

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ



“Халқаро иқтисодий муносабатлар” факультети

Рўйхатга олинди

«Тасдиқланди»

**“Халқаро иқтисодий муносабатлар”
факультети**

**илмий кенгашида муҳокама қилинган ва
тасдиқланган**

Кенгаш раиси Д.Х.Набиев

№ _____

« ____ » _____ 2009й

« ____ » _____ 2009 й.

“Ташқи иқтисодий фаолият” кафедраси

ОЛИЙ ТАЪЛИМНИНГ

Билим соҳаси: 300000–Ижтимоий фанлар, бизнес ва ҳуқуқ.

Таълим соҳаси: 340000–Бизнес ва бошқарув.

**Таълим йўналиши: 5340300 – «Маркетинг» (ташқи иқтисодий
фаолият)**

«БИЗНЕС МАРКЕТИНГИ»

фанидан

И Ш Ч И Ў Қ У В Д А С Т У Р И

Тошкент - 2009

Ишчи ўқув дастури “Халқаро иқтисодий муносабатлар” факультет
илмий кенгашида муҳокама қилиниб, 2009 йил « ____ » _____даги -
сонли мажлис баённомаси билан маъқулланган.

“ТАВСИЯ ЭТИЛГАН”

Ташқи иқтисодий фаолият” кафедраси
мажлисида муҳокама қилинган ва тавсия этилган
Кафедра мудири _____ проф. Ё.Қориева
(мажлисининг 1-сонли баённомаси 29 август 2009 йил)

Такризчилар:

1. Қориева Ё.К. и.ф.д. – «Ташқи иқтисодий фаолият» кафедраси мудири,
иқтисод фанлари доктори, профессор.
2. Набиев Д.Ҳ. и.ф.н. – ТДИУ, “Халқаро иқтисодий муносабатлар”
факультети декани

Тузувчилар:

© Ж.Ж.Жалолов, И.У.Нематов, Г.А.Абдилакимов, Ё.И.Эгамбердиев -
«Бизнес маркетинг» фанидан ишчи ўқув дастури. - Т.: ТДИУ, 2009. 28 бет

I. КИРИШ

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг китобида таъкидлашича «... 2008 йилда ялпи ички маҳсулотнинг ўсиш суръатлари 9 фоизни, саноатда 12,7 фоизни, жумладан, истеъмол товарлари ишлаб чиқаришда 17,7 фоизни ташкил этди, хизмат кўрсатиш ҳажми 21,3 фоизга ўсди.

2008 йилда ўртача иш ҳақи бюджет ташкилотларида 1,5 баробардан зиёд, бутун иқтисодиёт бўйича эса 1,4 баробар ошди. Натижада ўтган йили ўртача иш ҳақи миқдори 300 АҚШ долларидан ортиқ бўлди. Аҳолининг реал даромадлари эса йил давомида жон бошига 23 фоиз кўпайди¹.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида турли мулкчилик шаклидаги, ташкилий иқтисодий жиҳатдан бир-биридан фарқ қилувчи хўжалик юритувчи субъектларнинг пайдо бўлишига замин яратилди.

Шу муносабат билан талабаларга мазкур фан хусусиятлари доирасида Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг “Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” номли асарида келтирилган материаллар, қоидалар ва ҳулосаларни пухта ўзлаштиришлари, келгуси фаолиятида самарали фойдаланишлари ҳамда ижодий ёндошишларини таъминлаш фанни ўрганиш олдида турган асосий вазифалардан биридир.

Бугунги кунда ҳал этилиши лозим бўлган масалаларни ечими учун Республикамизга маркетинг соҳасида жаҳон андозаларига мос келувчи юқори малакали мутахассислар керак. Шу кунни мутахассисига, биринчидан, истеъмолчиларни эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда бозорни ҳар томонлама таҳлил қила билиш, иккинчидан бозорга таъсир эта билиш талаби қўйилади.

«Бизнес маркетинги» ўқув фанининг асосий мақсади бизнеснинг турли соҳаларида маркетингнинг ўзига хос хусусиятларини ўрганишдир. Ўқув фанининг асосий вазифалари қўйидагилардан иборат: бозорни ўрганиш, ишлаб чиқаришни истеъмолчиларнинг талабларига мослаштириш, янги товарни ишлаб чиқариш ва ўзи учун янги бозорни яратиш. Маркетинг вазифаларига мос ҳолда бозорни комплекс ўрганиш, товар ассортиментини бошқариш, товар ҳаракатини бошқариш, сервис хизматларини ташкил этиш, баҳо сиёсатини, реклама фаолиятини шакллантириш, ўтказувчи рабатлантириш, сегментация ва бозор ҳажмини аниқлаш, ишлаб чиқариш воситалари бозорининг ўзига хос томонлари ва унинг элементларини амалиётга тадбиқ этишни. Товар ва товар сиёсати. Ишлаб чиқаришга мўлжалланган товарларга қўйиладиган талабларни тадқиқ этиш. Товарнинг ҳаётийлик даврига боғлиқ бўлган фойдалилик. Янги товарни яратиш. Сервис, дизайн, товарни ўраш-жойлаш тамойилларини ўрганишдан иборат.

Ушбу ўқув фанини ўрганиш учун қўйидаги фанларни билиш зарурдир: «Макроиқтисодиёт», «Микроиқтисодиёт», «Бозор инфраструктураси»,

¹ И.Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. -Т.: “Ўзбекистон”. 2009й. -56 бет

«Кичик ва ўрта бизнес», «Тадбиркорлик асослари», «Менеджмент», «Молия», «Пул ва кредит», «Ташқи иқтисодий фаолият асослари», «Солиқ ва солиққа тортиш», «Бизнес-режа», «Логистика», «Маркетинг», «Ўзбекистон Республикасида қўллаб-қувватланадиган халқаро маркетинг» ва бошқалар.

