

**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)

«Маркетинг»

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
(мажлиснинг 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:

© Ё.К.Қориева., И.У., Нематов, Г.А.Абдилакимов, С.Н.Абдурахимов -
«Маркетинг» 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 кўплаб 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.

Мамлакатимиз бозор иқтисодиёти йўлини танлаши ҳаётимизни тубдан ўзгартириб юбордики, бу жараёнлар бугунги кун бозор иқтисодиётига кириб борилишни, маркетингнинг ўзига хос томонларини ўрганишни тақозо этади. Шунинг учун ҳам бозор иқтисодиёти асосларига, жумладан маркетингга қизиқиш борган сари ортиб бормоқда. Маркетингнинг назарий ва амалий асосларини чуқур билиш тижорат хавф-хатарини ўз вақтида ҳис қилиш

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

ва камайтириш, унинг ҳар хил муқобил турларини, вариантларининг энг мақбулини танлаш, рақобат шароитида бозорни юқори сифатли товар ва хизматлар билан тўйинтириш, доимий талаб мавжуд бўлган шароитда харидорларнинг турли гуруҳлари учун сотиш, нархини аниқлаш ва оқибатда ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишга ёрдам беради.

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

«Маркетинг» фани мақсади–талабаларга мамлакатимиз иқтисодиётини эркинлаштириш ва иқтисодий ислохотларни жадаллаштириш ҳамда иқтисодиётни модернизация қилиш шароитларида корхоналарда маркетинг фаолиятини тўғри ташкил этиш ва уни бошқариш, маркетинг фаолиятини такомиллаштиришдан иборатдир.

Фанининг асосий вазифалари-маркетингнинг моҳияти, маркетинг ва уни ривожланишининг асосий босқичлари; маркетингнинг асосий тамойиллари, вазифалари ва турлари, маркетинг фаолиятини ахборот билан таъминлаш, маркетингнинг таркибий тузилиши ва уни бошқаришни ташкил этиш; стратегик ва тактик режалаштириш, маркетинг назорати, бозор конъюнктурасини ўрганиш ва башорат қилиш; товар, нарх, сотиш, реклама, коммуникация сиёсати кабиларни ўргатишдир.

Ушбу ўқув фани «Маркетинг тадқиқотлари», «Маркетингни бошқариш», «Стратегик маркетинг», «Реклама фаолиятини ташкил этиш», «Бизнес маркетинги», «Маркетинг фаолиятини прогнозлаш ва таҳлили», «Инвестициялар маркетинги», «Халқаро маркетинг» ва бошқа фанлар билан ўзаро алоқадорликда ўрганилади.

Талабаларнинг «Маркетинг» фанини ўзлаштиришлари учун ўқитишнинг илғор ва замонавий усулларида фойдаланиш, янги информацион-педагогик технологияларни тадбиқ қилиш муҳим аҳамиятга эгадир. Фанни ўзлаштиришда дарслик, ўқув ва услубий қўлланмалар, маъруза матнлари, тарқатма материаллар, электрон материаллар, виртуал стендлар ва макетларидан фойдаланилади. Маъруза, амалий ва лаборатория дарсларида мос равишдаги илғор педагогик технологиялардан, яъни ТДИУда кат.ўқитувчи Ҳамраева томонидан тайёрланган «Маркетинг» фани бўйича таълим технологияси ва ўқув-услубий мажмуаларидан фойдаланилади.

