

**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 ҳуқук

Таълим соҳаси: 340000–Бизнес ва бошқарув

Таълим йўналиши: 5340300–Маркетинг(ташқи иқтисодий фаолият)

«Маркетинг тадқиқотлари»

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 1-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. Набиев Д.Ҳ. и.ф.н. – ТДИУ, “Халқаро иқтисодий муносабатлар” факультети декани
2. Ақромов Т.А. и.ф.н. – “Ташқи иқтисодий фаолият” кафедраси доценти

Тузувчилар:

© Ж.Жалолов, И.Ахмедов, И. Нематов, Ғ.Абдилакимов, Ё.Эгамбердиев - «Маркетинг тадқиқотлари» фанидан ишчи ўқув дастури. - Т.: ТДИУ, 2009. 32 бет

1.КИРИШ

Ўзбекистоннинг халқаро иқтисодий майдондаги нуфузи ва мавқеи сезиларли даражада ва мунтазам ошиб бормоқда. Бунда мамлакатимиз раҳбари Ислом Каримов томонидан ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегиясининг пухта ишлаб чиқилганлиги, иқтисодий ислохотлар мақсади ва вазифалари, амалга ошириш йўлларининг аниқ ва тўғри кўрсатиб берилганлиги бош мақсад йўлидаги ютуқ ва марраларнинг салмоқли бўлишига имкон яратди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовни Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 14 февралдаги мажлисида сўзлаган маърузасидан келиб чиққан ҳолда таълим ва кадрлар тайёрлаш сифатини тубдан ошириш, мустақил фикрлайдиган, ўзининг қатъий ҳаётий эътиқод ва қарашларига эга бўлган ёшларни тарбиялашга ҳисса қўшиш мақсадида ушбу фан дастури тузилди.

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

Президентимиз жаҳон молиявий инқирози мамлакатимизнинг 2008 йилдаги ижтимоий-иқтисодий ривожланишига салбий таъсир кўрсатганлигини таъкидлаб ўтдилар. «Бундай таъсир, – деб ёзадилар Президентимиз ўз асарларида, – авваламбор, умуман дунё бозоридаги талаб ва нархларнинг кескин тушиб кетишида ва табиийки, мамлакатимиз экспорт қиладиган маҳсулотларнинг муҳим турларига нисбатан ҳамда экспортга йўналтирилган етакчи тармоқлар ва улар билан боғлиқ турдош корхоналар фаолиятида намоён бўлмоқда. Бу эса, ўз навбатида, бутун иқтисодиётимизнинг мутаносиб ва самарали ривожланишига салбий таъсир кўрсатмоқда, кўзда тутилган лойиҳаларни амалга ошириш, ўз олдимизга қўйган мақсадларга эришиш йўлида қўплаб муаммоларни туғдирмоқда. Мухтасар айтганда, 2008 йил биз учун, биринчи навбатда мамлакатимиз меҳнаткашлари учун ғоят мураккаб ва оғир бўлди. Лекин, юзага келган барча муаммо ва қийинчиликларга қарамай, халқимизнинг фидокорона меҳнати ва амалга оширилган тадбирлар эвазига 2008 йилда иқтисодиётимизнинг нафақат барқарор фаолият кўрсатишига, балки унинг юқори ўсиш суръатларини изчил таъминлашга эришдик»¹.

«Маркетинг тадқиқотлари» фани бизнес ва маркетинг соҳалари йўналишидаги талабаларни тайёрлашда ўтилиши лозим бўлган фанлардан ҳисобланади. «Маркетинг» йўналиши олий таълим стандартлари талабларидан келиб чиқиб, ушбу фан талабаларда маркетинг тадқиқотларини ўрганиш бўйича зарур ва етарли бўлган асосий тушунчаларни шакллантиради.

¹Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009, 15-б.

Бозор иқтисодиёти шароитларида ҳар бир корхона ва ташкилот самарали фаолият кўрсатиши учун энг аввало бозор асосларини ўрганиши зарур. Бу ерда рўй бераётган ҳодиса ва жараёнларни тўғри тушуниш, тижорат фаолиятини ташкил қилиш маҳоратига эга бўлиш жуда муҳим аҳамиятга эга. Бу ишларни амалга ошириш имкониятини маркетинг фани беради.