Фанни ўқитишда проф.Ж.Жалолов томонидан “ТИФ асослари” фанидан ўқув услубий мажмуа ва ўқув услубий таълим технологияси бўйича услубий қўлланмада келтирилган илгор педагогик ҳамда ахборот технологияларининг (ақлий ҳужум, бумеранг, инсерт, веер, презентация, слайдлар тайёрлаш ва улардан самарали фойдаланиш; тестлар тайёрлаш, интернет тизимидан) усулларидан фойдаланилади.

Фанга ажратилган ўқув соатларининг ўқув турлари бўйича тақсимооти

№	Мавзу	Аудитория соатлари				Муста -қил иш	Жами
		Жам и	Шу жумладан:				
			Маъруза	Амалий (семинар)	Тажри ба		
1.	Бизнес маркетингининг назарий асослари	4	2	2		6	10
2.	Саноат маркетинги.	8	4	4		6	14
3.	Ишлаб чиқариш воситалари бозорида маркетинг	4	2	2		6	10
4.	Истеъмол товарлари маркетинги	4	2	2		6	10
5.	Агросаноат комплекси маркетинги	4	2	2		6	10
6.	Капитал қурилиш объектлари маркетинги.	4	2	2		4	8
7.	Интеллектуал маҳсулотлар бозорида маркетинг	4	2	2		4	8
8.	Нотижорат маркетинги	4	2	2		4	8
9.	Банк фаолияти маркетинги	4	2	2		6	10
10.	Қимматли қоғозлар бозорида маркетинг	4	2	2		4	8
11.	Хорижий инвестицияларга эга корхоналарда маркетинг	8	4	4		4	12
12.	Кичик бизнесда маркетинг	8	4	4		4	12
13.	Ахборот технологиялари соҳасида маркетинг	8	4	4		4	12
14.	Инновация маркетинги	8	4	4		6	14
15.	Ташқи иқтисодий фаолият маркетинги	8	4	4		4	12
	Ҳаммаси	84	42	42		74	158

2.Асосий қисм

2.1. Маъруза машғулотларининг мавзулари

1 – мавзу. Бизнес маркетингининг назарий асослари (2 соат)

Режа:

«Бизнес» тушунчасининг моҳияти ва аҳамияти. Бизнес босқичлари ва турлари. «Бизнес маркетинг» фаннинг предмети, ўрганиш усуллари ва объекти. «Бизнес маркетинг» фаннинг асосий мақсади. Бизнес маркетингининг муҳити.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Т.В.Муртузашева, Р.К.Цахаев Маркетинг задачи, кейсы, тесты: Учебное пособие. М.: «Экзамен», 2008г. 289 стр.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр. 56-65
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.. стр. 45-55.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр. 78-89.
6. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 2002 г, стр. 104-112.
7. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр 56-67.
8. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ. 2000 г, стр. 54-56.

2 – мавзу. Саноат маркетинги (4 соат)

Режа:

1-маъруза(2 соат)

Саноат товарлари бозорининг шаклланиши ва ҳозирги вақтдаги аҳволи. Саноат товарлари классификацияси.

2-маъруза(2 соат)

Республикада саноат товарлари бозорининг ривожланиш хусусиятлари. Саноат товарлари маркетингининг ўзига хос хусусиятлари. Саноат маркетингининг моҳияти, мақсади, усуллари ва асосий тамойиллари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Т.В.Муртузашева, Р.К.Цахаев Маркетинг задачи, кейсы, тесты: Учебное пособие. М.: «Экзамен», 2008г. 289 стр.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. –

272с.. стр.63-70.

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр.76-86.
5. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 78-88.
6. Крылова Г.Д. Маркетинг (Теория и 86 ситуаций). М.:ЮНИТИ. 2002г, стр. 78-89.
7. Хруцкий Е.В. и др. Современный маркетинг. М.: «ФиС», 2001 г, стр. 34-45.
8. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 54-67 бетлар.

3-Мавзу. Ишлаб чиқариш воситалари бозорида маркетинг (2 соат)

Режа:

Ишлаб чиқариш воситалари бозоридаги товарларнинг хусусиятлари ва туркумланиши. Ишлаб чиқариш воситаларини таснифлаш ва кодлаштириш. Ишлаб чиқариш воситалари маркетингида реклама. Ишлаб чиқариш воситалари маркетинг стратегияси ва тактикаси

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр. 243-244.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 214-218.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр. 24-34.
4. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 2002 г, стр. 65-78.
5. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 56-67.
6. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ. 2000 г, стр. 114-125.

4-Мавзу. Истеъмол товарлари маркетинги (2 соат)

Режа:

Истеъмол бозоридаги товарларнинг хусусиятлари ва туркумланиши. Истеъмол товарлари бозори асосий субъектларининг тавсифи. Истеъмол товарлари маркетинги, унинг стратегия ва тактикаси. Истеъмол товарлари бозорининг илғор чет эл тажрибаси.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр 136-138.
2. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2003 г, стр. 67-86.
3. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр.12-25.

4. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр.78-86.
5. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 71-78 бетлар.

5 – мавзу. Агросаноат комплексида маркетинг (2 соат)

Режа:

Республикада қишлоқ хўжалиги ривожининг хусусиятлари. Қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлаш корхоналарида маркетингдан фойдаланиш имкониятлари, аҳамияти ва зарурлиги. Агромаркетингнинг ўзига хос хусусиятлари. Агромаркетинг функциялари. Агромаркетинг ахборот тизими.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 345-350.
3. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ. 2000 г, стр. 98-105.
4. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр.35-44.
5. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр.43-45.
6. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 12-18 бетлар.

