

Ўзбекистон Республикаси Қишлоқ ва Сув хўжалиги вазирлиги

Тошкент ирригация ва мелиорация институти

“Сув хўжалигини бошқариш” кафедраси

**“Маркетинг” фанидан
курс ишини бажариш бўйича**

Методик қўлланма



Тошкент-2008

Ушбу методик қўлланма институт Илмий-методик Кенгашининг “ ____ ” _____
2008 йилда бўлиб ўтган _____ сонли мажлисида кўриб чиқилган ва чоп этишга тавсия
этилган.

Методик қўлланма “Маркетинг” фанининг ўқув режасига асосан тузилган бўлиб,
талабаларнинг назарий билимларини амалиёт билан боғлаган ҳолда фанни чуқур
ўрганишга ёрдам беради. Методик қўлланма, ишнинг мазмуни, бажариш учун
тайёргарлик, адабиётлар билан ишлаш, ҳамда амалий кўрсатмаларни жадвалда изоҳлаш,
таҳлил қилиш, мавзуни ҳар томонлама назарий ва амалий асослаш, хулоса ва таклифлар
ёзиш тартиби, ишнинг режасини тузиш тартиби ишини ёзиб тугатиш ва ҳимояга
расмийлаштиришни ўз ичига олади.

Қўлланма 5340200 «Менежмент (сув хўжалигида)» йўналиши талабаларига
мўлжалланган.

Тузувчилар:

А.Ж. Тошбоев, доцент.
Х.Т. Тошматов, доцент
У.Э.Холиёров, ассистент

Такризчилар:

О. Қаландаров, Тошкент Давлат аграр
Университети “Фермер хўжаликлари
ва бошқа қишлоқ хўжалиги
корхоналари иқтисодиёти ва
бошқариш” кафедраси доценти,
иқтисод фанлари номзоди.
А. Пулатов, доцент

К И Р И Ш

Республика мустақилликка эришгандан сўнг, унинг жаҳон ҳамжамиятидаги мавқеи ва обрўсини кўтариш мақсадида чуқур ижтимоий иқтисодий ислохотлар олиб борилмоқда. Айниқса қишлоқ ва сув хўжалигида бошқариш тизимини ислох қилиш ва бозор муносабатлари шаклланимоқда. Умуман миллий иқтисодиётимизни шакллантириш жараёни назарий жиҳатдан қайта кўриб чиқилиб, жаҳон тажрибалари асосида демократик бошқариш тизимига ўтилмоқда. Иқтисодий ўзгаришлар қанчалик мантиқли ва барқарор давом этса, халқимиз турмуш фаолияти шунчалик яхшиланиб боради. Инсоннинг турмуш даражаси қанча юқори босқичларга кўтарилса, жамият ва шахс манфатлари уйғунлашиб, иқтисодий манбалар товар ва хизматлар бозори, молиявий, моддий ва ахборот ресурсларнинг эркин ҳаракатлари тезлашиб бозор муносабатлари яхшиланиб боради. База ўз тарақиётига эришгунча узоқ тарихий йўлни босиб ўтди. Маркетингнинг асосий вазифаси товар ва хизматлар базасини ўрганиш ва ташкил қилишдан иборат. Маркетинг ҳар бир фаол фуқаро, тадбиркор, бизнесмен, фирма, фермер, корхона умуман фаолият юритувчилар фаолиятида кенг қўлланилади.

Мустақилликдан кейин республикада маркетингнинг бозор қонун қоидаларига мувофиқ хўжалик юритиш тизимининг асосий воситасига айланиш даври бошланди. Олий таълимда ҳам маркетинг фаолиятини ўқитиш ўқув режаларига киритилди. “Менежмент (сув хўжалигида)” бакалаврият йўналиши талабалари ҳам “Маркетинг” фанини чуқур ўрганиб, шу фандан ўқув режа асосида курс ишини бажарадилар.