Фанга ажратилган ўқув соатларининг ўқув турлари бўйича тақсимооти

№	Мавзу	Аудитория соатлари				Мустақ ил иш	Жами
		Жами	Шу жумладан:				
			Маъ руза	Амалий (семинар)	Тажри ба		
1.	Маркетингнинг назарий асослари, курснинг предмети ва ўргаиш усуллари	6	4	2		6	12
2.	Маркетинг фаолиятини ахборот билан таъминлаш.	6	4	2		6	12
3.	Маркетингнингни ташкил этиш.	6	4	2		6	12
4.	Маркетинг дастури.	8	4	4		6	16
5.	Стратегик ва тактик режалаштириш, маркетинг назорати.	10	6	4		6	16
6.	Бозор конъюнктурасини тадқиқ этиш ва башорат қилиш.	10	6	4		6	16
7.	Бозорни сегментлаш ва харидорларнинг истеъмолчилик хулқ-атвори	10	6	4		6	16
8.	Товар ва товар сиёсати.	10	6	4		6	14
9.	Маркетингда товарлар рақобатбардошлиги	10	6	4		6	16
10.	Нарх ва нарх сиёсати.	10	6	4		6	16
11.	Маркетингда реклама сиёсати.	10	6	4		6	16
12.	Коммуникация сиёсати.	10	6	4		8	18
	Жами	106	64	42		74	180

2.АСОСИЙ ҚИСМ

2.1. Маъруза машғулоти

1-мавзу. Маркетингнинг назарий асослари, курснинг предмети ва ўрганиш усуллари. (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг тушунчаси ва моҳияти. Унинг вужудга келиши ва ривожланишининг асосий босқичлари. Маркетинг назарияси концепцияси ва унинг эволюцияси. Маркетинг тамойиллари. Товарга, сотувга, истеъмолчига, иқтисодий имкониятларга бўлган йўналишларнинг аста-секин ўзгариши.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Замонавий маркетинг тушунчаси бозорга йўналтирилган ишлаб чиқариш ва товар сотиш бошқаруви тизимидир. Товарларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига етказиб бериш жараёни. Маркетинг элементлари таркиби ва жараёни. «Микс» - маркетинг тушунчаси.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» /А.П. Панкрухин; Гильдия маркетингологов.-4-е изд., стер.-М.: Омега-Л, 2006-656 с., стр. 9-12.
4. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона. - 2-е изд., испр. - М: Омега-Л, 2007. — 476 с
6. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

2-мавзу. Маркетинг фаолиятини ахборот билан таъминлаш. (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Ахборот - маркетингнинг пойдеворидир. Ахборот тизими. Ахборот турлари ва уларни туркумлаш. Ички ва ташқи ахборот. Бирламчи ва иккиламчи маълумотлар.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Ахборотларни тўплаш услублари. Аудитория билан алоқа қилиш

услуглари. Тўпланган ахборотларни таҳлил қилиш ва қайта ишлаш. Маркетинг ахборотларининг асосий элементлари. Ахборотларни ишлатишда компьютерларни қўллаш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислохот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг 2007 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2008 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» /А.П. Панкрухин; Гильдия маркетингологов.-4-е изд., стер.-М.: Омега-Л, 2006-656 с., стр. 9-12.
5. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Яacobсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

3-мавзу. Маркетингни ташкил этиш. (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг тизими ҳақида тушунча. Тармоқ маркетинглари. Товарлар маркетинги. Хизматлар маркетинги, ишлаб чиқариш воситалари маркетинги, агромаркетинг ва бошқалар. Макромаркетинг ва микромаркетинг. Соҳа фаолияти ва ўзаро боғлиқлиги. Ички ва ташқи бозор маркетинги. Экспорт ва халқаро маркетинг. Халқаро ва миллий маркетинг ассоциациялари. Ўзбекистонда маркетинг фаолиятини ташкил этиш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингнинг ички ва ташқи соҳаси тушунчаси ва уларнинг ўзаро боғлиқлиги. Маркетингнинг ташқи соҳаси. Бозор ва корхонанинг ўзаро боғлиқлиги. Маркетингда ташқи соҳа элементлари (воситачилар, етказиб