Бозор муносабатлари барча соҳа ва тармоқларга тааллуқли бўлиб, жамиятимиз иқтисодий фаолиятини тўлалигича ўз ичига олади. Бозор иқтисодиётининг энг муҳим моҳияти шуки, у иқтисодий тараққиётни инсон манфаатидан келтириб чиқаради. Бунинг учун эса иқтисодиёт эркин ривожланмоғи зарур. Бозор эса талаб ва таклиф қонуни таъсири остида ижтимоий ишлаб чиқаришни инсон эҳтиёжига, унинг истеъмолига бевосита боғлаб қўяди.

Бу вазифаларни бажариш учун корхоналарда самарали ишлайдиган кадрлар керак. Шундай юқори малакали мутахассисларни тайёрлашда маркетинг фани салмоқли ўрин эгаллайди. Шу боисдан ҳам бу фан барча олий ўқув юртларида малакали мутахассисларни шакллантирувчи асосий фанлар туркуми учун умумметодологик фан сифатида тавсия этилган. Бозорнинг ривожланиши билан унинг роли тобора ортиб боради.

“Маркетинг тадқиқотлари” фанининг мақсади – талабаларга товарлар (хизматлар) бозорларини ҳар томонлама ва чуқур ўрганиш асосида бозорда самарали фаолият кўрсатиш йўллари, воситалари, усуллари ҳақида билим беришдир. Бу фан маркетингни бозорда рақобатбардош товар таклиф этиш ва юқори сифатли савдо хизматини таъминлаш йўли билан истеъмолчи талабини қондириш натижасида мақсадга етиш қуроли эканлиги тўғрисида тасаввурни шакллантиришга мўлжаллангандир.

Фанни ўқитишда проф. Ж.Жалолов ва доц. И.Ахмедовлар томонидан “Маркетинг тадқиқотлари” фанидан ўқув услубий мажмуа ва ўқув услубий таълим технологияси бўйича услубий қўлланмада келтирилган илгор педагогик ҳамда ахборот технологияларининг (аклий ҳужум, бумеранг, инсерт, веер, презентация, слайдлар тайёрлаш ва улардан самарали фойдаланиш; тестлар тайёрлаш, интернет тизимидан) усулларида фойдаланилади.

Фанга ажратилган ўқув соатларининг ўқув турлари бўйича тақсимооти.

№	Мавзу	Аудитория соатлари				Мус тақил иш	Жами
		Жами	Шу жумладан				
			Маъруза	Амалий (семинар)	Тажриба		
1	1-мавзу. Маркетинг тадқиқотларининг назарий асослари.	12	6	6	-	18	18
2	2-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини бошқариш	12	6	4	-	18	18
3	3-мавзу. Маркетинг тадқиқотининг йўналиши ва услублари	12	6	4	-	18	18
4	4-мавзу. Маркетинг ташқи муҳити	12	6	4	-	18	16
5	5-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш	12	6	4	-	18	16
6	6-мавзу. Истеъмол бозорида харидорлар хулқ-атворини ўрганиш	12	6	4	-	18	16
7	7-мавзу. Маркетинг тадқиқотларининг амалий масалалари	8	6	4	-	18	12
8	8-мавзу. Реклама фаолиятида маркетинг тадқиқотлари	8	6	4	-	18	14
9	9-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини ўтказишда товар сиёсати	8	6	4		18	14
10	10-мавзу. Бозор кенглиги ва талабни башорат қилиш	8	6	4		18	14
	Жами	106	64	42	-	174	280

2. АСОСИЙ ҚИСМ.

2.1.Маъруза машғулотлари.

1-мавзу. Маркетинг тадқиқотларининг назарий асослари.

(6-соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотлари фанининг предмети ва услублари. Жамиятни ривожлантиришда бозорнинг тутган ўрни ва аҳамияти. Маркетинг назариялари такомиллашуви ва ижтимоий-ахлоқий маркетингнинг жамият равнақини белгилашдаги роли.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

«Маркетинг тадқиқотлари» фанининг моҳияти, услублари ва ўзлаштириш тартиби. Фаннинг назарий саволлари кўлами ва амалий йўналишлари. Маркетинг турлари ва маркетинг концепцияси эволюцияси.

