

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



XALQARO MARKETING

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

Fan/modul kodi INTMAR110	O'quv yili 2024-2025	Semestr 5-6	Kreditlar 10								
Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek/rus	Haftadagi dars soatlari 6									
1.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Fanning nomi</th><th>Auditoriya mashg'ulotlari (soat)</th><th>Mustaqil ta'lim (soat)</th><th>Jami yuklama (soat)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Xalqaro marketing</td><td>150</td><td>150</td><td>300</td></tr> </tbody> </table>	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)	Xalqaro marketing	150	150	300		
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)								
Xalqaro marketing	150	150	300								
2.	<p>I. Fanning mazmuni</p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarning xalqaro marketingga oid taffakkurini shakllantirish va rivojlantirish, o'zining fikr-mulohaza, xulosalarini asosli tarzda aniq bayon etishga o'rgatish, xalqaro bozorda korxonalarning marketing faoliyatining nazariy asoslari va zamonaviy usullari hamda strategiyalari bilan tanishtirish, shuningdek egallangan bilimlar bo'yicha ko'nikma va malakalarni shakllantirishdan iborat.</p> <p>Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, xalqaro marketing va uning asosiy tushunchalarining mohiyati, tashqi iqtisodiy faoliyat, xalqaro biznes hamda elektron tijorat tushunchalari, xalqaro bozorlarni segmentatsiyalash va maqsadli segmentlarni tanlash, tegishli ma'lumotlarni to'plash va qayta ishlash orqali xalqaro marketing tadqiqotlarini o'tkazish va tashqi bozorlarni har tomonlama tahlil qilish, bozor hajmi, ulushi va salohiyatini tahlil qilish, eng maqbul xalqaro marketing strategiyasini tanlash va uni korxonalar faoliyatida samarali amalga oshirish hamda nazorat qilishni o'rganishdan iborat.</p>										
3.	<p>II. Asosiy nazariy qismi (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>5-semestr</p> <p>1-mavzu. Xalqaro marketingning mohiyati va mazmuni</p> <p>Xalqaro marketingning mohiyati va asosiy tushunchalari. Globallashuv davrida xalqaro marketingning xususiyatlari. O'zbekistonda iqtisodiyotni diversifikatsiya va modernizatsiya qilish. Xizmatlar bozorini rivojlantirish. Xalqaro marketing va uning an'anaviy ishlab chiqarish va sotish faoliyatidan farqi. Korxona faoliyatini xalqarolashtirish bosqichlari. Ichki bozor. Tovarlarini eksport qilish. Xalqaro bozor. Globallashuv. Transmilliy kompaniyalar.</p> <p>2-mavzu. Xalqaro marketing subyektlari</p>										

Xalqaro marketing subyektlari. Xalqaro kompaniyaning o'ziga xos xususiyatlari. Xalqaro kompaniyalarning tashkiliy tuzilmasi. Xalqaro kompaniyalar faoliyatining vazifalari va maqsadlari. Xalqaro marketing ishtirokchilari. Ko'p millatli korporatsiyalar. Eksportchilar. Importchilar. Xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar.

3-mavzu. Tashqi iqtisodiy faoliyat

Tashqi iqtisodiy faoliyat. Tashqi iqtisodiy faoliyatning asosiy tushunchalari va ta'riflari. Tashqi iqtisodiy faoliyatning vazifalari. Tashqi iqtisodiy faoliyat turlari va elementlari. Tashqi iqtisodiy faoliyatning o'ziga xos xususiyatlari. Xalqaro savdo bitimini tayyorlash bosqichlari

4-mavzu. Xalqaro marketing muhiti

Xalqaro marketing muhiti tushunchasi. Muhit tuzilishi, marketing salohiyatini shakllantirishni belgilovchi omillar. Xalqaro marketing muhitining turlari. Mikro muhit va makro muhit. Iqtisodiy muhit. Siyosiy va huquqiy muhit. Madaniy muhit.

5-mavzu. Xalqaro marketingda tadqiqotlar

Xalqaro marketingda tadqiqotlarning xususiyatlari. Marketing axborotining asosiy manbalari. Xalqaro marketing tadqiqotlari usullari. Tashqi bozorni har tomonlama tahlil qilish. Tashqi tovar bozorlarini o'rganish. Milliy imkoniyatlarni tahlil qilish. Maqsadli bozorlarni tanlash xususiyatlari. Tashqi bozorlarni bashorat qilish usullari. Innovatsion rejalashtirish. Ko'p maqsadli yondashuv.