берувчилар, рақобатчилар). Рақобат тушунчаси ва моҳияти. Рақобат турлари ва шакллари. Рақобат кураши усуллари. Рақобат сиёсатини олиб бориш усуллари танлаш мезонлари. Маркетингнинг ички соҳаси. Корхона маркетинги тизими. Корхоналарда маркетинг хизматини ташкил этиш, унинг вазифалари ҳамда функциялари ва ташкилий тузилиши. Маркетинг бўйича мутахассисликларни тайёрлаш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» /А.П. Панкрухин; Гильдия маркетингологов.-4-е изд., стер.-М.: Омега-Л, 2006-656 с., стр. 9-12.
5. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калужновой, А. Я. Яacobсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

4-мавзу. Маркетинг дастури. (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг дастури хақида тушунча. Дастур корхона маркетинги фаолиятининг бозор хиссасини эгаллаш ҳамда фойда олишга қаратилган куралидир. Мақсадли дастур ёндашуви маркетинг дастурининг услубий асосидир. Корхонани бозорга томон йўналтирилган ишлаб чиқариш, сотиш, савдо, молия функцияларининг ўзаро боғлиқлиги.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг дастурини ишлаб чиқиш кетма-кетлиги ва асосий бўлимлари. Вазиятни ташкил этиш ва маркетинг синтези. Корхона фаолиятини маркетинг тамойиллари асосида ривожлантиришнинг асосий йўналишларини танлаб олиш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
4. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
6. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

5-мавзу. Стратегик ва тактик режалаштириш, маркетинг назорати (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингда стратегик режалаштиришнинг мақсади ва вазифалари. Стратегик режалаштиришнинг асосий тамойиллари. Тактик режалаштиришнинг роли ва ўрни. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида махсулот ассортиментини режалаштириш уни янгилаш ҳамда рақобатбардошлилигини ошириш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Тактик режалаштиришда режа кўрсаткичлари ҳисоб-китоби. Рекламани ва сотишни рағбатлантиришни режалаштириш, рақобатчиларга таъсир ўтказиш. Молиявий кўрсаткичларни режалаштириш, кадрлар билан таъминлашни режалаштириш ва бошқалар.

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг назорати турлари. Стратегик назорат. Маркетинг стратегиясини бозордаги реал шароит билан таққослаш таҳлили. Маркетинг дастури мақсадлари мажмуи. Маркетинг чора-тадбирлари самарадорлиги. Кундалик назорат. Корхона хўжалик фаолиятининг таҳлили. Даромадлар ва харажатлар назорати. Бозорнинг турли сегментларидаги фойдалиликни таҳлил этиш. Фойда ва зарарлар баланси. Маркетинг дастурини тахрир қилиш.

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. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
4. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. - 476 с
6. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

6-мавзу. Бозор конъюнктурасини тадқиқ этиш ва башорат қилиш (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Бозор конъюктураси хақида тушунча. Конъюктурани шакллантирувчи омиллар. Бозор конъюктураси намоён бўлишининг асосий шакллари. Конъюктурани кузатишлари мазмуни ва вазифалари. Тезкорлик ва хаққонийликни таъминлаш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида бозор конъюктураси ҳолати ва истиқболдаги ривожланиш кўрсаткичлари ҳамда баҳолаш услублари. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида конъюктурани башорат қилиш.

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Умумиқтисодий, тармоқ ва бозор башоратлари. Қисқа муддатли, ўрта муддатли ва узоқ муддатли конъюктурани башоратлари. Бозор конъюктурасининг башорат қилиш услублари.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.

3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
8. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
9. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К^о», 2008. — 140 с.

7- Мавзу. Бозор сегментацияси ва харидорлар турлари.

(6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Бозор сегментацияси моҳияти ва унинг аҳамияти. Бозор сегментацияси хусусиятлари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Бозор сегментацияси турлари. Бозорни сегментлаштиришнинг асосий тамойиллари (географик, психографик, хулқий, демографик ва бошқалар).

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Мақсадли сегмент бозорларини танлаш. Бозордаги энг керакли сегментларини аниқлаш. Товарнинг бозордаги жойлашиш позицияси.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига

бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.