6 – мавзу. Капитал қурилиш объектлари маркетинги (2 соат)

Режа:

Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида капитал қурилишнинг аҳамияти. Капитал қурилиш объектлари маркетингнинг ўзига хос хусусиятлари. Капитал қурилиш объектларига талаб ва эҳтиёжни ўрганиш. КҚО ини сотиш бўйича комплекс фаолиятини таҳлил қилиш. КҚО бозорида рақобатни таҳлил қилиш ва рақобатбардошлик омиллари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 432-436.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.
- Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр. 77-84.

3. Завялов П.С., Демидов В.С. «Формула успеха маркетинга» М.: МО. 2002 г, стр. 65-69.
4. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 43-52.
5. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, стр. 56-67.

7 – мавзу. Интеллектуал маҳсулотлар бозорида маркетинг (2 соат)

Режа:

Интеллектуал ва саноат мулки тушунчаси ва унинг моҳияти. Интеллектуал мулк соҳасида маркетингдан фойдаланиш хусусиятлари. Интеллектуал маҳсулотлар бозори ва унинг хусусиятлари. Лицензиялар бозори ва унинг хусусиятлари. Хизматлар бозори ва уларнинг товар сифатидаги хусусиятлари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 89-92.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 345-348.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структур. М.: Дело, 2002 г, стр. 23-33.
4. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 104-112.
5. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 32-44.
6. Уткин В.А. Рекламное дело. М.: Прогресс, 2001 г, стр. 23-26.

8 – мавзу. Нотижорат маркетинги (2 соат)

Режа:

Нотижорат маркетингининг моҳияти. Нотижорат маркетинги билан шуғулланувчи ташкилотлар. Нотижорат маркетингида таксимот (айирбошлаш) жараёни. Сиёсий маркетинг.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 456-465.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 94-96.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003г, стр. 54-65.
4. Г.Д.Крылова Маркетинг (Теория и 86 ситуаций). М.: ЮНИТИ, 2002, стр. 89-102.

5. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 33-37.
6. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, 56-62.
7. Хруцкий Е.В. и др. Современный маркетинг. М.: «ФиС», 2001 г, стр. 28-34.
8. Академия рўнка: маркетинг.(Под редакций Бравермана С.Г.). М.: Экономика, 2000 г, стр. 66-72.

9 – мавзу. Банк фаолияти маркетинги (2 соат)

Режа:

Банк хизматлари маркетингининг моҳияти ва аҳамияти. Банк маркетингининг мақсади. Банк маркетингининг асосий функциялари. Ўзбекистонда банк маркетингини шакллантириш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 98-102.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 561-565.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 2002 г, стр.78-89.
4. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 58-63.
5. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 24-35.
6. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 78-86.
7. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр. 45-55.
8. З.Фегеле. Директ-маркетинг. М.: АО «Интерэксперт», 2000 г, стр. 61-65.

10 – мавзу. Қимматли қоғозлар бозорида маркетинг (2 соат)

Режа:

Қимматли қоғозлар бозорининг шаклланиши. Қимматли қоғозлар бозорини ривожланиш хусусиятлари. Қимматли қоғозлар маркетингининг ўзига хос хусусиятлари. Маркетинг стратегияси қуйиладиган талаблар. Қимматли қоғозлар бозорини сегментлаш

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 464-468.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 98-102.
3. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр. 65-68.

4. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2000 г, стр. 79-87.
5. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 42-53.
6. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 81-84.

11 – мавзу. Хорижий инвестицияга эга корхоналарда маркетинг (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Ўзбекистон Республикасида кўшма корхоналарни иқтисодиётдаги ўрни ва аҳамияти. Кўшма корхоналарда маркетингдан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари. Кўшма корхоналар ривожининг асосий йуналишлари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Бизнес-режа ва кўшма корхона маркетинг дастури. Маркетинг дастури блоклари. Кўшма корхоналар маркетингининг Ўзбекистондаги истиқболи

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Забин Д., Бребах Г. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов/ пер. с англ. Прал. Тит. Англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 304с., стр 45-48.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 567-569.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 174-178.
5. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2000 г, стр.58-62.
6. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 21-30.

12-Мавзу. Кичик бизнесда маркетинг (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Кичик бизнес субъектлари маркетинг комплексининг хусусиятлари. Кичик бизнес субъектларда маркетинг фаолиятини ташкилий ҳолати.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Кичик бизнес субъектлари маркетинг муҳитининг шу кунги ҳолати. Кичик бизнес субъектлари самарадорлигини юксалишида маркетингнинг таъсири. Кичик бизнесда башоратлашнинг ўзига хос хусусиятлари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Забин Д., Бребах Г. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов/ пер. с англ. Прал. Тит. Англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2006.

– 304с, стр 356-358.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 478-482.

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр 245-248.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр.8-12.

5. Завялов П.С., Демидов В.С. «Формула успеха маркетинга» М. МО. 2002 г, стр. 75-78.

6. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув кўлланма). Т.: ДИТАФ, 2000 й, 22-26 бетлар.

13 – мавзу. Ахборот технологиялари соҳасида маркетинг (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Информация тижорат тақсимооти объекти сифатида. Маълумотлар мазмуни, уларни етказиш шакли. Маълумотлар базаси (БМ). Автоматлаштирилган маълумотлар банки (АМБ).

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Интерактив технология. Информацион маркетинг. Информацион маҳсулотлар ҳаётийлик даври турли босқичларда интерактив хизматлар ҳаракати.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговая коммуникация: Учебник/ Под ред. проф. Л.П.Дашкова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашкова и К°», 2006. - 304с., стр 245-257.