6-mavzu. Xalqaro marketingda bozor segmentatsiyasi

Xalqaro bozor segmentatsiyasi tushunchasi. Bozor segmentatsiyasining turlari va mezonlari. Xalqaro marketingda iste'molchilar segmentatsiyasi. Makro va mikro darajadagi segmentatsiya. Iste'molchilar madaniyatining globallashuvi. Jahon bozorining mamlakatlar bo'yicha segmentatsiyasi. Maqsadli xalqaro bozorni tanlash. Maqsadli tashqi bozorlarni tanlashning o'ziga xos xususiyatlari. Reyting mezonlari.

7-mavzu. Xalqaro tovar siyosati

Xalqaro marketingda tovar siyosati. Mahsulotni rag'batlantirish va uni tashqi bozorga moslashtirish strategiyalari. Tovarlarni eksport qilish strategiyasi. Xalqaro bozorda tovarlarning raqobatbardoshligi. Xalqaro bozorda tovar belgilarini himoya qilish. Xalqaro xususiy huquq. Xalqaro shartnomalar. Savdo belgilari va savdo belgilarining turlari.

6-semestr

8-mavzu. Xalqaro marketingda mahsulotlarni qadoqlash va etiketlash

<p>Xalqaro bozorlarda mahsulotlarni qadoqlash va etiketlash. Qadoqlashda hisobga olinadigan omillar. Tashqi bozorda tovarlarni markalash. Tovarlarni qadoqlashda xalqaro talablar. Xalqaro va milliy standartlar.</p> <p>9-mavzu. Xalqaro narx siyosati</p> <p>Xalqaro marketingda narx siyosatining ahamiyati. Narx belgilash maqsadlarini shakllantirish. Umumiy narx siyosati. Narxlar turlari, narxlarni belgilash va hisoblash usullari. Xalqaro bozorda narx strategiyalari. Xalqaro marketing tizimidagi narx siyosati. Eksport uchun tovarlarning narxi. Narxlar strategiyasi. Transfer narxlari. Transfer narxlari masalalarini tartibga solish. INCOTERMS tizimidagi narxlar. Xalqaro savdo shartlari. Bojxona xarajatlarini tartibga solish xususiyatlari. Bojxona xarajatlari. Bojxona xarajatlarini nazorat qilish. Iqtisodiy xavfsizlik.</p> <p>10-mavzu. Xalqaro marketingda tovar harakati</p> <p>Xalqaro marketingda taqsimot siyosatining xususiyatlari. Xalqaro marketing sohasidagi asosiy yechimlar. Mamlakatlar o'rtasida tovar tarqatish kanallari. Vertikal marketing tizimi. Gorizantal marketing tizimi. Vositachilarni tanlash. Bilvosita eksport. To'g'ridan-to'g'ri eksport.</p> <p>11-mavzu. Korxonalarning xalqaro kommunikatsiya siyosati</p> <p>Marketingda silitish siyosati. Asosiy kommunikatsiya vositalari va turlari. Xalqaro reklama kompaniyalarini tashkil etish. Xalqaro reklama assotsiatsiyasi. Xalqaro tarmoq reklama agentliklari. Xalqaro reklama konsepsiyasi. Internet reklama. Xalqaro yarmarkalar va ko'rgazmalar. Xalqaro yarmarkalarda ishtirok etishni tashkil etish. PR.</p> <p>12-mavzu. Tashqi bozorlarga chiqish strategiyalari</p> <p>Tashqi bozorlarga chiqish strategiyalari va uning turlari. Kompaniyani tashqi bozorlarga joriy etish texnologiyalari. Eksportni joriy etish texnologiyalari. Bitimni amalga oshirish texnologiyalari. Tashkiliy masalalar eksport bitimlarining xususiyatlari. Franchayzingni amalga oshirish texnologiyalari. Franchayzing bitimi narxlarining xususiyatlari. Qo'shma korxonani joriy etish texnologiyalari. Qo'shma korxonaning marketing faoliyati kompleksining konsepsiyalari va ularni tashkil etilishi.</p> <p>13-mavzu. Xalqaro marketingni strategik rejalashtirish</p> <p>Xorijiy bozorlardagi korxonalar strategiyasi. Moslashish strategiyasi. Markazlashtirish strategiyasi. Arbitraj strategiyasi. Marketing miks elementlari bo'yicha strategik rejalashtirish. Korporativ strategiyani rejalashtirish. Biznes strategiyasini rejalashtirish. Funktsional strategiyani rejalashtirish.</p> <p>14-mavzu Xalqaro bozorda korxonalarning raqobatbardoshligi</p>	<p>5. Голубкова Е.Н., Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг Учебно-методическое пособие.-М.: Дело-Сервис, 2008.</p> <p>6. Карпова С.В. Практикум по международному маркетингу. Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2010. - 200 с.</p> <p>7. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга. -М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2012. -752 с.</p> <p>8. Nazarova F.M., Karimova R.N. Xalqaro marketing. O'quv qo'llanma. - T.: TDIU, 2011.-278 b.</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.ziyounet.uz—ta'lim portali.</p> <p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil <u>89</u> <u>08</u> <u>1</u> <u>1</u> - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ <u>40-07-20</u>).</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> <p>Taqrizchilar:</p> <p>M.A.Ikramov – TDIU “Marketing” kafedrası professori, i.f.d.</p> <p>Z.I.Usmanova – SamISI, “Marketing” kafedrası dotsenti, PhD.</p>
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
6.	<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 ishini topshirish.</p> <p>Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Nazarova F.M., Karimova R.N., Sharipov I.B. Xalqaro marketing. Darslik. – T.: Iqtisodiyot, 2019. 345 b. 2. Yahyojonov N.B., Po'latova Sh.A. Xalqaro marketing. O'quv qo'llanma. – S.: SamSI, 2024.- 352 b. 3. Xolmatov D.H., Boyjigitov S.K. Global marketing. O'quv qo'llanma. – S.: SamSI, 2022.- 352 b. 4. Xamidov I.I. Xalqaro Marketing. O'quv qo'llanma. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 - 136 b. 5. Карпова С.В. Международный маркетинг. Учебник и практикум для бакалавров. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 298с. <p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Абакумова О.Г.. Маркетинг внешнеэкономической деятельности: Конспект лекций - М.: Приор-издат, 2009 - 207 с. 2. Keegan, Warren J. Global marketing/Warren J. Keegan, Mark C. Green.—5th ed. 2008 by Pearson Education, Inc.p. 616. 3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Учебник. - М.: КНОРУС, 2010.-680 с. 4. Qorrieva Yo. Xalqaro marketing – T.: TDIU, 2010. 185 b.
7.	