3-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг комплекси (4р). Маҳсулотни истеъмолчига етказиб бериш. Маркетинг функциялари ва тамойиллари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й

9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

2-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини бошқариш (6соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг концепциясини қўллаган ҳолда, бошқариш функцияларини тушинчалари. Маркетинг фаолиятини танлаш учун аввалом бор маркетинг таҳлили ўтказилади.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

“Маркетинг таҳлили” тушинчасига: маркетинг тадқиқоти, бозор сегментацияси тушинчаси, мақсидли бозорни танлаш ва товарни позициялаштириш хусусиятлари. Маркетинг режасининг тизими. Маркетинг режасини ишлаб чиқиш.

3-маъруза /2 соат/

Режа:

Swot таҳлил. Маркетинг фаолиятининг стратегияларининг турлари. Маркетинг тадқиқотларини ўтказишда маркетингнинг ташкилий структураси. Маркетинг назорати.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с

8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

3-мавзу. Маркетинг тадқиқотининг йўналиши ва услублари (6соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг ахборотининг моҳияти ва равнақи учун аҳамияти. Маркетинг тадқиқоти учун зарурий ахборотлар қўламини аниқлаш. Маркетинг тадқиқотини ўтказиш соҳалари. Товар ишлаб чиқариш, бозор, харидор, рақобатчилар, нарх, хизмат курсатиш ва бошқа маркетинг соҳалари бўйича ахборот йиғиш зарурати. Соҳалар бўйича муҳим ва зарурий курсаткичлар қўламини аниқлаш.

2- маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотида кулланиладиган асосий услублар ва уларнинг тафсилоти. Кузатиш, иқтисодий-статистик, иқтисодий-математик услубларнинг маркетинг тадқиқотида кулланилиши. Услублардан самарали фойдаланиш жихатлари.

.3-маъруза /2 соат/

Режа:

Ахборот йиғиш манбалари. Бирламчи ва иккиламчи маълумотлар. Иккиламчи ахборотларни йиғиш манбалари ва уларни зарурий фаолият учун қайта ишлаш. Бирламчи маълумотларнинг туркуми ва уларни йиғиш муаммолари. Бирламчи ахборотларни йиғиш жараёни босқичлари. Тадқиқот услублари, тадқиқот қуроллари, танлов белгисини аниқлаш, қайта боғланиш воситасининг мукамал ишлаб чиқилиши. Изланиш жараёни босқичларини тузиш режаси ва уларнинг самарадорлик мезонлари. Маълумотларни йиғишда назарда тутиладиган бошқа омиллар

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислам 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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
 5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
 6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
 7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
 8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й
 9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

4-мавзу. Маркетинг ташқи муҳити (6соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг муҳитининг моҳиятлари ва хусусиятлари. Маркетинг муҳитини макро ва микро муҳитларга туркумланиши ва унинг аҳамияти. Микро муҳит омиллари ва уларнинг фирма фаолиятига таъсири.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

Микро муҳит омиллари. Демографик, иқтисодий, табиий, илмий-техникавий, сиёсий, маданий омиллари кўлами. Омилларнинг таъсир этиш воситалари, кучлари. Фирма маркетинг фаолиятида омиллар таъсирини ҳисобга олиш.

3-маъруза /2 соат/

Режа:

Давр мобайнида ушбу омиллар таъсирининг узгариши. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида макро муҳит омилларининг узгаришини кузатиш ва назорат этиш зарурати. Маркетинг муҳити хусусидаги ахборотларни умумлаштириш ва фирма фаолиятини режалаштиришда назарда тутиш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон 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, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

5-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш (6соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш босқисларининг умумий тавсифи. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида эҳтиёжларни аниқлаш ва маркетинг тадқиқотларини ўтказиш. Муаммоларни аниқлаш ва муаммоларни мантикий фикрлаш услубларини ташкил этиш. Маркетинг тадқиқотида кузатиш услуби ва унинг аҳамияти. Кузатиш услубида ташкил этиладиган маркетинг тадқиқот сохалари. Танлов белгиси ва унинг оптимал меъёрини аниқлаш. Эксперимент услуби ва уни қўллаш доираси. Экспериментни ўтказиш тартиби ва унинг самарадорлиги таъминлаш.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотида суров услуби. Сўров услубида ўтказиладиган маркетинг тадқиқоти сохалари. Маркетинг тадқиқотида қўлланиладиган бошка услублар ва уларнинг куллаш сохалари. Интервью, репортаж ва улар асосида ахборот йиғиш хусусиятлари. Анкетанинг тузилиши бўйича асосий коидалар. Анкета саволлари қўламини белгилаш. Анкета жавобларни қайд этишда қўлланиладиган услублар, танлови, муқобил жавобли анкеталар.