Курс ишини ёзишдан мақсад назарий билимларни ҳамда кўникмаларни чуқурлаштириш, маркетинг муаммоларини ечишда мустақил қарор қабул қила олиш ва мустақил фикрлаш кўникмасини намоён этиш орқали фанни чуқур ўрганишдан иборат.

Курс ишига мавзу танлаш

Талаба ўзининг билим салоҳиятидан у ёки бу иқтисодий муаммога қизиқишидан келиб чиққан ҳолда мавзу танлайди.

Курс иши – **5340200 “Сув хўжалиги менежменти”** йўналиши бўйича талабаларнинг назарий ва методик билим савиясидан келиб чиққан ҳолда, танланган мавзунинг афзолияти ўрганиш, бирорта хўжалик субъекти мисолида унинг фаолиятини маркетинг нуқтаи назаридан таҳлил қилиш, асосида аниқ таклифлар ва тавсиялар ишлаб чиқишга қаратилган.

Курс иши илмий тадқиқотга хос хусусиятларни жамлаши, амалиётга тадбиқ этиш учун аниқ тавсияномаларни ифодалаши лозим.

Курс ишига илмий раҳбарлик кафедра ўқитувчилари томонидан тайинланиб, кафедра умумий мажлисининг баённомаси билан тасдиқланади.

Курс ишини бажариш учун методик кўрсатма

“Маркетинг” фани бўйича курс иши мазмунини танланган мавзуга мос бўлиб унинг моҳияти тўла ёритиб берилиши лозим. Курс иши уч қисмдан: кириш, асосий қисм, хулоса ва таклифлардан иборат бўлади. Курс иши режаси талаба томонидан тузилади ва раҳбар ўқитувчи томонидан кўриб чиқилади. Зарурият туғилса тегишли ўзгартиришлар киритилади ва услубий маслаҳатлар берилади.

Кириш қисмида танланган мавзунинг долзарблиги, иқтисодиётда тутган ўрни ва аҳамияти, аниқ шароитларда бу масаланинг қўйилиши ва ечимининг ўзига хос жиҳатлари асослаб берилади. Шунингдек, киришда курс ишининг мақсади ва вазифалари аниқ кўрсатилади.

Курс ишининг асосий қисмида ўрганилаётган мавзунинг назарий ва амалий жиҳатлари очиқ берилади. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини таҳлил қилишнинг асосий йўналишлари, вазифалари, танланган мавзунинг умумназарий асослари

кўриб чиқилади. Курс ишида амалий маълумотлардан фойдаланилган ҳолда молиявий таҳлилга иқтисодий тавсифнома берилади, танланган мавзуга оид барча назарий билимлардан, иқтисодий жараёнларни ўрганиш усулларида фойдаланилади.

Иқтисодий маълумотларни жадвал, график, диаграмма ва бошқа кўринишда бериш мумкин. Иқтисодий маълумотлар таҳлил қилиниб унинг асосида шаклланган хулоса билан тугалланиши лозим.

Асосий қисм ўрганилган мавзунинг моҳияти ёки мазмунидан, ҳамда кўйилган мақсад ва вазифалардан келиб чиққан ҳолда аниқ таклиф ва тавсиялар билан тугалланади. Таклифлар назарий ва амалий аҳамиятга эга бўлмоғи лозим.

Хулоса ва таклифлар асосий қисмда ўз аксини топган бўлиб саволлар бўйича ёзилган бўлиши ва аниқ мақсадга йўналтирилган бўлиши лозим.

Курс иши талаба томонидан мантиқий изчилликда тушунарли ва равион тилда ёзилган бўлиши лозим. Кўп сўзли баённомаларга, шунингдек ўқув қўлланмалар ва иқтисодий адабиётлардан тўғридан – тўғри кўчириб ёзишга рухсат этилмайди.

Курс ишини бажаришни ташкил этиш

Курс ишини топшириш муддати ўқув режасига биноан белгиланади. Курс иши раҳбари талаба билан биргаликда курс иши топшириқларини ва уларни бажаришнинг тақвимий режасини ишлаб чиқади.