Xalqaro bozorda mahsulotlar va korxonalarning raqobatbardoshligi. Xalqaro raqobatbardoshlik. Raqobatda ustunlik nazariyasi. Xorijiy bozorda mahsulotlarning raqobatbardoshligini ta'minlash tizimi. Xalqaro marketingda raqobat strategiyalari. Xalqaro bozorda raqobat strategiyasining xususiyatlari. Raqobat mezonlarini ishlab chiqish va hisobga olish.

15-mavzu. Xalqaro marketingni tashkil etish va nazorat qilish

Marketingni rejalashtirish. Xalqaro miqyosda boshqarish. Xalqaro marketingni tashkil etish va nazorat qilish. Marketing xizmatini yaratish bo'yicha xorijiy tajribalar. Xalqaro marketing tashkiloti. Xalqaro marketingni nazorat qilish. Marketing nazorati turlari. Marketing auditi.

16-mavzu. Xalqaro iqtisodiy tashkilotlar

BMT tizimining xalqaro iqtisodiy tashkilotlari. Birlashgan Millatlar tashkilotining iqtisodiy va ijtimoiy kengashi. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti. JSTning maqsadlari, funksiyalari va prinsiplari. O'zbekistonning JSTga kirish bo'yicha tadbirlari. BMT tizimiga kirmaydigan xalqaro iqtisodiy tashkilotlar. Xalqaro valyuta fondi (XVF). Jahon banki guruhi..Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki. Osiyo taraqqiyot banki. Mintaqaviy iqtisodiy tashkilotlar. Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi (MDH). Shanxay hamkorlik tashkiloti (SHHT).

17-mavzu. Xalqaro marketingda elektron tijorat

Elektron tijorat tushunchasi. Elektron tijorat tendensiyalari. Xalqaro elektron tijorat tendensiyalari va huquqiy asoslari. Xalqaro elektron tijoratni amalga oshirishdagi yondashuvlar. Global elektron tijorat strukturalari. Elektron tijorat bozorida xaridorlar hulq atvorini o'rganish. Alibaba va Amazon kompaniyalarining elektron tijorat tizimi.