3-маъруза /2 соат/

Режа:

Маркетинг ахборот тизими назарияси корхонанинг ички хабар олиш системасида сотиш ва у ҳақида ахборот олиш муҳимлиги. Маркетинг ахборот йиғиш тизими сифатида шаклланиш хусусиятлари. Маркетингнинг тадқиқот тизимига айланиши сабаблари ва унинг моҳияти. Маркетинг - қарор қабул қилиш тизими сифатида тадбиркорлик фаолиятида вужудга келиши

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон 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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг «Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи, 2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

6-мавзу. Истеъмол бозорида харидорлар хулқ-атворини ўрганиш(6соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Истеъмол бозорининг кўлами ва хусусияти. Харидорлик хусусияти ва табиати. Харидорлар атвори модели ва унинг хусусиятлари. Харидорлар атворига таъсир этувчи омиллар.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

Маданий, ижтимоий, шахсийлик, психологик омиллар ва уларнинг шаклланишини белгиловчи хусусиятлар. Харидорлар атворини туркумлашнинг турли тамойиллари ва уларнинг ўзига хос белгилари.

3-маъруза /2 соат/

Режа:

Харидорларни илҳомлантириш назариялари. А.Маслоунинг илҳомлаштириш назарияси. Харидорларнинг товарни харид қилиш хусусидаги

мулоҳазалар кўлами ва уларнинг кетма-кетлиги. Харид хусусида қарор қабул қилишга кўра харидорларни туркумлаш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

7–мавзу. Маркетинг тадқиқотларининг амалий масалалари(4соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Бозорларни тадқиқ қилиш. Бозор талабининг турлари ва уни аниқлаш. Истеъмолчилар эҳтиёжини аниқлаш. Янги товарни ўрганиш ва янги маҳсулотнинг мувоффақиятга эришиш омилларини аниқлаш.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

Нархни ўрганиш ва истеъмолчиларни нарх омилига бўлган муносабатлари. Компания муносабатларини ўрганиш. Истеъмолчиларни маълум бир товар маркасига бўлган муносабатлари. Хаёт тарзи ва сегментацияни ўрганишда психографин ўлчовни ўрганиш. Истеъмолчилар мўлжалларини тадқиқ қилиш. 11Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида истеъмолчиларнинг хулқ-атворларини ўрганиш

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон 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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг «Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

8–мавзу. Реклама фаолиятида маркетинг тадқиқотлари (4соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Реклама воситалари ва турлари. Реклама фаолиятини самарадорлигини тадқиқ қилиш. Оммавий ахборот воситаларида реклама самарадорлигини тадқиқ қилиш. Реклама кампанияларининг самарадорлигини тадқиқ қилиш. Талабни шакллантириш ва уни рағбатлантириш тизими.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

PR тизими ва коммуникация сиёсатини тадқиқ қилиш. Тармоқнинг жалб этувчанлиги ва унинг мухитидаги рақобатчилик кураши. Компанияда реклама фаолиятини ташкил этиш. Реклама агентлари ва уларнинг фаолияти.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон 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, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи, 2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

9-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини ўтказишда товар сиёсати(4соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Товар хусусиятлари, товар маркаси, этикеткаси, дизайни, ўрови ва истеъмолчиларни товарга ва маркага бўлган муносабатлари. Товарларнинг классификацияси.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

Товарнинг ҳаётий цикли. Товарларнинг яшаш даври мобайнида нархларнинг ўзгарувчанлиги. Товарнинг рақобатбардошлилиги ҳақида тушунча. Товарлар ва хизматлар ассортименти сиёсати. Товарлар инновацияси стратегияси. Товарлар дифференциацияси. Товарлар модификацияси.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

10-мавзу.Бозор кенглиги ва талабни башорат қилиш(4соат)

1-маъруза /2 соат/

Режа:

Бозор кенглиги тушунчаси ва уни ифодаловчи хусусиятлар. Имкониятлар салоҳияти, амалдаги, истакдаги бозорлар. Бозор салоҳияти тушунчаси. Фирма учун зарурий бўлган талаб ҳажмини аниқлаш. Талаб ҳажмини аниқлашда қўлланиладиган услублар.