Курс ишини бажариш раҳбар томонидан тасдиқланган топшириқларга ва тақвим жадвалига қатъий мувофиқ ҳолда амалга оширилиши лозим.

Адабиётларни ўрганиш, маълумотларни тўплаш, хулоса ва таклифларни асослаш бўйича методик кўрсатма

Танланган курс ишига мувофиқ талаба мустақил равишда адабиётларни, расмий хужжатларни ва идоравий материалларни ўрганади. Адабиётларни

ўрганиш талабага тадқиқотнинг назарий асосларини аниқлаб олиш, яъни мавзуга алоқадор бўлган иқтисодий муносабатларни ўрганиш, мақсадни ва ундан келиб чиққан ҳолда вазифаларни аниқлаш, ўрганилаётган жараёнларнинг ривожланиш қонуниятларини ва илмий атамалар тизимини билиб олиш имконини беради. Адабий манбааларни ва мавзуга тааллуқли масалаларнинг ҳозирги аҳолини чуқур ўрганиш курс ишини ёзиш учун зарур материалларнинг ҳажминини ва характерини аниқлашга замин яратади.

Курс ишини бажариш иқтисодий ислохотларни амалга оширишни, бозор иқтисодиётига ўтишни таъминловчи Ўзбекистон Республикаси Қонунларини, Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов асарларини ва фармонларини, шунингдек Ўзбекистон Республикаси қишлоқ ва сув хўжалиги вазирлиги томонидан қабул қилинган меъёрий ҳужжатларни ўрганишни назарда тутди. Мавзу бўйича материалларни ўрганаётганда Республикамизда ҳамда хорижий давлатларда чоп этилаётган журналлардан қолаверса, даврий матбуот материалларидан, интернет маълумотларидан кенг миқёсда фойдаланиш мақсадга мувофиқ.

Назарий ва амалий материалларни ўрганаётганда фикр – мулоҳазаларни хомаки тарзда ёзиб бориш лозим бўлади. Бу кейинчалик курс иши режасига биноан материалларни тартибга солишни ва умумийлаштиришни енгиллаштиради.

Тўпланган ҳужжатлар материаллар ўрганаётган мавзунинг ҳозирги ҳолатини ифодалашга, ривожланиш жараёнлари ва йўлларини аниқлашга имкон беради, кўриб чиқиляётган муаммони ҳал этиш ва уни такомиллаштириб бориш учун замин яратади.

Айрим ҳолларда ўрганилаётган муаммо бўйича зарур маълумотларга эга бўлиш учун махсус кузатувлар ўтказилади.

Тўпланган рақамли маълумотлар таҳлилий жадвалларда тартибга солиниб умумлаштирилади. Бу жадваллар иқтисодий таҳлиллар, хулоса ва тавсияномалар учун асос бўлиб хизмат қилади.

Олинган материалларни таҳлил қилиш натижалари ўрганиб бўлингач, курс ишини бажаришнинг янада қийинроқ босқичига – хулоса ва таклифларни асослашга киришилади. Хулоса ва таклифлар курс ишининг мазмунидан келиб чиқиши ҳамда аниқ бир мавзунинг аҳволини яхшилашга ва такомиллаштиришга йўналтирмоғи лозим.

Курс ишини расмийлаштириш

Курс ишини бажариш жараёнида тўпланган ва қайта ишланган маълумотлар аниқ, тартибли ва ҳаққоний бўлиши керак. Материаллар баёни мантиқий, изчил, тузилишлари қисқа ва аниқ, мавҳум фикрлар, қайтаришлар бўлмаслиги, хулосалар исботланган ва тавсияномалар асосланган бўлмоғи лозим.

Режа курс ишининг қисмларини, саволларнинг номини, тартибини ўзида акс эттирмоғи лозим. “Кириш”, “Хулоса ва таклифлар” истисно тариқасида рақамланмайди, барча саволлар, араб рақамлари билан рақамланиши лозим.