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

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

5-semestr

1. Xalqaro marketingning mohiyati va mazmuni hamda asosiy tushunchalarini o'rganish
2. Xalqaro marketing subyektlarini o'rganish
3. Tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rganish
4. Xalqaro marketing muhitini tahlil qilish
5. Xalqaro marketingda tadqiqotlarni o'rganish
6. Xalqaro marketingda bozor segmentatsiyasi
7. Xalqaro tovar siyosatini o'rganish

6-semestr

8. Xalqaro marketingda mahsulotlarni qadoqlash va etiketlash
9. Xalqaro narx siyosatini o'rganish

<p>10. Xalqaro marketingda tovar harakatini o'rganish</p> <p>11. Korxonalarining xalqaro kommunikatsiya siyosatini o'rganish</p> <p>12. Tashqi bozorlarga chiqish strategiyalari</p> <p>13. Xalqaro marketingni strategik rejalashtirish</p> <p>14. Xalqaro bozorda korxonalarning raqobatbardoshligi</p> <p>15. Xalqaro marketingni tashkil etish va nazorat qilish</p> <p>16. Xalqaro iqtisodiy tashkilotlarni o'rganish</p> <p>17. Xalqaro marketingda elektron tijorat</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>1. Jahon bozorida kompaniyalar strategiyasini tahlil qilish va ishlab chiqish</p> <p>2. Xalqaro marketing muhitini tahlil qilish</p> <p>3. Xalqaro marketingning analitik funksiyasi</p> <p>4. Xalqaro marketing axborot tizimi</p> <p>5. Xalqaro marketingdagi tadqiqotlar</p> <p>6. Xalqaro marketingda kommunikativ kompleks</p> <p>7. Xalqaro aloqa vositalari va sotishni rag'batlantirish</p> <p>8. Xalqaro marketing strategiyalari</p> <p>9. Xalqaro savdo bitimlari</p> <p>10. Xalqaro brendlash</p> <p>11. Xizmat ko'rsatish sohasida xalqaro marketing</p> <p>12. Xalqaro texnologiyalar marketingi</p> <p>13. Xalqaro bozorda marketing tadqiqotlarini tashkil etish: amaliyot va ularning metodologiyasi</p> <p>14. Xalqaro bozorga yo'naltirilgan marketing xizmatini tashkil etish</p> <p>15. Dunyoning ayrim mamlakatlari va mintaqalarida xalqaro marketing amaliyoti</p> <p>16. Segmentatsiya, maqsad, joylashishni aniqlash</p> <p>17. Xalqaro marketingda tovar harakati tizimi</p> <p>18. Xalqaro marketing muhiti</p> <p>19. Xalqaro marketing strategiyalari</p> <p>20. Xalqaro marketingning nazariy asoslari</p>	
---	--

<p>21. Xalqaro marketing tizimidagi tovarlar siyosati</p> <p>22. Tovarlarini xalqaro bozorga chiqarish shakllari va usullari</p> <p>23. Xalqaro marketing tizimidagi narx siyosati</p> <p>24. Xalqaro marketingda kompaniyaning narxlari va narx siyosati</p> <p>25. Bozorlarning globallashuvi sharoitida raqamli marketing</p> <p>26. Xalqaro marketing xizmatining tashkiliy tuzilmasi</p> <p>27. Jahon bozorlarida marketing tadqiqotlari</p> <p>28. Raqobatbardosh ustunlik xalqaro marketing strategiyasini tanlash uchun asos sifatida</p> <p>29. Xalqaro platformalar va ularning rivojlanishi</p> <p>30. Xalqaro shartnomalar</p> <p>31. Xalqaro savdo tashkilotlari</p> <p>32. Xalqaro savdoda raqamli marketingning ahamiyati</p> <p>33. Tashqi iqtisodiy faoliyatda raqamli texnologiyalar</p> <p>34. Amazon kompaniyasining xalqaro marketing strategiyalari</p> <p>35. Coca cola va Pepsi kompaniyalarining narx strategiyalari</p> <p>36. Apple va Samsung raqobat strategiyalari</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"> • Xalqaro marketing tushunchasi, tashqi bozorlarning ichki va tashqi muhitini o'rganish tashqi iqtisodiy faoliyatini tashkil etish hamda xalqaro marketing tadqiqotlaridan qanday foydalanish lozimligi haqida <i>tasavvur va bilinga ega bo'lishi</i>; • Tashqi bozorlarga chiqishda xalqaro marketing strategiyalaridan foydalanish, marketing konsepsiyalari doirasida amaliy jarayonlarni baholash, xalqaro bozorlarni segmentlash va ularda tovarlarni siliyotish imkoniyatlarini amaliyotda qo'llay olish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; • Xalqaro marketing sohasida ishlarni tashkil etishni, tashqi bozor uchun tovarlar narxini hisoblashni, tashqi bozorlarda reklama qilishni tashkil etishni, tashqi bozorlarda tovarlarni taqsimlashni tashkil etishni, xalqaro marketing muhiti elementlarini va ularning strategik qarorlar qabul qilishga ta'sirini baholash <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>. <p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; 	
4.	
5.	