3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
4. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. - 2-е изд., испр. - М: Омега-Л, 2007. — 476 с
6. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
7. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
8. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К^о», 2008. — 140 с.

8-мавзу. Товар ва товар сиёсати. (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Товар ёки хизмат - эҳтиёжни қондириш қуролидир. Товарни ўрганиш ассортимент сиёсатининг асосидир. Товарнинг истеъмол хусусиятларини аҳоли эҳтиёжларига мослаштириш бўйича талаблар. Товарлар ассортименти ва сифати маркетинг тизимида. Товарлар гуруҳи ва туркумлари. Рақобат ва товарлар рақобатбардошлиги ҳақида тушунча.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Товарлар рақобатбардошлигини белгилайдиган кўрсаткичлар тизими (техник даражаси, сифати, фойдалилиги, ишлатишдаги қулайлиги, нархи, харажатлари ва бошқалар). Товарнинг рақобатбардошлигини баҳолаш услублари. Товарларнинг «ҳаётий даври» ва уларнинг асосий бўғимлари. Товарларнинг «ҳаётий даврини» узайтириш услублари. Товар ассортиметини режалаштириш. Режалаштириш услублари.

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Янги товар тушунчаси. Янги товарларни баҳолаш мезонлари (бозор, товар, сотув, ишлаб чиқариш). Янги товарларни ишлаб чиқариш. Товарнинг бозорга самарали қилиб етказиш элементлари (сифати, упаковкеси, сифат кафолати, кафолат хизмат кўрсатиш, транспортабеллиги ва сервис хизмати). Фирма «имиджи». Товар белгиси ва бошқалар.

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. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. - М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
8. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
9. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К^о», 2008. — 140 с.

9-мавзу. Маркетингда товарлар рақобатбардошлиги (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа :

Рақобат ва рақобатбардошлик тушунчаси. Рақобат усуллари. Рақобат кўрсаткичлари ва рақобатбардошлик даражасини ҳисоблаш усуллари.

2-маъруза (2 соат)

Режа :

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида товарларнинг рақобатбардошлик даражасини ошириш омиллари.

3-маъруза (2 соат)

Режа :

Товарларининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари. Ўзбекистонда товарлари сифати ва рақобатбардошлигини жаҳон стандартлари талаб даражасига етказиш бўйича амалга оширилаётган давлат сиёсати.

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

4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
6. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. — М.: «Экзамен», 2008. — 287 с.

10-мавзу. Нарх ва нарх сиёсати (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Нарх тушунчаси ва моҳияти. Нарх тадқиқоти. Нарх ва талаб. Нархни шакллантириш. Нарх ва товар сиёсати. Нарх ва маҳсулот рақобатбардошлиги. Нархни таҳлил қилиш ва башорат қилиш услублари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида нарх сиёсатини шакллантириш. Нарх даражасини ҳисоблаш услублари. Нархни белгилаш омиллари.

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида товарларнинг «хаётий даврлари» мобайнида нархларнинг ўзгарувчанлиги. Нархнинг рағбатлантирувчанлик хусусиятларидан фойдаланиш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. — М.: «Дашков и К^о», 2007. — 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. — 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
8. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. — М.: «Экзамен», 2008. — 287 с.

9. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К°», 2008. — 140 с.

11-мавзу. Маркетингда реклама сиёсати (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингда реклама тушунчаси ва унинг аҳамияти. Рекламанинг асосий мақсади ва вазифалари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Рекламанинг хусусиятлари. Рекламанинг турлари ва воситалари. Маркетингда рекламани ташкил этиш органлари.

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингда рекламани тайёрлаш ва режалаштириш. Рекламани ташкил этишнинг хорижий тажрибаси.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К°», 2007. – 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
8. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.

12-мавзу. Коммуникация сиёсати (6 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш моҳияти, мақсади ҳамда услублари. Товарларни сотишни фаоллаштиришга таъсир этувчи тизим. Харидорларга ва сотувчиларга имтиёзли шароитларни вужудга келтириш.