Курс иши бетлари кетма – кет рақамланиши лозим, биринчи бетнинг пастки қисмининг ўртасида араб рақами қўйилади. Агар курс ишида турли хил чизмалар, жадваллар, диаграммалар бўлса уларни маълум туркумлар бўйича умумий тартиб асосида рақамланишга қўшиш керак. Масалан, жадваллар алоҳида кетма – кетликда рақамланади, диаграммалар алоҳида кетма – кетликда рақамланади. Муқова варағига тартиб рақами қўйилмайди.

Ҳар бир жадвал ўз мазмунидан келиб чиқиб номланиши ва тегишли жадвал тепасида “жадвал” сўзи ёзилиши керак. Жадвал маълумотларининг манбалари жадвалнинг тагига манба сифатида ёзилиши керак.

Адабиётлар рўйхатида фойдаланилган барча манбалар алфавит тартиби бўйича рақамланади. Биринчи тартибда Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, фойдаланилган Президент асарлари, қонунлар ва фармонлар,

меъёрий хужжатлар, дарслик ва ўқув қўлланмалар, журнал мақолалари, рўзномалар, интернет манзиллари ва ҳоказолар киритилади.

Илова курс ишининг охирида берилади. Ҳар бир илова янги бетдан бошланади, саҳифанинг ўнг томонидаги юқори бурчагига кетма – кет тартиб рақамида илова сўзи ёзилади. Ҳар қайси илова сарлавҳага эга бўлиши керак. Ишдаги иллюстрациялар уларнинг мазмунига қараб белгиланади.

Курс ишини ёзиб тугатгач уни саволларнинг ўзаро боғланишига ва баён этилиш усулига алоҳида эътибор берган ҳолда қайта ўқиб чиқиш лозим бўлади. Аксарият ҳолатларда қайта ўқилишда илгари кўзга ташланмаган хатоларга, қарама – қарши фикрларга, нотўғри танланган қиёслашларга ва ҳоказоларга дуч келиш мумкин. Айниқса, формулаларни, рақамларни, кўчирмаларни, библиографик ёзувларни дастлабки манбалар бўйича диққат билан ўрганиб, текшириб чиқиш лозим. Зарурат туғилганда қўлёзмани тўлдириб, маромига етказиш лозим.

Курс ишининг ҳажми 30-40 бет компьютерда 20-25 бетдан кам бўлмаслиги лозим. Агар курс иши талаб қилинган ҳажмда бажарилмаса, унда аниқ объект фаолияти билан боғланган бўлмаса, шунингдек мазмуни саёз, кўчирмалар кўп бўлса, курс иши қайта ишланиб, талаб даражасига етмагунга қадар муҳокамага қабул қилинмайди. Иловалар курс иши ҳажми ҳисобига кирмайди.

Курс иши ўзбек тилида орфографик ва статистик хатоларсиз ёзилиши лозим.

Курс иши белгиланган муддатларда “Сув хўжалигини бошқариш” кафедрасига топширилиши керак. Курс ишининг титул варағини расмийлаштириш тартиби қуйида келтирилган.

А-4 ўлчамли ёзув қоғозига курс ишини ёзиш тартиби:

Курс иши бетларида қуйидаги масофа қолдирилиши лозим: Чап томондан – 30 мм, юқоридан – 25 мм, пастдан – 25 мм, ўнг томондан – 15 мм.

Ҳар бир қаторга 58 – 60 тадан белги ёзилади.

Курс иши режасидаги саволларнинг номлари курс ишининг тегишли жойларида сарлавҳа сифатида такрорланиши лозим. Ёзиб тугалланган курс ишига талаба ва илмий раҳбар томонидан имзо қўйилади.

Курс ишига тақриз ёзиш ва ҳимоя қилиш

Ёзиб тугалланган ва раҳбар томонидан маъқулланган, муқоваланган курс иши белгиланган муддатда кафедрага топширилади ва тақриз берилади:

Курс иши тақризида ишнинг илмий даражасига, амалий тавсияномаларнинг асосланганлигига ва уларнинг аҳамиятига баҳо берилиши, йўл қўйилган камчиликлар кўрсатилиши ва талаба маҳорати баҳоланиши лозим.