2. Том Филтерштейн. Убойный маркетинг. 401 способ увеличить продажу, максимизировать прибыль и победить конкурентов / Т. Филтенштейн. – М.: Из-кий дом Гребенникова, 2006. – 360с., стр 222-234.

3. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 54-61.

4. Голубков Е.П. и др. Маркетинг: выбор лучшего решения. М. Экономика, 2003 г, стр.14-18.

14-Мавзу. Инновация маркетинги (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Инновацион фаолият маркетингининг моҳияти. Инновацион фаолият маркетингининг ўзига хос хусусиятлари. Инновациялар бозорнинг давлат томонидан тартибга солинишини кучайтириш.

2-майруза (2 соат)

Режа:

Миллий иқтисодийнинг ривожланишида инновация маркетингининг роли. Инновацион маркетингининг ривожланиш йўналишлари. Инновацион маркетингининг мукамаллаштириш йўналишлари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Ерёмин В.Н. Маркетинг: Основы маркетинг и информации. – Маркетинг: КНОРУС, 2006. – 656с., стр 347-352.
2. Забин Д., Бребах Г. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов/ пер. с англ. Прал. Тит. Англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 304с., стр 245-248.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 468-473.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.
5. Найт. П. Высокоэффективный маркетинговый план. Пошаговое руководство для компаний всех типов и размеров. - СПб.: Вектор, 2006. - 160с., стр 65-69.
6. Завялов П.С., Демидов В.С. «Формула успеха маркетинга» М. МО. 2002 г, стр. 68-72.
7. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув қўлланма). Т.: ДИТАФ, 2000 й, 64-69 бетлар.
8. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 59-64 бетлар.

15 – мавзу. Ташқи иқтисодий фаолият маркетинги (4 соат)

1-майруза (2 соат)

Режа:

«Ташқи иқтисодий фаолият маркетинги» тушунчасининг моҳияти. Халқаро фирмалар фаолиятини бошқаришда маркетинг махсус функция сифатида. Ташқи иқтисодий маркетингини мукамаллаштириш йўналишлари

2-майруза (2 соат)

Режа:

ТИФ маркетинг фаолияти стратегиясини ишлаб чиқиш ва асослаш. Халқаро фирмалар маркетинг фаолияти технологияси. Ишлаб чиқариш бўйича маркетинг дастурини яратиш

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 278-283.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр 167-174.
3. Найт. П. Высокоэффективный маркетинговый план. Пошаговое руководство для компаний всех типов и размеров. - СПб.: Вектор, 2006. - 160с., стр. 89-93.
4. Предприятие на внешних рынках: внешнеторговое дело. Под ред. С.И.Долгова, проф. И.И. Кретьева. М.: БЕК, 2004 г., стр 95-98.
Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 102-109 бетлар.
5. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2000, стр.89-93.
6. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув қўлланма). Т.: ДИТАФ, 2000 й, 42-47 бетлар.

2.2. Семинар (амалий ва лаборатория) машғулотларининг мазмуни

1 – мавзу. Бизнес маркетингининг назарий асослари (2 соат)

Режа:

«Бизнес» тушунчасининг моҳияти ва аҳамияти. Бизнес босқичлари ва турлари. «Бизнес маркетинг» фаннинг предмети, ўрганиш усуллари ва объекти. «Бизнес маркетинг» фаннинг асосий мақсади. Бизнес маркетингнинг муҳити.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр. 56-65
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.. стр. 45-55.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр. 78-89.
2. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 2002 г, стр. 104-112.
5. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ. 2000 г, стр. 54-56.

2 – мавзу. Саноат маркетинги (4 соат)

Режа:

1-Амалий машғулот (2 соат)

Саноат товарлари бозорининг шаклланиши ва ҳозирги вақтдаги аҳволи. Саноат товарлари классификацияси.

2- Амалий машғулот (2 соат)

Республикада саноат товарлари бозорининг ривожланиш хусусиятлари. Саноат товарлари маркетингининг ўзига хос хусусиятлари. Саноат маркетингининг моҳияти, мақсади, усуллари ва асосий тамойиллари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.. стр.63-70.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр.76-86.
3. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 78-88.
4. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 113-119.
5. Крылова Г.Д. Маркетинг (Теория и 86 ситуаций). М.:ЮНИТИ. 2002г, стр. 78-89.
6. Хруцкий Е.В. и др. Современный маркетинг. М.: «ФиС», 2001 г, стр. 34-45.
7. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 54-67 бетлар.

3-Мавзу. Ишлаб чиқариш воситалари бозорида маркетинг (2 соат)**Режа:**

Ишлаб чиқариш воситалари бозоридаги товарларнинг хусусиятлари ва туркумланиши. Ишлаб чиқариш воситаларини таснифлаш ва кодлаштириш. Ишлаб чиқариш воситалари маркетингида реклама. Ишлаб чиқариш воситалари маркетинг стратегияси ва тактикаси

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр. 243-244.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 214-218.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр. 24-34.
4. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 2002 г, стр. 65-78.
5. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 56-67.
6. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ. 2000 г, стр. 114-125.

4-Мавзу. Истеъмол товарлари маркетинги (2 соат)**Режа:**

Истеъмол бозоридаги товарларнинг хусусиятлари ва туркумланиши. Истеъмол товарлари бозори асосий субъектларининг тавсифи. Истеъмол товарлари маркетинги, унинг стратегия ва тактикаси. Истеъмол товарлари бозорининг илғор чет эл тажрибаси.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр 136-138.
2. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2003 г, стр. 67-86.
3. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр.12-25.
4. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр.78-86.
5. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 71-78 бетлар.