Сервис хизматини ташкил этиш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Харидорларга таъсир этиш услублари (товар ассортиментини такомиллаштириш, сотувни ташкил этиш, нарх сиесати, реклама товар хақида ижтимоий фикр яратиш «паблисити» ва бошқалар). Сотувчиларга таъсир этиш услублари (кўриklar, мукофотлар, скидкалар ва ҳоказолар).

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Коммуникация сиесатининг моҳияти, мазмуни ва мақсадлари. Коммуникация ва силжитиш маркетингинг муҳим элементидир. Маркетинг коммуникацияси комплекси: (реклама, сотишни рағбатлантириш, ташвиқот, жамоа билан ишлаш ҳамда шахсий сотув ва бевосита сотув).

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Яковсона. — 2-е изд., испр. М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Яковсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
8. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
9. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К^о», 2008. — 140 с.

2.2. Семинар (амалий ва лаборатория) машғулотларининг мазмуни

1-мавзу. Маркетингнинг назарий асослари, курснинг предмети ва ўрганиш усуллари. (2 соат)

Режа:

Маркетинг тушунчаси ва моҳияти. Унинг вужудга келиши ва ривожланишининг асосий босқичлари. Маркетинг назарияси концепцияси ва унинг эволюцияси. Маркетинг тамойиллари. Товарга, сотувга, истеъмолчига,

иқтисодий имкониятларга бўлган йўналишларнинг аста-секин ўзгариши. Замонавий маркетинг тушунчаси бозорга йўналтирилган ишлаб чиқариш ва товар сотиш бошқаруви тизимидир. Товарларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига етказиб бериш жараёни. Маркетинг элементлари таркиби ва жараёни. «Микс» - маркетинг тушунчаси.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» /А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов.-4-е изд., стер.-М.: Омега-Л, 2006-656 с., стр. 9-12.
4. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
6. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

2-мавзу. Маркетинг фаолиятини ахборот билан таъминлаш. (2 соат)

Режа:

Ахборот - маркетингнинг пойдеворидир. Ахборот тизими. Ахборот турлари ва уларни туркумлаш. Ички ва ташқи ахборот. Бирламчи ва иккиламчи маълумотлар. Ахборотларни тўплаш услублари. Аудитория билан алоқа қилиш услублари. Тўпланган ахборотларни таҳлил қилиш ва қайта ишлаш. Маркетинг ахборотларининг асосий элементлари. Ахборотларни ишлатишда компьютерларни қўллаш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.

3. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислоҳот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг 2007 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2008 йилда иқтисодий ислоҳотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» /А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов.-4-е изд., стер.-М.: Омега-Л, 2006-656 с., стр. 9-12.
5. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
6. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

3-мавзу. Маркетингни ташкил этиш. (2 соат)

Режа:

Маркетинг тизими ҳақида тушунча. Тармоқ маркетинглари. Товарлар маркетинги. Хизматлар маркетинги, ишлаб чиқариш воситалари маркетинги, агромаркетинг ва бошқалар. Макромаркетинг ва микромаркетинг. Соҳа фаолияти ва ўзаро боғлиқлиги. Ички ва ташқи бозор маркетинги. Экспорт ва халқаро маркетинг. Халқаро ва миллий маркетинг ассоциациялари. Ўзбекистонда маркетинг фаолиятини ташкил этиш. Маркетингнинг ички ва ташқи соҳаси тушунчаси ва уларнинг ўзаро боғлиқлиги. Маркетингнинг ташқи соҳаси. Бозор ва корхонанинг ўзаро боғлиқлиги. Маркетингда ташқи соҳа элементлари (воситачилар, етказиб берувчилар, рақобатчилар). Рақобат тушунчаси ва моҳияти. Рақобат турлари ва шакллари. Рақобат кураши усуллари. Рақобат сиёсатини олиб бориш усулларини танлаш мезонлари. Маркетингнинг ички соҳаси. Корхона маркетинги тизими. Корхоналарда маркетинг хизматини ташкил этиш, унинг вазифалари ҳамда функциялари ва ташкилий тузилиши. Маркетинг бўйича мутахассисликларни тайёрлаш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислоҳот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг 2007 йилда мамлакатни ижтимоий-

иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2008 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль.

4. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
5. Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» /А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов.-4-е изд., стер.-М.: Омега-Л, 2006-656 с., стр. 9-12.
6. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
7. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

4-мавзу. Маркетинг дастури. (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг дастури хақида тушунча. Дастур корхона маркетинги фаолиятининг бозор хиссасини эгаллаш ҳамда фойда олишга қаратилган кулолдир. Мақсадли дастур ёндашуви маркетинг дастурининг услубий асосидир. Корхонани бозорга томон йўналтирилган ишлаб чиқариш, сотиш, савдо, молия функцияларининг ўзаро боғлиқлиги.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетинг дастурини ишлаб чиқиш кетма-кетлиги ва асосий бўлимлари. Вазиятни ташқил этиш ва маркетинг синтези. Корхона фаолиятини маркетинг тамойиллари асосида ривожлантиришнинг асосий йўналишларини танлаб олиш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Инсон манфаатлари устуворлигини таъминлаш – барча ислохот ва ўзгаришларимизнинг бош мақсадидир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг 2007 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2008 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига

бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2008 йил 9 февраль.

4. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
5. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калужновой, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

5-мавзу. Стратегик ва тактик режалаштириш, маркетинг назорати (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингда стратегик режалаштиришнинг мақсади ва вазифалари. Стратегик режалаштиришнинг асосий тамойиллари. Тактик режалаштиришнинг роли ва ўрни. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида махсулот ассортиментини режалаштириш уни янгилаш ҳамда рақобатбардошлилигини ошириш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Тактик режалаштиришда режа кўрсаткичлари ҳисоб-китоби. Рекламани ва сотишни рағбатлантиришни режалаштириш, рақобатчиларга таъсир ўтказиш. Молиявий кўрсаткичларни режалаштириш, кадрлар билан таъминлашни режалаштириш ва бошқалар. Маркетинг назорати турлари. Стратегик назорат. Маркетинг стратегиясини бозордаги реал шароит билан таққослаш таҳлили. Маркетинг дастури мақсадлари мажмуи. Маркетинг чора-тадбирлари самарадорлиги. Кундалик назорат. Корхона хўжалик фаолиятининг таҳлили. Даромадлар ва харажатлар назорати. Бозорнинг турли сегментларидаги фойдалиликни таҳлил этиш. Фойда ва зарарлар баланси. Маркетинг дастурини тахрир қилиш.

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. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
4. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
6. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.

6-мавзу. Бозор конъюктурасини тадқиқ этиш ва башорат қилиш (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Бозор конъюктураси хақида тушунча. Конъюктурани шакллантирувчи омиллар. Бозор конъюктураси намоён бўлишининг асосий шакллари. Конъюктура кузатишлари мазмуни ва вазифалари. Тезкорлик ва ҳаққонийликни таъминлаш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида бозор конъюктураси ҳолати ва истикболдаги ривожланиш кўрсаткичлари ҳамда баҳолаш услублари. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида конъюктурани башорат қилиш. Умумиқтисодий, тармоқ ва бозор башоратлари. Қисқа муддатли, ўрта муддатли ва узок муддатли конъюктура башоратлари. Бозор конъюктурасининг башорат қилиш услублари.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К^о», 2007. – 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. - 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с

8. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
9. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К°», 2008. — 140 с.

7- Мавзу. Бозор сегментацияси ва харидорлар турлари.

