

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI

SAMARQAND DAVLAT UNIVERSITETI



Ro'yxatga olindi:
«Tasdiqlayman»
№ 1405
« » 2019 y

**“MARKETING” FANINING
ISHCHI - O'QUV DASTURI
(mahsus guruh uchun)**

Bilim sohasi: 200000 – “Ijtimoiy soha, iqtisod va huquq”

Ta'lim sohasi: 230000 – “Iqtisod”

Ta'lim yo'nalishi: 5230100 – iqtisodiyot

Umumiy o'quv soati – 162 soat

Shu jumladan:

Ma'ruza –42 soat (3 semestr – 42 soat)

Amaliy mashg'ulotlar – 44 soat (3 semestr –44 soat)

Mustaqil ta'lim soati – 76 soat (3 semestr –76 soat)

Fanning ishchi o'quv dasturi o'quv, ishchi o'quv reja va o'quv dasturiga muvofiq ishlab chiqildi.

Tuzuvchilar: N.N.Davlatov – SamDU, “Kadrlar menejmenti va biznes” kafedrası assistanti.

Taqrizchi: T.B.Bakayev – SamDU, “Kadrlar menejmenti va biznes” kafedrası dotsenti.

SamDU Iqtisodiyot va biznes fakulteti “Kadrlar menejmenti va biznes” kafedrası mudiri:



D.Q. Usmanova

(imzo)

SamDU Iqtisodiyot va biznes fakulteti o'quv uslubiy kengash raisi:



B.U. Bozorov

(imzo)

SamDU Iqtisodiyot va biznes fakulteti dekani:



Sh.B. Safarov

(imzo)

SamDU O'quv uslubiy boshqarma boshlig'i:



B.S. Aliqulov

(imzo)



Samarqand -2019

Marketing fanidan tuzilgan ushbu fan ishchi dasturi marketing tamoyillari, marketing konsepsiyalari mahsulot assortimentini yangilash, kengaytirish hamda raqobatbardoshligini oshirish yo'llari, narx va kommunikatsiya siyosati fanining tarkibiy qismlarini qamrab olgan bo'lib ta'lim yo'nalishlarining fan bo'yicha nazariy bilimlarini shakllantirishga xizmat qiladi. O'quv dasturida yo'nalishning davlat ta'lim standarti, bo'yicha bilim, malaka va ko'nikmalarga qo'yilgan talablar va ta'lim yo'nalishi bo'yicha ta'lim dasturining zaruriy mazmuni va komponentlarini to'liq qamrab olgan bo'lib, dasturni o'zlashtirishda bir qator masalalar yoki integrallashtirilgan kurslar muammolari bo'yicha talabalarning mustaqil ta'limini ko'zda tutadi.

Fanning maqsadi – boshqaruv usullari va tamoyillari, korxonalarda boshqaruvni tashkil etish bosqichlari, boshqaruv va tashkiliy munosabatlarni yo'lga qo'yish, hamda bozor faoliyatini o'rganish, ularning qonuniyatlari va tamoyillarini o'rganish bo'yicha nazariy-amaliy bilimlarni shakllantirishdan iborat..

Fanning vazifasi – Fanning vazifasi – talabalarga menejment va marketingning rivojlanishi va uning ilmiy maktablarini, qonunlari va tamoyillarini, menejment uslublarini, marketing tizimlarini, turlarini va konsepsiyalarini, boshqaruvning bilimlariga tayanib, eng kam boshqaruv harajatlari bilan eng ko'p samaraga intilish haqida nazariy-amaliy bilimlarni o'rgatishdan iborat..

Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga qo'yidagi talablar qo'yiladi. Talaba:

– -menejer; -menejerlik faoliyati; menejmentning usullari va tamoyillari; mamlakatimizda boshqaruvning bilimlariga tayanib, eng kam boshqaruv harajatlari bilan eng ko'p samaraga intilish *haqida tasavvurga ega bo'lishi*;

-korxonalarda marketing faoliyatini tashkil qilish va rivojlantirish bosqichlari marketingda kommunikatsiyalar to'g'risida bilishi va ulardan foydalana olishi, iste'molchilarning talabi va xoxishini o'rganish, marketing tadqiqotlarini o'tkazish, reklama, jamoa bilan aloqalarni yo'lga qo'yishni *bilishi va ulardan foydalana olishi*;

-korxonada faoliyatini rejalashtirish, faoliyatni tashkil etish va nazorat qilish, xodimlarni boshqarish va rag'batlantirish haqidagi *ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak*.

2. Ma'ruza mashg'ulotlari

5231700-Kadrlar menejmenti

1- jadval

№	Ma'ruza mashg'ulotlari	Dars soatlari hajmi
4-semestr		
1.	Marketingning nazariy asoslari	2
2.	Marketing tizimida axborot ta'minoti	2
3.	Marketing muhiti	2
4.	Marketingni rejalashtirish	2
5.	Bozorni va iste'molchilarni o'rganish	4
6.	Marketing tizimida tovar siyosati	4
7.	Marketing tizimida narx siyosati	4
8.	Marketingda kommunikatsion siyosat	2
9.	Marketing strategiyasi	4
10.	Marketing nazorati va byudjeti	2
11.	Marketing tadqiqotlari	4
Jami		32

5111017-Kasb ta'limi (iqtisodiyot)

2-javol

№	Ma'ruza mashg'ulotlari	Dars soatlari hajmi
4-semestr		
1.	Marketingning nazariy asoslari	2
2.	Marketing tizimida axborot ta'minoti	2
3.	Marketing muhiti	2
4.	Marketingni rejalashtirish	2
5.	Bozorni va iste'molchilarni o'rganish	4
6.	Marketing tizimida tovar siyosati	4
7.	Marketing tizimida narx siyosati	4
8.	Marketingda kommunikatsion siyosat	2
9.	Marketing strategiyasi	4
10.	Marketing nazorati va byudjeti	2
11.	Marketing tadqiqotlari	4
Jami		32

Ma'ruza mashg'ulotlari multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada o'tiladi.

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

5231700-Kadrlar menejmenti

1- jadval

№	Ma'ruza mashg'ulotlari	Dars soatlari hajmi
4-semestr		
1.	Marketingning nazariy asoslari	2

2.	Marketing tizimida axborot ta'minoti	2
3.	Marketing muhiti	2
4.	Marketingni rejalashtirish	2
5.	Bozorni va iste'molchilarni o'rganish	4
6.	Marketing tizimida tovar siyosati	4
7.	Marketing tizimida narx siyosati	4
8.	Marketingda kommunikatsion siyosat	2
9.	Marketing strategiyasi	4
10.	Marketing nazorati va byudjeti	2
11.	Marketing tadqiqotlari	4
	Jami	32

5111017-Kasb ta'limi (iqtisodiyot)

2-javal

№	Ma'ruza mashg'ulotlari	Dars soatlari hajmi
4-semestr		
1.	Marketingning nazariy asoslari	2
2.	Marketing tizimida axborot ta'minoti	2
3.	Marketing muhiti	2
4.	Marketingni rejalashtirish	2
5.	Bozorni va iste'molchilarni o'rganish	4
6.	Marketing tizimida tovar siyosati	4
7.	Marketing tizimida narx siyosati	4
8.	Marketingda kommunikatsion siyosat	2
9.	Marketing strategiyasi	4
10.	Marketing nazorati va byudjeti	2
11.	Marketing tadqiqotlari	4
	Jami	32

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada har bir akademik guruhga alohida o'tiladi. Mashg'ulotlar interfaol usullar yordamida o'tiladi, "Keys-stadi", fan mavzulariga oid masalalar ishlatiladi, keyslar va masalalar mazmuni o'qituvchi tomonidan belgilanadi. Ko'rgazmali materiallar va axborotlar multimedia vositalari yordamida uzatiladi.

Fan bo'yicha kurs ishi. O'quv rejada rejalashtirilmagan.

4. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Talabalar mustaqil ishni tayyorlashda ushbu fanning xususiyatlarini hisobga olgan holda quyidagi shakllardan foydalaniladi va joriy nazorat sifatida baholanadi.

– **Mavzu bo'yicha konspekt (referat va taqdimot)** – nazariy materiallarni puxta o'zlashtirishga yordam beruvchi bunday usul o'quv materialiga asosiy

diqqatni ko'proq jalb etishga yordam beradi. Talaba konspekti turli nazorat ishlariga tayyorgarlik ishlarini osonlashtiradi, vaqtni tejaydi;

– **O'qitish va nazorat qilishning avtomatlashtirilgan tizimlari bilan ishlash** – talaba nazariy va amaliy mashg'ulotlarda olgan bilimlarini o'zlashtirishlari, turli nazorat ishlariga tayyorgarlik ko'rishlari uchun tavsiya etilgan elektron manbalar, innovatsion dars loyihasi namunalari, o'z-o'z-o'zini nazorat uchun test topshiriqlari va boshq;

– **Fan bo'yicha qo'shimcha adabiyotlar bilan ishlash** – mustaqil ishlash uchun berilgan topshiriqlar bo'yicha talabalar tavsiya etilgan asosiy adabiyotlardan tashqari qo'shimcha o'quv, ilmiy adabiyotlardan foydalanadi. Bunda rus va xorijiy adabiyotlardan foydalanish rag'batlantiriladi;

– **Internet tarmog'idan foydalanish** – fan mavzularini o'zlashtirish, kurs ishi, BMI yozishda mavzu bo'yicha internet manbalarini topish, ular ishlash nazorat turlarining barchasida qo'shimcha reyting ballari bilan rag'batlantiriladi;

– **Mavzuga oid masalalar, keys-stadilar va o'quv loyihalarini ishlab chiqish va unda ishtirok etish;**

– **Amaliyot turiga oid ma'lumotlar yig'ish, amaliyotdagi mavjud muammolarning echimini topish, xisobotlar tayyorlash;**

Mustaqil ta'limni tashkil etish bo'yicha uslubiy ko'rsatma va tavsiyalar ishlab chiqiladi. Unda talabalarga asosiy ma'ruza mavzulari bo'yicha amaliy topshiriq, keys stadilar echish uslubi va mustaqil ishlash uchun vazifalar belgilanadi.

**Tavsiya etilayotgan mustaqil ishlarning mavzulari
5231700-Kadrlar menejmenti**

№	Mustaqil ta'lim mavzulari	Hajmi (soatda)
4-semestr		
1.	Marketingning nazariy asoslari	
2.	Marketing tizimida axborot ta'minoti	
3.	Marketing muhiti	
4.	Marketingni rejalashtirish	
5.	Bozorni va iste'molchilarni o'rganish	
6.	Marketing tizimida tovar siyosati	
7.	Marketing tizimida narx siyosati	
8.	Marketingda kommunikatsion siyosat	
9.	Marketing strategiyasi	
10.	Marketing nazorati va byudjeti	
11.	Marketing tadqiqotlari	
Jami		

5111017-Kasb ta'limi (iqtisodiyot)

№	Mustaqil ta'lim mavzulari	Hajmi (soatda)
4-semestr		
1.	Marketingning nazariy asoslari	
2.	Marketing tizimida axborot ta'minoti	

3.	Marketing muhiti	
4.	Marketingni rejalashtirish	
5.	Bozorni va iste'molchilarni o'rganish	
6.	Marketing tizimida tovar siyosati	
7.	Marketing tizimida narx siyosati	
8.	Marketingda kommunikatsion siyosat	
9.	Marketing strategiyasi	
10.	Marketing nazorati va byudjeti	
11.	Marketing tadqiqotlari	
Jami		