5 – мавзу. Агросаноат комплексида маркетинг (2 соат)

Режа:

Республикада қишлоқ хўжалиги ривожининг хусусиятлари. Қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлаш корхоналарида маркетингдан фойдаланиш имкониятлари, аҳамияти ва зарурлиги. Агромаркетингнинг ўзига хос хусусиятлари. Агромаркетинг функциялари. Агромаркетинг ахборот тизими.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 345-350.
3. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ. 2000 г, стр. 98-105.
4. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр.35-44.
5. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр.43-45.
6. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 12-18 бетлар.

6 – мавзу. Капитал қурилиш объектлари маркетинги (2 соат)

Режа:

Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида капитал қурилишнинг аҳамияти. Капитал қурилиш объектлари маркетингнинг ўзига хос хусусиятлари. Капитал қурилиш объектларига талаб ва эҳтиёжни ўрганиш. КҚО ини сотиш бўйича комплекс фаолиятини таҳлил қилиш. КҚО бозорида рақобатни таҳлил қилиш ва рақобатбардошлик омиллари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая

корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 432-436.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.

Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр. 77-84.

3. Завялов П.С., Демидов В.С. «Формула успеха маркетинга» М.: МО. 2002 г, стр. 65-69.

4. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 43-52.

5. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, стр. 56-67.

7 – мавзу. Интеллектуал маҳсулотлар бозорида маркетинг (2 соат)

Режа:

Интеллектуал ва саноат мулки тушунчаси ва унинг моҳияти. Интеллектуал мулк соҳасида маркетингдан фойдаланиш хусусиятлари. Интеллектуал маҳсулотлар бозори ва унинг хусусиятлари. Лицензиялар бозори ва унинг хусусиятлари. Хизматлар бозори ва уларнинг товар сифатидаги хусусиятлари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 89-92.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 345-348.

3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структур. М.: Дело, 2002 г, стр. 23-33.

4. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов, М.: Внешторгиздат, 2002 г, стр. 104-112.

5. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 32-44.

6. Уткин В.А. Рекламное дело. М.: Прогресс, 2001 г, стр. 23-26.

8 – мавзу. Нотижорат маркетинги (2 соат)

Режа:

Нотижорат маркетингининг моҳияти. Нотижорат маркетинги билан шуғулланувчи ташкилотлар. Нотижорат маркетингида таксимот (айирбошлаш) жараёни. Сиёсий маркетинг.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 456-465.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 94-96.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003г, стр. 54-65.
4. Г.Д.Крылова Маркетинг (Теория и 86 ситуаций). М.: ЮНИТИ, 2002, стр. 89-102.
5. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 33-37.
6. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, 56-62.
7. Хруцкий Е.В. и др. Современный маркетинг. М.: «ФиС», 2001 г, стр. 28-34.
8. Академия рынка: маркетинг.(Под редакций Бравермана С.Г.). М.: Экономика, 2000 г, стр. 66-72.

9 – мавзу. Банк фаолияти маркетинги (2 соат)

Режа:

Банк хизматлари маркетингининг моҳияти ва аҳамияти. Банк маркетингининг мақсади. Банк маркетингининг асосий функциялари. Ўзбекистонда банк маркетингини шакллантириш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 98-102.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с.. стр 561-565.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 2002 г, стр.78-89.
4. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 58-63.
5. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 24-35.
6. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 78-86.
7. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр. 45-55.
8. З.Фегеле. Директ-маркетинг. М.: АО «Интерэксперт», 2000 г, стр. 61-65.

10 – мавзу. Қимматли қоғозлар бозорида маркетинг (2 соат)

Режа:

Қимматли қоғозлар бозорининг шаклланиши. Қимматли қоғозлар бозорини ривожланиш хусусиятлари. Қимматли қоғозлар маркетингининг ўзига хос хусусиятлари. Маркетинг стратегиясига қуйиладиган талаблар. Қимматли қоғозлар бозорини сегментлаш

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая

корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 464-468.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 98-102.

3. Е.Жунов. Менеджмент и маркетинг в банках. М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 2002 г, стр. 65-68.

4. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2000 г, стр. 79-87.

11 – мавзу. Хорижий инвестицияга эга корхоналарда маркетинг (4 соат)

1-машғулот (2 соат)

Режа:

Ўзбекистон Республикасида қўшма корхоналарни иқтисодиётдаги ўрни ва аҳамияти. Қўшма корхоналарда маркетингдан фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари. Қўшма корхоналар ривожининг асосий йуналишлари.

2- машғулот (2 соат)

Режа:

Бизнес-режа ва қўшма корхона маркетинг дастури. Маркетинг дастури блоклари. Қўшма корхоналар маркетингининг Ўзбекистондаги истикболи

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Забин Д., Бребах Г. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов/ пер. с англ. Прал. Тит. Англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 304с., стр 45-48.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 567-569.

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр. 174-178.

4. Романов А.Н. Маркетинг. М.: ЮНИТИ, 2002 г, стр. 21-30.

12-Мавзу. Кичик бизнесда маркетинг (4 соат)

1- Амалий машғулот (2 соат)

Режа:

Кичик бизнес субъектлари маркетинг комплексининг хусусиятлари. Кичик бизнес субъектларда маркетинг фаолиятини ташкилий ҳолати.