Курс иши кафедрада ташкил қилинган ҳайъат аъзолари олдида ҳимоя қилинади. Ҳимоя давомида талаба курс ишининг қисқа мазмунини баён этади. Танланган мавзу бўйича шахсий фикр ва мулоҳазаларни баён этгандан сўнг ҳайъат аъзолари томонидан берилган саволларга жавоб берилади.

Курс ишининг ҳимояси, ҳимоя натижалари ва илмий раҳбарнинг тақризини ҳисобга олган ҳолда “юз” баллик рейтинг бўйича баҳоланади.

Курс ишини бажармаган ва ҳимоя қилмаган талаба курсда қолдирилади.

Курс иши 2 – босқичнинг 4 семестрида бажарилади. Бажарилган курс иши мутахассислар тайёрлайдиган кафедрада ҳимоя қилинади. Ҳимоя 18 ўқув ҳафтасида бўлиб ўтади. Курс иши кафедрага ҳимоядан бир ой олдин топширилади ва ҳимоя этиш муддати раҳбар ўқитувчи томонидан белгиланади. Курс ишлари якуний назорат ўтказилгунга қадар ҳимоя этилиши шарт.

“Маркетинг” фанидан курс иши мавзулари

1. Маркетингнинг пайдо бўлиши ва ривожланиш босқичлари.
2. Маркетинг тушунчалари ва уларнинг моҳияти, маркетинг ҳақида таърифлар.
3. Маркетинг концепциялари
4. Маркетингнинг моҳияти, аҳамияти, мақсади ва вазифалари.
5. Маркетинг фанининг предмети ва методи.
6. Маркетинг таркиби ва уни ўрганиш тартиби.
7. Маркетингни бошқаришнинг айрим муаммолари ва уни ечиш йўллари.
8. Маркетинг билан умумиқтисодий ривожланиш даражаси ўртасидаги боғланиш.
9. Маркетингни бошқаришда умумиқтисодий қонунларнинг тутган ўрни ва аҳамияти.
10. Маркетингни бошқариш тамойиллари.
11. Маркетингни бошқариш усул ва услубиятлари.
12. Маркетингни бошқариш тизимининг моҳияти.
13. Ишлаб чиқариш корхонасида маркетингни бошқариш.
14. Вазирликда маркетингни бошқариш.
15. Маркетинг принциплари, вазифалари ва фаолият соҳалари.
16. Маркетингнинг ички ва ташқи муҳит тушунчалари.
17. Маркетингнинг таркибий тизимлари.
18. Корхонада маркетингни ташкил этиш.
19. Маркетинг стратегиялари, турлари ва моҳияти.
20. Маркетинг стратегиясини режалаштириш.
21. Маркетинг тадқиқотлари ва унинг таркиби.
22. Талабни ўрганиш
23. Маҳсулотни тадқиқот этиш.
24. Маркетинг тадқиқотларида ахборотлар тизими.
25. Фирманинг маркетинг фаолиятини тадқиқ этишнинг асосий йўналишлари.
26. Нарх белгилаш усуллари.
27. Нарх турлари ва уларнинг моҳияти.
28. Ташқи иқтисодий соҳада маркетингни ўрни ва аҳамияти.
29. Халқаро маркетингни ўзига хос хусусиятлари.
30. Товарларнинг рақобатбардошлиги.
31. Товар рақобатбардошлигини таъминловчи омиллар.
32. Саноат товарлари маркетингининг ўзига хос хусусиятлари.
33. Маҳсулот савдоси, тақсимоти ва товар ҳаракати.
34. Реклама моҳияти ва турлари.
35. Рекламанинг савдо сотиқни ривожлантиришдаги тутган ўрни ва аҳамияти.
36. Махсус(соф) маркетинг корхоналари фаолиятини бошқариш.