(4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Бозор сегментацияси моҳияти ва унинг аҳамияти. Бозор сегментацияси хусусиятлари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Бозор сегментацияси турлари. Бозорни сегментлаштиришнинг асосий тамойиллари (географик, психографик, хулқий, демографик ва бошқалар). Мақсадли сегмент бозорларини танлаш. Бозордаги энг керакли сегментларини аниқлаш. Товарнинг бозордаги жойлашиш позицияси.

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 Ислом Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: «Дашков и К°», 2007. – 256 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
6. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. - 2-е изд., испр. -М: Омега-Л, 2007. — 476 с
7. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с

8-мавзу. Товар ва товар сиёсати. (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Товар ёки хизмат - эҳтиёжни қондириш қуролидир. Товарни ўрганиш ассортимент сиёсатининг асосидир. Товарнинг истеъмол хусусиятларини аҳоли эҳтиёжларига мослаштириш бўйича талаблар. Товарлар ассортименти ва

сифати маркетинг тизимида. Товарлар гуруҳи ва туркумлари. Рақобат ва товарлар рақобатбардошлиги ҳақида тушунча.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Товарлар рақобатбардошлигини белгилайдиган кўрсаткичлар тизими (техник даражаси, сифати, фойдалилиги, ишлатишдаги қулайлиги, нархи, харажатлари ва бошқалар). Товарнинг рақобатбардошлигини баҳолаш услублари. Товарларнинг «ҳаётий даври» ва уларнинг асосий бўғимлари. Товарларнинг «ҳаётий даврини» узайтириш услублари. Товар ассортиментини режалаштириш. Режалаштириш услублари. Янги товар тушунчаси. Янги товарларни баҳолаш мезонлари (бозор, товар, сотув, ишлаб чиқариш). Янги товарларни ишлаб чиқариш. Товарнинг бозорга самарали қилиб етказиш элементлари (сифати, упаковкеси, сифат кафолати, кафолат хизмат кўрсатиш, транспортбеллиги ва сервис хизмати). Фирма «имиджи». Товар белгиси ва бошқалар.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. — 2-е изд., испр. - М: Омега-Л, 2007. — 476 с
4. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
6. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К°», 2008. — 140 с.

9-мавзу. Маркетингда товарлар рақобатбардошлиги (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа :

Рақобат ва рақобатбардошлик тушунчаси. Рақобат усуллари. Рақобат кўрсаткичлари ва рақобатбардошлик даражасини ҳисоблаш усуллари.

2-маъруза (2 соат)

Режа :

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида товарларнинг рақобатбардошлик даражасини ошириш омиллари. Товарларининг

рақобатбардошлигини ошириш йўллари. Ўзбекистонда товарлари сифати ва рақобатбардошлигини жаҳон стандартлари талаб даражасига етказиш бўйича амалга оширилаётган давлат сиёсати.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Яковсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
6. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
7. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К°», 2008. — 140 с.

10-мавзу. Нарх ва нарх сиёсати (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Нарх тушунчаси ва моҳияти. Нарх тадқиқоти. Нарх ва талаб. Нархни шакллантириш. Нарх ва товар сиёсати. Нарх ва маҳсулот рақобатбардошлиги. Нархни таҳлил қилиш ва башорат қилиш услублари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида нарх сиёсатини шакллантириш. Нарх даражасини ҳисоблаш услублари. Нархни белгилаш омиллари. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида товарларнинг «ҳаётий даврлари» мобайнида нархларнинг ўзгарувчанлиги. Нархнинг рағбатлантирувчанлик хусусиятларидан фойдаланиш.

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган

вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.

3. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
4. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
5. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.

11-мавзу. Маркетингда реклама сиёсати (4 соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингда реклама тушунчаси ва унинг аҳамияти. Рекламанинг асосий мақсади ва вазифалари.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Рекламанинг хусусиятлари. Рекламанинг турлари ва воситалари. Маркетингда рекламани ташкил этиш органлари.