2- Амалий машғулот (2 соат)

Режа:

Кичик бизнес субъектлари маркетинг муҳитининг шу кунги ҳолати. Кичик бизнес субъектлари самарадорлигини юксалишида маркетингнинг таъсири. Кичик бизнесда башоратлашнинг ўзига хос хусусиятлари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Забин Д., Бреббах Г. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов/ пер. с англ. Прал. Тит. Англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 304с, стр 356-358.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 478-482.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр 245-248.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2003 г, стр.8-12.
5. Завялов П.С., Демидов В.С. «Формула успеха маркетинга» М. МО. 2002 г, стр. 75-78.
6. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 16-18 бетлар.
7. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув қўлланма). Т.: ДИТАФ, 2000 й, 22-26 бетлар.

13 – мавзу. Ахборот технологиялари соҳасида маркетинг (4 соат)**1- Амалий машғулот (2 соат)****Режа:**

Информация тижорат тақсимооти объекти сифатида. Маълумотлар мазмуни, уларни етказиш шакли. Маълумотлар базаси (БМ). Автоматлаштирилган маълумотлар банки (АМБ).

2- Амалий машғулот (2 соат)**Режа:**

Интерактив технология. Информацион маркетинг. Информацион маҳсулотлар ҳаётийлик даври турли босқичларда интерактив хизматлар ҳаракати.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговая коммуникация: Учебник/ Под ред. проф. Л.П.Дашкова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашкова и К°», 2006. - 304с., стр 245-257.
2. Том Филтерштейн. Убойный маркетинг. 401 способ увеличить продажу, максимизировать прибыль и победить конкурентов / Т. Филтенштейн. – М.: Из-кий дом Гребенникова, 2006. – 360с., стр 222-234.
3. Моррис Р. Маркетинг: ситуация и примеры. М.: «БЕК», 2002 г, стр. 54-61.
4. Голубков Е.П. и др. Маркетинг: выбор лучшего решения. М. Экономика, 2003 г, стр.14-18.
5. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув қўлланма). Т.: 2000 й, 92-96 бетлар.
6. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 38-44 бетлар.

14-Мавзу. Инновация маркетинги (4 соат)

1- Амалий машғулот (2 соат)

Режа:

Инновицион фаолият маркетингининг моҳияти. Инновицион фаолият маркетингининг ўзига хос хусусиятлари. Инновациялар бозорнинг давлат томонидан тартибга солинишини кучайтириш.

2- Амалий машғулот (2 соат)

Режа:

Миллий иқтисодийнинг ривожланишида инновация маркетингининг роли. Инновицион маркетингининг ривожланиш йўналишлари. Инновацион маркетингининг мукамаллаштириш йўналишлари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Ерёмин В.Н. Маркетинг: Основы маркетинг и информации. – Маркетинг: КНОРУС, 2006. – 656с., стр 347-352.
2. Забин Д., Бребах Г. Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов/ пер. с англ. Прал. Тит. Англ. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 304с., стр 245-248.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 468-473.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с.
5. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув қўлланма). Т.: ДИТАФ, 2000 й, 64-69 бетлар.
6. Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 59-64 бетлар.

15 – мавзу. Ташқи иқтисодий фаолият маркетинги (4 соат)

1- Амалий машғулот (2 соат)

Режа:

«Ташқи иқтисодий фаолият маркетинги» тушунчасининг моҳияти. Ҳалқаро фирмалар фаолиятини бошқаришда маркетинг махсус функция сифатида. Ташқи иқтисодий маркетингини мукамаллаштириш йўналишлари.

2- Амалий машғулот (2 соат)

Режа:

1. ТИФ маркетинг фаолияти стратегиясини ишлаб чиқиш ва асослаш.
2. Ҳалқаро фирмалар маркетинг фаолияти технологияси.
3. Ишлаб чиқариш бўйича маркетинг дастурини яратиш

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Проф. В.А. Алексунина. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: Из- ко – торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 716с., стр 278-283.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. Н.А Нагапетьянца. – М.: Вузовский Учебник, 2006. – 272с., стр 167-174.
3. Найт. П. Высокоэффективный маркетинговый план. Пошаговое руководство для компаний всех типов и размеров. - СПб.: Вектор, 2006. - 160с., стр. 89-93.
4. Предприятие на внешних рынках: внешнеторговое дело. Под ред. С.И.Долгова, проф. И.И. Кретьова. М.: БЕК, 2004 г., стр 95-98.
- Алимов Р.Х. ва бошқалар. Маркетингни бошқариш (дарслик). Т.: ДИТАФ, 2001 й, 102-109 бетлар.
5. Маркетинг. Под редакций Н.Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ, 2000, стр.89-93.
6. Жалолов Ж.Ж. Маркетинг (ўқув қўлланма). Т.: ДИТАФ, 2000 й, 42-47 бетлар.

2.3. Мустақил иш учун мавзулар ва топшириқлар

«Бизнес маркетинги» фанини кенгрок ва батафсил ўрганишда корхоналар маълумотларидан мустақил фойдаланилса бизнес маркетинг асосий мазмуни ва амалга ошириладиган вазифаларини чуқуррок ўрганишга ёрдам беради. Мустақил ишнинг асосий мақсади- талабалар томонидан мазкур фанни чуқуррок ўзлаштиришлари учун зарур бўлган билим ва кўникмаларни шакллантириш ҳамда ривожланлантиришдан иборатдир. Бунда талабалар куйидагиларни бажаришлари лозим: янги замонавий усуллар асосида билимга эга бўлиши учун мустақил равишда кўшимча мавзуларни ўзлаштири олиш, зарурий маълумотларни излаб топишнинг қулай ва самарали усулларида фойдаланила билиш ҳамда топшириқларни бажаришда тизимли ва ижодий ёдошишлар. Ушбу фандан мустақил иш учун _____соат ажратилган. Мустақил ишнинг ташкилий шакллари бўлиб, айрим назарий мавзуларни ўқув адабиётлар ёрдамида мустақил ўзлаштириш, берилган мавзу бўйича ахборот (реферат) тайёрлаш, назарий билимларни амалиётда қўллаш ва илмий мақола, анжуманга маъруза тезислар тайёрлаш кабилар ҳисобланади. Талаба томонидан тайёрланган мустақил ишнинг ҳажми 10-15 бетгача бўлиши тавсия этилади. Талабанинг мустақил ишини қабул қилиш маъруза ёки амалий машғулоти олиб боровчи ўқитувчи томонидан кафедра ишлаб чиқилган маслаҳатлар бериш жадвали асосида амалга оширилади ва улар гуруҳ журналида қайд этилади.