2-маъруза /2 соат/

Режа:

Келгусида талабни кўра билиш зарурати. Эксперт, тренд, динамик моделлар ва бошқа иқтисодий-статистик, иқтисодий-математик услубларнинг талабни башорат этишда қўлланилиши. Турли услубларни қўллаш имкониятлари. Бозор раванки ва талаб ҳажмининг ўзгариши хусусидаги башоратларнинг ишончлилигини таъминлаш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
 5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
 6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
 7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
 8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи, 2005й
 9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

2.2. Семинар (амалий ва лаборатория) машғулотларининг мазмуни

1-мавзу. Маркетинг тадқиқотларининг назарий асослари.

(6соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотлари фанининг предмети ва услублари. Жамиятни ривожлантиришда бозорнинг тутган ўрни ва аҳамияти. Маркетинг назариялари такомиллашуви ва ижтимоий-ахлоқий маркетингнинг жамият равнақини белгилашдаги роли.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

«Маркетинг тадқиқотлари» фанининг моҳияти, услублари ва ўзлаштириш тартиби. Фаннинг назарий саволлари қўлами ва амалий йўналишлари. Маркетинг турлари ва маркетинг концепцияси эволюцияси.

3-машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг комплекси (4р). Маҳсулотни истеъмолчига етказиб бериш. Маркетинг функциялари ва тамойиллари.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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 машғулоти // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с

2-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини бошқариш (4 соат)

1-машғулоти /2 соат/

Режа:

Маркетинг концепциясини қўллаган ҳолда, бошқариш функцияларини тушинчалари. Маркетинг фаолиятини танлаш учун аввалом бор маркетинг таҳлили ўтказилади.

2-машғулоти /2 соат/

Режа:

“Маркетинг таҳлили” тушинчасига: маркетинг тадқиқоти, бозор сегментацияси тушинчаси, мақсидли бозорни танлаш ва товарни позициялаштириш хусусиятлари. Маркетинг режасининг тизими. Маркетинг режасини ишлаб чиқиш. Swot таҳлил. Маркетинг фаолиятининг стратегияларининг турлари. Маркетинг тадқиқотларини ўтказишда маркетингнинг ташкилий структураси. Маркетинг назорати.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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 машғулоти // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.

7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й

3-мавзу. Маркетинг тадқиқотининг йўналиши ва услублари (4соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг ахборотининг моҳияти ва равнақи учун аҳамияти. Маркетинг тадқиқоти учун зарурий ахборотлар қўламини аниқлаш. Маркетинг тадқиқотини ўтказиш соҳалари. Товар ишлаб чиқариш, бозор, харидор, ракобатчилар, нарх, хизмат курсатиш ва бошқа маркетинг соҳалари бўйича ахборот йиғиш зарурати. Соҳалар бўйича муҳим ва зарурий курсаткичлар қўламини аниқлаш.

2- машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотида кулланиладиган асосий услублар ва уларнинг тафсилоти. Кузатиш, иқтисодий-статистик, иқтисодий-математик услубларнинг маркетинг тадқиқотида кулланилиши. Услублардан самарали фойдаланиш жихатлари.Ахборот йиғиш манбалари. Бирламчи ва иккиламчи маълумотлар. Иккиламчи ахборотларни йиғиш манбалари ва уларни зарурий фаолият учун қайта ишлаш. Бирламчи маълумотларнинг туркуми ва уларни йиғиш муаммолари. Бирламчи ахборотларни йиғиш жараёни боскичлари. Тадқиқот услублари, тадқиқот куроллари, танлов белгисини аниқлаш, қайта боғланиш воситасининг мукамал ишлаб чиқилиши. Изланиш жараёни боскичларини тузиш режаси ва уларнинг самарадорлик мезонлари. Маълумотларни йиғишда назарда тутиладиган бошқа омиллар

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислам Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги машғулоти // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг «Жаҳон 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.