- 37.Маркетингни бошқаришнинг чет эл тажрибалари.
- 38.Маркетингни бошқаришнинг Ўзбекистонда ривож топиши.
- 39.Маркетингни бошқаришда ахборотларнинг аҳамияти ва уларнинг манбалари.
- 40.Маркетингни бошқаришда ахборотлар тизими.
- 41.Ахборотларни йиғиш, қайта ишлаш ва бошқариш.
- 42.Маркетингни бошқариш технологияси.
- 43.Маркетингни бошқариш руҳияти.
- 44.Маркетинг раҳбарининг иш услуби ва маданияти.
- 45.Маркетингни бошқаришда график ва техник воситалардан фойдаланиш, уларнинг самарадорлигини аниқлаш.
- 46.Маркетингда баҳо сиёсатининг моҳияти ва вазифалари.
- 47.Баҳоларнинг турлари ва шакллантирувчи омиллари.
- 48.Баҳоларни ҳисоблаш усуллари.
- 49.Инвестициянинг моҳияти, аҳамияти ва турлари.
- 50.Инвестиция маркетингини бошқариш ва инвестиция манбалари.
- 51.Инвестиция маркетингида талаб ва таклиф.
- 52.Инвестициялаш иқлими.
- 53.Қўшма корхоналар тузишда маркетинг хизматларини бошқариш.
- 54.Маркетингда реклама ва уни бошқариш.
- 55.Реклама турлари ва воситалари.
- 56.Маркетингда рекламани бошқариш органларининг таркибий тузилиши.
- 57.Маркетингда рекламани таёрлаш ва режалаштириш.
- 58.Маркетинг стратегиясининг моҳияти ва турлари.
- 59.Корхонада маркетингни ташкил этиш.
- 60.Маркетинг стратегиясини режалаштириш.
- 61.Фирманинг маркетинг фаолиятини ташкил этишнинг асосий йўналишлари.
- 62.Халқаро маркетинг ва унинг ўзига хос хусусиятлари.
- 63.Рақобат моҳияти, турлари ва омиллари.
- 64.Маҳсулот тақсимооти ва товар ҳаракати.
- 65.Рекламанинг моҳияти, аҳамияти ва турлари.
- 66.Реклама ва савдо сотиқни ривожлантириш.
- 67.Маркетинг стратегияси ва унинг вариантлари.
- 68.Маркетинг тадқиқотларининг моҳияти, аҳамияти ва таркибий тузилиши.
- 69.Маркетинг тадқиқотлари олиб бориш усуллари.
- 70.Маркетингда ахборотлар тизими ва уларга қўйилган талаблар.
- 71.Фирма фаолиятини тадқиқ этишнинг асосий йўналишлари.
- 72.Нархнинг турлари ва белгилаш усуллари.
- 73.Маркетинг тўғрисидаги таърифлар таҳлили.
- 74.Маркетинг тараққиётининг эволюцион босқичлари ва концепциялари.
- 75.Маркетинг таркиби ва уни ўрганиш тартиби.