ТДИУ ректори томонидан тасдиқланган “Талаба мустақил ишини ташкил этиш, назорат қилиш ва баҳолаш тўғрисидаги Низом”и асосида фан бўйича (“ТИФ” кафедраси мажлисининг 2009 йил 29 августдаги 1-сонли баённомаси билан маъқулланган.) «Мустақил ишни ташкил этиш шакли, назорат қилиш ва баҳолаш бўйича Услубий кўрсатма» ишлаб чиқилган ва чоп этилган, ундан фойдаланиш мумкин.

3. Курс ишлари (лойиҳалари) бўйича кўрсатмалар- режалаштирилмаган.

4. ФАН БЎЙИЧА ТАЛАБАЛАР БИЛИМИНИ БАҲОЛАШНИНГ РЕЙТИНГ МЕЗОНЛАРИ.

Фан бўйича максимал балл - 100

шу жумладан:

Жорий назорат	-45%	- 45 балл
Орали= назорат	- 40%	- 40 балл
Якуний назорат	- 15%	- 15 балл
Саралаш балл	- 55%	- 55 балл

Баҳолаш мезонлари:

55%	- 55	баллгача коникарсиз
56 – 70%	- 56 – 70	баллгача коникарли
71 – 85%	- 71 – 85	баллгача яхши
86 – 100%	- 86 – 100	баллгача аъло

“Бизнес маркетинг” фани буйича умумий хажм 158 соат бўлиб булардан 42 соати маъруза, 42 соати семинар ва 74 соати мустакил таълимга ажратилган.

Хафталар сони	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	жа ми
Жорий назорат: 45%	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	10,5
а) маъруза ва амалий машгулотларда талабаларни фаоллиги	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	10,5
б) уй вазифасини бажариши	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	10,5
в) вазифаларни бажариши (масала, рефератлар ва бош.)												5,5									5	13,5
г) бошқа турдаги ишлар										3,5												
жами																						45
Оралик назорат: 40% Фанни булимлари буйича назорат ишларни ва тестларни утказиш а) 1 булим б) 2 булим																						40
Якуний назорат: 15% Фанни булимлари буйича назорат ишлари																						
ҳаммаси	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	21,5	1,5	5	1,5	7	1,5	1,5	1,5	21,5	1,5	1,5	1,5	15	16,5	100

5. ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН АДАБИЁТЛАР.

I. Ўзбекистон Республикаси Қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. –Тошкент: Ўзбекистон, 2003.
2. Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизими такомиллаштирилганлиги ҳамда уларнинг молиявий жавобгарлиги эркинлаштирилганлиги муносабати билан Ўзбекистон Республикасининг айрим қонун ҳужжатларига ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида: Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2006 йил 10 октябрь ЎРҚ-59 сон. //Халқ сўзи. -2006-№ 199. 11 октябрь.
3. Экспорт назорати тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси қонунининг 9 моддасига қўшимча киритиш ҳақида Ўзбекистон Республикаси қонуни-2006 йил 20 июнь //Халқ сўзи.-2006 йил 21 июнь. № 118-16.

II. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонлари.

4. Ишлаб чиқаришни модернизациялаш, техник ва технологик қайта жиҳозлашни рағбатлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2007 йил 14 март. //Халқ сўзи-2007 № 52. 15 март.- 1б.
5. Йирик саноат корхоналари билан касаначиликнинг ривожлантириш асосидаги ишлаб чиқариш ва хизматлар ўртасида кооперацияни кенгайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. 2006 йил 5 январь. //Халқ сўзи-2006-№ 4. январь-1б.
6. “Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” Фармон. 2005 йил 20 июнь //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари. 2005.- №1-8.-25 б.
7. Ташқи иқтисодий ва савдо алоқалари, хорижий инвестицияларни жалб этиш соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш тўғрисида: Фармон. 2005 йил 21 июль //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари-2005.- № 1-10. 7б. 6.

III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Қарорлари.

8. 2006 йилда Республикани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2007 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Мажлиси Қарори. 2007 йил. 12 феврал. //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари.-2007. I-2.-64б.
9. Электрон тижоратни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Мажлиси Қарори. 2007 йил 30 январь, 21-сон. //Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари.-2007. I-3.-29б.
10. Инвестиция лойиҳаларини экспертизадан ўтказиш самарадорлигини ошириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2007 йил 4 январдаги ПҚ-554-сон Қарори. //Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами.-2007.-№ 1-2.-6б.