4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи, 2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

4-мавзу. Маркетинг ташқи муҳити (4 соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг муҳитининг моҳиятлари ва хусусиятлари. Маркетинг муҳитини макро ва микро муҳитларга туркумланиши ва унинг аҳамияти. Микро муҳит омиллари ва уларнинг фирма фаолиятига таъсири.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

Микро муҳит омиллари. Демографик, иқтисодий, табиий, илмий-техникавий, сиёсий, маданий омиллари кўлами. Омилларнинг таъсир этиш воситалари, кучлари. Фирма маркетинг фаолиятида омиллар таъсирини ҳисобга олиш. Давр мобайнида ушбу омиллар таъсирининг узгариши. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида макро муҳит омилларининг узгаришини кузатиш ва назорат этиш зарурати. Маркетинг муҳити хусусидаги ахборотларни умумлаштириш ва фирма фаолиятини режалаштиришда назарда тутиш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон 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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг «Жаҳон 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.

4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи, 2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

5-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш (4 соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш босқисларининг умумий тавсифи. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида эҳтиёжларни аниқлаш ва маркетинг тадқиқотларини ўтказиш. Муаммоларни аниқлаш ва муаммоларни мантикий фикрлаш услубларини ташкил этиш. Маркетинг тадқиқотида кузатиш услуби ва унинг аҳамияти. Кузатиш услубида ташкил этиладиган маркетинг тадқиқот соҳалари. Танлов белгиси ва унинг оптимал меъёрини аниқлаш. Эксперимент услуби ва уни қўллаш доираси. Экспериментни ўтказиш тартиби ва унинг самарадорлиги таъминлаш. Маркетинг тадқиқотида суров услуби. Сўров услубида ўтказиладиган маркетинг тадқиқоти соҳалари. Маркетинг тадқиқотида қўлланиладиган бошқа услублар ва уларнинг куллаш соҳалари. Интервью, репортаж ва улар асосида ахборот йиғиш хусусиятлари. Анкетанинг тузилиши бўйича асосий коидалар. Анкета саволлари қўламини белгилаш. Анкета жавобларни қайд этишда қўлланиладиган услублар, танлови, муқобил жавобли анкеталар.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

Маркетинг ахборот тизими назарияси корхонанинг ички хабар олиш системасида сотиш ва у ҳақида ахборот олиш муҳимлиги. Маркетинг ахборот йиғиш тизими сифатида шаклланиш хусусиятлари. Маркетингнинг тадқиқот тизимига айланиши сабаблари ва унинг моҳияти. Маркетинг - қарор қабул қилиш тизими сифатида тадбиркорлик фаолиятида вужудга келиши

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислам 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, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

6-мавзу. Истеъмол бозорида харидорлар хулқ-атворини ўрганиш(4соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Истеъмол бозорининг кўлами ва хусусияти. Харидорлик хусусияти ва табиати. Харидорлар атвори модели ва унинг хусусиятлари. Харидорлар атворига таъсир этувчи омиллар.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

Маданий, ижтимоий, шахсийлик, психологик омиллар ва уларнинг шаклланишини белгиловчи хусусиятлар. Харидорлар атворини туркумлашнинг турли тамойиллари ва уларнинг ўзига хос белгилари. Харидорларни илҳомлантириш назариялари. А.Маслоунинг илҳомлаштириш назарияси. Харидорларнинг товарни харид қилиш хусусидаги мулоҳазалар кўлами ва уларнинг кетма-кетлиги. Харид хусусида қарор қабул қилишга кўра харидорларни туркумлаш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон 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, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. — Т.:Укитувчи,2005й
9. Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. —М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

7–мавзу. Маркетинг тадқиқотларининг амалий масалалари(4 соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Бозорларни тадқиқ қилиш. Бозор талабининг турлари ва уни аниқлаш. Истеъмолчилар эҳтиёжини аниқлаш. Янги товарни ўрганиш ва янги маҳсулотнинг мувоффақиятга эришиш омилларини аниқлаш.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

Нархни ўрганиш ва истеъмолчиларни нарх омилига бўлган муносабатлари. Компания муносабатларини ўрганиш. Истеъмолчиларни маълум бир товар маркасига бўлган муносабатлари. Хаёт тарзи ва сегментацияни ўрганишда психографин ўлчовни ўрганиш. Истеъмолчилар мўлжалларини тадқиқ қилиш. 11Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида истеъмолчиларнинг хулқ-атворларини ўрганиш

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с

8-мавзу. Реклама фаолиятида маркетинг тадқиқотлари (4 соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Реклама воситалари ва турлари. Реклама фаолиятини самарадорлигини тадқиқ қилиш. Оммавий ахборот воситаларида реклама самарадорлигини тадқиқ қилиш. Реклама кампанияларининг самарадорлигини тадқиқ қилиш. Талабни шакллантириш ва уни рағбатлантириш тизими.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

PR тизими ва коммуникация сиёсатини тадқиқ қилиш. Тармоқнинг жалб этувчанлиги ва унинг муҳитидаги рақобатчилик кураши. Компанияда реклама фаолиятини ташкил этиш. Реклама агентлари ва уларнинг фаолияти.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т.: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.