- 76.Маркетингни бошқаришда умумиктисодий қонунлардан фойдаланиш.
- 77.Маркетингни бошқариш тамойиллари.
- 78.Саноат товарлари маркетинги.
- 79.Маркетингни бошқаришнинг чет эл тажрибалари.
- 80.Маркетингни бошқариш технологияси.
- 81.Маркетинг раёбарининг иш услуби ва маданияти.
- 82.Стратегик режалаштириш тартиби.
- 83.Бозорни тадқиқ қилиш йўналишлари ва сиғимини аниқлаш усуллари.
- 84.Маркетингни режалаштиришнинг айрим йўналишлари.
- 85.Маркетингни бошқаришнинг Ўзбекистонда ривож топиши.
- 86.Бозор сигменти моҳияти ва критериялари.
- 87.Корхонада маркетинг фаолиятини режалаштириш.
- 88.Корхонада маркетинг назоратини ташкил этиш.
- 89.Чакана савдони ривожлантиришда маркетинг мажмуидан фойдаланиш.
- 90.Улгуржи савдони ривожлантиришда маркетинг имкониятларидан фойдаланиш.
- 91.Товар ва хизматлар бозорида рақобат муҳитини яратиш.
- 92.Фирма рақобатбардошлигининг таҳлили.
- 93.Хизмат кўрсатиш корхоналарида маркетинг фаолиятини ташкил этиш.
- 94.Товар биржалари фаолиятида маркетинг имкониятларидан фойдаланиш.
- 95.Тадбиркорлик тизимида маркетинг фаолиятини ташкил этиш.
- 96.Фермер хўжаликларини ривожлантиришнинг маркетинг стратегияси.
- 97.Суғурта бозорини ривожлантиришда маркетинг имкониятларидан фойдаланиш.
- 98.Корхонада маркетинг имкониятларидан фойдаланиш.
- 99.Корхонада товар сиёсатини бошқариш.
100. Маркетинг тамойиллари асосида корхоналар фаолиятини ривожлантириш.
101. Маркетинг бозор фаолиятининг асоси.
102. Истеъмол товарлари бозорини ўрганиш.
103. Истеъмол товарларига талабни ўрганиш ва уни башорат қилиш.
104. Бозорни қамраб олиш стратегияси ва уни амалга ошириш йўллари.
105. Маркетинг функциялари ва уларни корхона фаолиятига тадбиқ этиш.
106. Бозор мажмуини ўрганиш ва уни такомиллаштириш.

Тавсия этиладиган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси конституцияси. Тошкент “Ўзбекистон”, 2003.
2. “Ўзбекистон Республикасининг стандартлаш ва сертификатлаш тўғрисида” ги қонуни, 1996.
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида микрокредитларни ривожлантириш чора тадбирлари тўғрисида” ги қарори, 2002 йил 30 август.
4. И.А.Каримов. Ўзбекистон иқтисодий ислоҳотларни чуқурлаштириш йўлида. Тошкент “Ўзбекистон”, 1995.
5. И.А.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. Тошкент “Ўзбекистон”, 2005.
6. Р.Алимов, Ж.Жалолов, И.Хотамов, Т.Акрамов. Маркетингни бошқариш. Тошкент “Адолат” 2000.
7. Ф.Котлер. “Основы маркетинга”. Москва “Экономика” 1997.
8. О.Абдуллаев, Ж.Жалолов, М.Отакулов. “Маркетинг фаолиятини истиқболлаш”. Тошкент “ТДИУ” 1996
9. С.С.Ғуломов. “Маркетинг асослари”. Тошкент 2000.
10. “Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида маркетинг: муаммо ва ечимлар”. Конференция материаллари. Тошкент ТДИУ 1997
11. Ж.Жалолов. “Маркетинг”(ўқув қўлланма). Тошкент 1999.
12. М.С.Қосимова, О.Ахмедов, М.Ёдгоров. “Маркетинг тадқиқотлари”. Тошкент “Меҳнат” 1998.
13. “Маркетинг тадқиқотлари”. Ўқув қўлланма. Ж.Жалолов таҳрири остида. Тошкент ТДИУ 1999.
14. И.А.Ахмедов. “Реклама бу санъат”. “Иқтисод ва ҳисобот” журнали 2006-2008.
15. О.Т.Лебедев. Основы маркетинга. Москва “Экономика” 1997.
16. “Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги” журнали. 2006-2008.
17. “Мировая экономика и международные отношения”, журнал 2006-2008.
18. Ўзбекистон аграр фани хабарномаси, 2007-2008.
19. “Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси” журнал Тошкент “Ўзбекистон”, 2007-2008.
20. Ўзбекистоннинг 2008 йилдаги ижтимоий-иқтисодий ривожланиши кўрсаткичлари. Тошкент “Ўзбекистон” 2008.
21. Интернет сайтлари.

