ustunligi va strategiyasini shakllantirish	
36. Raqobatbardoshlik tushunchasi va uni baholash	
37. Samarali mahsulot portfelinii ishlab chiqish	
38. Segmentatsiya va pozitsiyalashtirish strategiyasini ishlab chiqish	
39. Sotish kanallari bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish	
40. Strategik marketingda SWOT tahlilini qo'llash	
41. Strategik rejalashtirishda sabab-oqibat, yekstropolyatsiya usullaridan foydalanish	
42. Tarmoq raqobatbardoshligini baholash	
43. Tovar raqobatbardoshligi baholashda kompleks usuldan foydalanish.	
44. Munosabatlar marketingining mohiyati, xususiyatlari.	
45. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish. SRM tizimlari.	
46. Strategiyani amalga oshirish bo'yicha chora-tadbirlar samaradorligini tahlil qilish	

47. Maqsadli bozor konsepsiyasi.
 48. Bozor segmentatsiyasining samaradorlik tamoyillari va mezonlari.
 49. Kompaniyalarda o'sishning bazaviy strategiyalari, ularning qiyosiy tavsifi.
 50. Raqobat tarmog'i konsentratsiyasi va jozibadorligi tahlillari.
 51. Strategik raqobat guruhilari.
 52. Raqobatbardoshlik potentsialning tahlillari, ichki audit.
 53. Tovarning iste'mol qiymati, va uni baholash usullari.
 54. Tovarning hayotiylik davri konsepsiyasi-strategik tahlil usuli sifatida.
- 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).

Ushbu fandan kurs ishi o'quv rejada rejalashtirilgan. Kafedra professor-o'qituvchilari tomonidan kurs ishini bajarish bo'yicha uslubiy ko'rsatma va tavsiyalar ishlab chiqiladi, ilmiy-uslubiy maslahatlar va ko'rsatmalar berib boriladi va ishning rejasini tuzishda talabaga uslubiy ko'mak beriladi, mavzuga oid adabiyotlar tavsiya etiladi. Kurs ishlarining taxminiy mavzulari:

1. Firmaning raqobat taktikasi va strategiyasini shakllantirish.
2. Korxonada marketing faoliyatini strategik rejalashtirish.
3. Bozor raqobati sharoitida korxonada marketing faoliyatini rejalashtirish.
4. Marketing strategiyasini tanlash.
5. Firmaning raqobatbardoshligi tahlili.
6. Korxonaning sotish xarajatlari tahlili.
7. Oziq-ovqat korxonalarini rivojlantirishning marketing strategiyasi.
8. Korxonada reklama faoliyati samaradorligini oshirish.
9. Raqobat muhitida korxonani rivojlantirish bo'yicha marketing strategiyasini ishlab chiqish.
10. Korxonaning marketing faoliyatini tahlil qilish.
11. Ishlab chiqarish korxonasida marketing faoliyatini tashkil etish.
12. Firmaning reklama tadbirlari tizimini ishlab chiqish.
13. Korxonada narx siyosatini shakllantirish.
14. Xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojlantirish bo'yicha marketing strategiyasini ishlab chiqish.
15. Korxonada yangi tovarlar uchun narx strategiyasini ishlab chiqish.
16. Korxonada marketing rejasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish.
17. Korxonada marketing faoliyati samaradorligini baholash.
18. Korxonaning mahsulot assortimenti dasturini kengaytirish strategiyasini ishlab chiqish.
19. Korxonada marketingni boshqarishda strategik yondashuv.
20. To'qimachilik korxonalarini rivojlantirishning marketing strategiyasini