5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с

9-мавзу. Маркетинг тадқиқотларини ўтказишда товар сиёсати(4 соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Товар хусусиятлари, товар маркаси, этикеткаси, дизайни, ўрови ва истеъмолчиларни товарга ва маркага бўлган муносабатлари. Товарларнинг классификацияси.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

Товарнинг ҳаётий цикли. Товарларнинг яшаш даври мобайнида нархларнинг ўзгарувчанлиги. Товарнинг рақобатбардошлилиги ҳақида тушунча. Товарлар ва хизматлар ассортименти сиёсати. Товарлар инновацияси стратегияси. Товарлар дифференциацияси. Товарлар модификацияси.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи, 2005й

10-мавзу.Бозор кенглиги ва талабни башорат қилиш(4 соат)

1-машғулот /2 соат/

Режа:

Бозор кенглиги тушунчаси ва уни ифодаловчи хусусиятлар. Имкониятлар салоҳияти, амалдаги, истакдаги бозорлар. Бозор салоҳияти тушунчаси. Фирма учун зарурий бўлган талаб ҳажмини аниқлаш. Талаб ҳажмини аниқлашда қўлланиладиган услублар.

2-машғулот /2 соат/

Режа:

Келгусида талабни кўра билиш зарурати. Эксперт, тренд, динамик моделлар ва бошқа иқтисодий-статистик, иқтисодий-математик услубларнинг талабни башорат этишда қўлланилиши. Турли услубларни қўллаш имкониятлари. Бозор равнақи ва талаб ҳажмининг ўзгариши хусусидаги башоратларнинг ишончилигини таъминлаш.

Тавсия этиладиган адабиётлар:

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари / И.А.Каримов. – Т: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
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, 2009 йил 14 февраль
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг «Жаҳон 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.
4. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: учеб. / Под ред. Л.А. Данченко. – 3-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – 760 с.
5. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.
6. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.— М.: “И.Д. Вильямс”, 2007.—1200 с.
7. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона.-2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007.-476 с
8. Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.:Укитувчи,2005й

2.3. Мустақил иш учун мавзулар ва топшириқлар

«Маркетинг тадқиқотлари» фанини кенгроқ ва батафсил ўрганишда корхоналар маълумотларидан мустақил фойдаланилса маркетинг тадқиқотларининг асосий мазмуни ва амалга ошириладиган вазифаларини

чуқурроқ ўрганишга ёрдам беради. Мустақил ишнинг асосий мақсади- талабалар томонидан мазкур фанни чуқурроқ 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 ўзлаштира олиш, зарурий маълумотларни излаб топишнинг қулай ва самарали усулларида фойдаланила билиш ҳамда топшириқларни бажаришда тизимли ва ижодий ёдошишлар. Ушбу фандан мустақил иш учун 74 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 борувчи 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.

«Маркетинг тадқиқотлари» Фани бўйича умумий хажм 280 соат бўлиб булардан 64 соати маъруза, 42 соати семинар ва 174 соати мустакил таълимга ажратилган.

Хафта		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Жами
Баҳолаш тури																							
ЖБ	Маъруза машғулотидаг и фаоллиги ва маъруза машғулотига тайёрланиб келиши	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
	Амалиёт машғулотидаги 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
	Амалиёт машғулотидаги 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
	Мустакил ишларни бажариш								6												7,5		13,5
Жами ЖБ																							
ОБ										20								20					40
ЯБ																						15	15
Жами		1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	7,5	21,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	21,5	1,5	1,5	7,5	16,5	100

5. ТАВСИЯ ЭТИЛАДИГАН АДАБИЁТЛАР

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

2. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. –Тошкент: Ўзбекистон, 2003.
3. 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.
4. 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.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 1996.