Курс ишидаги айрим мавзуларнинг намунавий режалари

Мавзу:Товар ва фонд биржалари

Режа:

Кириш

Асосий қисм:

1. Товар биржалари ва уларнинг фаолияти.
2. Форвард битимлар, фьючерс битимлари ва опционлар.
3. Савдо уйлари.
4. Фонд биржалари ва уларнинг фаолияти.
5. Брокер компаниялари.

Хулоса ва таклифлар.

Фойдаланилган адабиётлар.

Иловалар.

Мавзу: Бозор мажмуини ўрганиш

Режа:

Кириш

Асосий қисм:

1. Товарни ва унга хос хусусиятларни ўрганиш.
2. Талаб ва таклифни ўрганиш.
3. Тақсимот ва сотиш йўлларини таҳлил қилиш.
4. Бозор рақобатини таҳлил қилиш.
5. Бозор сегментини таҳлил қилиш.

Хулоса ва таклифлар.

Фойдаланилган адабиётлар.

Иловалар.

Курс ишига тақризнинг тахминий чизмаси

- Мавзунинг долзарблиги.
- Назарий саволларнинг чуқур ёритилганлиги.
- Ишнинг илмий даражаси.
- Фойдаланилган амалий маълумотларнинг аниқлиги ва ҳаққонийлиги.
- Охирги ва интернет маълумотларидан фойдаланилганлиги.
- Замонавий изланиш усулларининг қўлланилганлиги.
- Ўрганилган саволларнинг таҳлилининг чуқурлиги.
- Хулосаларнинг тўғрилиги.
- Таклифларнинг назарий ва амалий аҳамияти.
- Амалиётда жорий этиш мумкин бўлган таклифлар рўйхати ва унинг иқтисодий самарадорлиги.
- Йўл қўйилган камчиликлар.
- Талабанинг маҳорати.
- Курс ишининг умумий баҳоси.
- Тақризчининг фамилияси, исми ва шарифи, илмий даражаси ва унвони.
- Тақриз ёзилган сана.

Курс ишини расмийлаштириш намунаси

Ўзбекистон Республикаси қишлоқ ва сув хўжалиги вазирлиги.

Тошкент ирригация ва мелиорация институти

“Сув хўжалигини бошқариш” кафедраси

“Маркетинг” фанидан

Курс иши

Мавзу: Маркетинг стратегиясини режалаштириш

Бажарди: «СХБИ» факультети ___-босқич ___-гуруҳ талабаси
Хакимов Асрор

Илмий раҳбар: Иқтисод фанлари номзоди, доцент
Тошматов Хусан Тошматович

Тошкент – 2008

Мундарижа.

1.	Кириш.....	3
2.	Курс ишига мавзу танлаш.....	4
3.	Курс ишининг мазмуни.....	4
4.	Курс ишини бажаришни ташкил этиш.....	5
5.	Адабиётларни ўрганиш, маълумотларни тўплаш, хулоса ва таклифларни асослаш.....	5
6.	Курс ишини расмийлаштириш.....	7
7.	Курс ишига тақриз ёзиш ва ҳимоя қилиш.....	9
8.	Курс ишининг мавзулари.....	10
9.	Тавсия этиладиган адабиётлар рўйхати.....	13
10.	Иловалар.....	14

Тошбоев Абдураим Жабборович
Тошматов Хусан Тошматович
Холиёров Умирзоқ Эргашевич

“Маркетинг” фанидан

Курс ишини тайёрлаш ва ҳимоя қилиш бўйича

(Методик қўлланма)

(5340200 “Сув хўжалиги менежменти” йўналиши учун)
«СХБИ» факультетининг 30 йиллигига бағишланади

Муҳаррир:

М. Нуртоева

Мусаввиҳ:

Д. Бойзоқова

Босишга рухсат этилди: _____ қоғоз ўлчами 60x84 1/16

Ҳажми 1 б.т. _____ нусха. Буюртма №: _____

ТИМИ босмахонасида чоп этилди.

Тошкент-700000, Қори-Ниёзий кўчаси-39 уй