3-маъруза (2 соат)

Режа:

Маркетингда рекламани тайёрлаш ва режалаштириш. Рекламани ташкил этишнинг хорижий тажрибаси.

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. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
6. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К°», 2008. — 140 с.

12-мавзу. Коммуникация сиёсати (4соат)

1-маъруза (2 соат)

Режа:

Талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантириш моҳияти, мақсади ҳамда услублари. Товарларни сотишни фаоллаштиришга таъсир этувчи тизим.

Харидорларга ва сотувчиларга имтиёзли шароитларни вужудга келтириш. Сервис хизматини ташкил этиш.

2-маъруза (2 соат)

Режа:

Харидорларга таъсир этиш услублари (товар ассортиментини такомиллаштириш, сотувни ташкил этиш, нарх сиесати, реклама товар ҳақида ижтимоий фикр яратиш «паблисити» ва бошқалар). Сотувчиларга таъсир этиш услублари (кўриклар, мукофотлар, скидкалар ва ҳоказолар). Коммуникация сиесатининг моҳияти, мазмуни ва мақсадлари. Коммуникация ва силжитиш маркетингнинг муҳим элементидир. Маркетинг коммуникацияси комплекси: (реклама, сотишни рағбатлантириш, ташвиқот, жамоа билан ишлаш ҳамда шахсий сотув ва бевосита сотув).

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 яқунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 656 с.
4. Маркетинг: общий курс: учеб. пособ.— «Экономика» / под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. 2-е изд., испр. — М: Омега-Л, 2007. — 476 с
5. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008.-383с
6. Муртузалиева Т.В. Маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учеб. пособ. – М.: «Экзамен», 2008. – 287 с.
7. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Авт.- сост. проф. Н. И. Перцовский. — М.: «Дашков и К°», 2008. — 140 с.

2.3. Мустақил иш учун мавзулар ва топшириқлар

«Маркетинг» фанини кенгроқ ва батафсил ўрганишда корхоналар маълумотларидан мустақил фойдаланилса маркетингнинг 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 қуйидагиларни бажаришлари лозим: янги замонавий усуллар асосида билимга эга бўлиши учун мустақил равишда кўшимча мавзуларни ўзлаштира олиш, зарурий маълумотларни излаб топишнинг қулай ва самарали усулларидан 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 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.

“Маркетинг” фанидан бакалаврлар учун курс ишини бажариш бўйича услубий кўрсатма ишлаб чиқилган ва чоп этилган, ундан фойдаланишингиз мумкин. (2009 йил 29 август 1-сонли кафедра мажлисида тасдиқланган).

«Маркетинг» Фани буйича умумий хажм 180 соат булиб булардан 64 соати маъруза, 42 соати семинар ва 74 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 машғулотига 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 машғулотига 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 машғулотига 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 “Иқтисодийнинг 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 инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф 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 яқунлари 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)

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

15. Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустахкамлаб, 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. Багиев Г.Л., Моисеева Н.К., Черенков В.И. Международный маркетинг: Учебник для вузов. 2-е изд.- Спб.: Питер, 2008.-688 с.

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

VII. Ўқув қўлланмалар

21. 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.

22. Карпова С.В. Международный маркетинг. Учеб. пособие для вузов, 2-е изд. – М.: Экзамен, 2006 – 288с.

23. Голубкова Е.Н. Международный маркетинг: учеб.- метод. пособ.- М.: Дело и Сервис, 2008.-256 с.

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

VIII. Илмий монографиялар, мақолалар

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

IX. Докторлик ва номзодлик диссертациялари

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

27. 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

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

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

XI. Газета ва журналлар

30. «Маркетинг» журналі. –Т.: 2007-2009 йиллар

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

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

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

XII. Статистика тўпламлари маълумотлари

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

XIII. Интернет сайтлари.

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

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

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

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

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

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

41. www.uzreport.com – бизнес ахборотлари портали

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

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

44. www.InternetNews.com – янгиликлар сервери