11. Ўзбекистон Республикасининг 2007 йилги асосий макроиктисодий кўрсаткичлари прогнози ва давлат бюджети параметрлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори.-2006 йил 28 декабрь.-10б. //Солиқ тўловчининг журнали.-2007.-№ 1.-10б.
12. 2006-2008 йилларда тўқимачилик саноати корхоналарини модернизация қилиш ва техникавий қайта жизоҳлаш дастури тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори. 2006 йил 13 ноябрь. //Солиқ тўловчининг журнали.-2006.-№ 12.-5б.
13. Ўзбекистон Республикасининг 2007 йилги инвестиция дастури тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. 2006 йил. 9 октябрь. ПҚ-84-сон. //Банк ахборотномаси.-2006.-№ 44.-1 ноябрь.-3б.
14. Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори. ПҚ-325, 2006 йил 17 апрель. //Хабарнома.-2006. № 2. 31б.
15. Қимматли қоғозлар бозорини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президенти Қарори. 2006 йил 27 сентябрь. //Халқ сўзи.-2006.-№ 190.-28 сентябрь.-1б.
16. Ташқи иқтисодий фаолият ва савдо алоқалари, хорижий инвестицияларни жалб этиш соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президенти ПФ-3631, 2005 йил 21 июль Қарори. //Хабарнома.-2005.№ 3.-16б.

IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари

1. И.Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. -Т.: “Ўзбекистон”. 2009й. -56 бет
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислом Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи рўзномаси 2009 йил 14 февраль, № 33-34 (4696-4697)
3. Каримов И.А. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислохот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. //Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль, 28-сони.
4. Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. -Т.: “Халқ сўзи” газетаси (3828)-сон. –Т.: 2006.

V. Ўзбекистон Республикаси вазирликларининг ҳуқуқий- меъёрий ҳужжатлар

5. Каримов И.А. Мамлакатимиз тараққиётининг қонуний асосларини мустаҳкамлаш фаолиятимиз мезони бўлиши даркор. “Халқ сўзи” газетаси, 2006 йил 25 феврал.
6. Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. “Халқ сўзи” газетаси, 2006 йил 11 феврал.

7. Каримов И.А. «Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир» -Т.: Ўзбекистон, 2005 й.
8. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг «1 январь ҳолати бўйича асосий фондларни ҳар йили қайта баҳолашни ўтказиш тартиби тўғрисида» низом. ЎЗ АВ томонидан 1192-сон билан рўйхатга олинган –Т.: 2002 й.
9. Ўзбекистон Республикасининг Бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартлари, Тўплам. Т.: ЎЗР БАМА нашриёт маркази. 2002.

VI. Дарсликлар

10. Жалолов Ж.Ж. ва бошқалар «Бизнес маркетинги» Тошкент «Молия»
11. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ.-М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
12. Армстронг, Гари, Вонг, Вероника, Котлер, Филип, Сондерс, Джон. Основы маркетинга, 4-е европейское издание.: Пер англ.- М.: «И.Д. Вильямс», 2008.- 1200 с.
13. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Черенков В.И. Международный маркетинг: Учебник для вузов. 2-е изд.- Спб.: Питер, 2008.-688 с.
14. Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе: Учеб. пособ. – 3 – е изд. – М.: «Дашков - К», 2007. – 328 с.

VII. Ўқув қўлланмалар

15. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг “Жахон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. Тузувчилар: Б.Ю. Ходиев, А.Ш.Бекмуродов, У.В.Ғофуров, Б.К.Тухлиев. –Т.: Иқтисодиёт, 2009. -120 б.
16. Карпова С.В. Международный маркетинг. Учеб. пособие для вузов, 2-е изд. – М.: Экзамен, 2006 – 288с.
17. Голубкова Е.Н. Международный маркетинг: учеб.- метод. пособ.- М.: Дело и Сервис, 2008.-256 с.
18. Дейнекин Т.В. Международный маркетинг и интернет маркетинг: уч.пособие – М.: МЭСИ 2006.

VIII. Илмий монографиялар, мақолалар

19. Қориева Ё.К. Халқаро маркетинг. Ўқув қўлланма. Тошкент. “Фан” 2005.

IX. Докторлик ва номзодлик диссертациялари

20. Шадманкулов А.А. Кичик бизнес субъектларида маркетинг фаолиятининг шаклланиши ва ривожланиши (пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар мисолида). Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-147 б.
21. Яхшиева М.Т. Маркетинг тизимида мақсадли бозо сегментларини танлаш механизмини такомиллаштириш (зардўзлик буюмлари бозори мисолида). Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-148 б.

X. Илмий-амалий анжуманлар маърузалари тўпламлари

22. Двадцать второе Плехановское чтение. 10 апреля 2009 года. Москва.
23. Миллий иқтисодиёт тармоқларини ислоҳ қилиш ва барқарор ривожланишининг муаммолари, 10 ноябрь 2005 йил.ТДИУ.

XI. Газета ва журналлар

24. «Маркетинг» журнали. –Т.: 2007-2009 йиллар
25. «Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси» журнал. –Т.: 2007-2009 йиллар
26. «Бозор, пул ва кредит» журнал. –Т.: 2007-2009 йиллар
27. «Халқ сўзи» газета. –Т.: 2007-2009 йиллар

XII. Статистика тўпламлари маълумотлари

28. Ўзбекистоннинг 2008 йилдаги ижтимоий-иқтисодий ривожланиши кўрсаткичлари. –Т.: Ўзбекистон, 2009.

XIII. Интернет сайтлари.

29. www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси Давлат ҳокимияти портали
30. www.press-service.uz – Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати расмий сайти
31. www.mfer.uz – Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестиция ва савдо Вазирлигининг расмий сайти
32. www.UzA.Uz – Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги расмий сайти
33. www.review.uz – “Экономическое обозрение” журналининг расмий сайти
34. www.cer.uz – Иқтисодий тадқиқотлар Марказининг расмий сайти
35. www.uzreport.com – бизнес ахборотлари портали
36. www.eurasianews.com – ЕвроОсиё тадқиқотлар Марказининг расмий сайти
37. www.vip.lenta.ru – Интернет нашриёти
38. www.InternetNews.com – янгиликлар сервери