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари ва қарорлари

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ёшлар йили” Давлат Дастури тўғрисидаги ПК 805 – сонли ҚАРОРИ. //Халқ сўзи, 2008 йил 29 февраль.
7. 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-16.

III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси қарорлари

8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Экспорт қилувчи корхоналарни молиявий ва кредит йўли билан қўллаб-қувватлашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 290-сонли қарори. –Т.: 31.12.2008й
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Иқтисодиётнинг реал сектори соҳасида корхоналарни ва инвестицион фаолликни кредит йўли билан қўллаб-қувватлашни таъминлаш масалаларини кўриб чиқиш тартиби тўғрисида” 288-сонли қарори. –Т.: 31.12.2008й.
10. 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.-296.
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Маҳсулот (иш ва хизмат)ларни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш таркиби тўғрисида»ги Низом. 54- қарори. –Т.: 1999й.

IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари

12. И.Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни баргараф этишнинг йўллари ва чоралари. -Т.: “Ўзбекистон”. 2009й. -56 бет
13. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислон Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган

иктисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи рўзномаси 2009 йил 14 февраль, № 33-34 (4696-4697)

14.Каримов И.А. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислохот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. //Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль, 28-сон.

15.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

16.Ўзбекистон Республикаси ТИАИС вазирлигининг «Экспорт шартномаларни рўйхатга олиш тартиби тўғрисида» низом. ЎЗ АВ томонидан 192-сон билан рўйхатга олинган –Т.: 2001 й.

VI. Дарсликлар

17.Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ.-М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

18.Армстронг, Гари, Вонг, Вероника, Котлер, Филип, Сондерс, Джон. Основы маркетинга, 4-е европейское издание.: Пер англ.- М.: «И.Д. Вильямс», 2008.-1200 с.

19. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика. — Москва: Вершина, 2007. — 240 с.

20. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание.: Пер. с англ.– М.: “И.Д. Вильямс”,2007.–1200 с.

21.Авдокушин Е.Ф. Маркетинг в международном бизнесе: Учеб. пособ. – 3 – е изд. – М.: «Дашков - К», 2007. – 328 с.

VII. Ўқув қўлланмалар

22.Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг “Жахон молиявий-иктисодий 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.

23.Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж., Абдухалилова Л.Т., Мухитдинова У.С., Юлдашев М.М. Стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. –Т.:Укитувчи,2005й

24.Просветов Г.И. Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб-практ пособ. –М.: «Альфа-Пресс», 2008.-240с

25.Дейнекин Т.В. Международный маркетинг и интернет маркетинг: уч.пособие – М.: МЭСИ 2006.

VIII. Илмий монографиялар, мақолалар

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

IX. Докторлик ва номзодлик диссертациялари

27. Шадманкулов А.А. Кичик бизнес субъектларида маркетинг фаолиятининг шаклланиши ва ривожланиши (пойабзал ишлаб чиқарувчи корхоналар мисолида). Номзодлик диссертацияси. Т.:ТДИУ.-2006.-147 б.

28. 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

29. Двадцать второе Плехановское чтение. 10 апреля 2009 года. Москва.

30. Миллий иқтисодий тармоқларини ислох қилиш ва барқарор ривожланишининг муаммолари, 10 ноябрь 2005 йил. ТДИУ.

XI. Газета ва журналлар

31. «Маркетинг» журнали. –Т.: 2007-2009 йиллар

32. «Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси» журнал. –Т.: 2007-2009 йиллар

33. «Бозор, пул ва кредит» журнал. –Т.: 2007-2009 йиллар

34. «Халқ сўзи» газета. –Т.: 2007-2009 йиллар

XII. Статистика тўпламлари маълумотлари

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

XIII. Интернет сайтлари.

36. www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси Давлат ҳокимияти портали

37. www.press-service.uz – Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати расмий сайти

38. www.mfer.uz – Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестиция ва савдо Вазирлигининг расмий сайти

39. www.UzA.Uz – Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги расмий сайти

40. www.review.uz – «Экономическое обозрение» журналининг расмий сайти

41. www.cer.uz – Иқтисодий тадқиқотлар Марказининг расмий сайти

42. www.uzreport.com – бизнес ахборотлари портали

43. www.eurasianews.com – ЕвроОсиё тадқиқотлар Марказининг расмий сайти

44. www.vip.lenta.ru – Интернет нашриёти

45. www.InternetNews.com – янгиликлар сервери