5. Fan bo'yicha talabalar bilimini baholash va nazorat qilish me'zonlari

Baholash usullari	Ekspress testlar, yozma ishlar, og'zaki so'rov, prezentatsiyalar, keystadi, fan mavzulariga oid masalalar
Baholash mezonlari	5 (a'lo) baho – mustaqil xulosa va qaror qabul qilish; – ijodiy fikrlay olish; – mustaqil mushohada yurita olish; – olgan bilimlarni amalda qo'llay olish; – fan (mavzu)ning mohiyatini tushunish; – bilish, ifodalay olish, aytib berish; – fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega bo'lish.
	4 (yaxshi) baho – mustaqil mushohada yurita olish; – olgan bilimlarni amalda qo'llay olish; – fan (mavzu)ning mohiyatini tushunish; – bilish, ifodalay olish, aytib berish; – fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega bo'lish
	3 (qoniqarli) baho – fan (mavzu)ning mohiyatini tushunish; – bilish, ifodalay olish, aytib berish; – fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega bo'lish.
	2 (qoniqarsiz) baho – fan dasturini o'zlashtirmaslik; – fan ning mohiyatini bilmaslik; – aniq tasavvurga ega bo'lmaslik; – mustaqil fikrlay olmaslik.
	Oraliq nazorat (Oraliq nazoratlar tasdiqlangan grafik asosida dars mashg'ulotlaridan so'ng tashkil etiladi)
	Birinchi oraliq yozma shaklda (ma'ruzachi va amaliy mashg'ulot o'qituvchisi tomonidan) qabul qilinadi.
	Ikkinchi oraliq nazorat og'zaki so'rov shaklida (ma'ruzachi va amaliy mashg'ulot o'qituvchisi tomonidan) qabul qilinadi.
YAkuniy nazorat	YOzma ish
	18-hafta

6. Asosiy va qo‘shimcha o‘quv adabiyotlar hamda axborot manbaalari

Asosiy adabiyotlar

1. Philip Kotler, Kevin Lane. Keller Marketing management 12th edition. 2010 by Pearson Education, Inc.p. 815.
2. Ricky W.Griffin. Fundamentals of Management. Eighth Edition. 2015 Cengage Learning products are represented in Canada by Nelson Education, Ltd.p. 547
3. YOldoshev N.Q., Azlarova M.M., Xo‘jamuradova G.Y. “Menejment va marketing asoslari” (O‘quv qo‘llanma). – T.: TDIU, 2012 y. -258 b..
4. Qosimova D.S. Menejment nazaryasi. Darslik T.: Tafakkur bo‘stoni, 2011. – 335 b.011. -335 b.
5. Ergashxodjaeva SH.J., Qosimova M.S., YUsupova M.A. Marketing Darslik. – T.:TDIU, 2011. -263 b.

Qo‘shimcha adabiyotlar

6. Mirziyoev SH.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib – intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016 yil yakunlari va 2017 yil istiqbollariga bag‘ishlangan majlisidagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining nutqi. //Xalq so‘zi gazetasi. 2017 yil 16 yanvar, №11.
7. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi –T.: O‘zbekiston, 2014. –46 b.
8. Mirziyoev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. “O‘zbekiston” NMIU, 2017. – 485 b.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida” gi PF-4947-sonli Farmoni. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2017 y., 6-son, 70-modda.
10. Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens and Joeri Van den Bergh. Marketing communications: a European perspective Fifth edition. Pearson Education Limited 2013. – 614 pages
11. Nigel Bradley Marketing research: tools & techniques. 3-rd edition 2013. 548 pages
12. Solomon, Michael R. Consumer behavior / Michael R. Solomon. — 10th ed.
13. S.S.G‘ulomov., G‘.M.Qosimov. Marketing tadqiqot metodologiyasi. Darslik. TDAU:2013 yil.–171 bet
14. Basovskiy L.E. Marketing. Uchebnoe posobie. – M.: Izdatelskiy dom «Vilyams», 2010.-424 str.
15. Bronnikova T.S. Marketing: teoriya, praktika. Uchebnoe posobie. –M.:KNORUS, 2010. – 208 str.
16. Zavyalov P.S. Marketing v sxemax, risunkax, tablitsax: Uchebnoe posobie. – M.: INFRA-M, 2006, - 496 s.
17. Kotler F. Основы маркетинга. Uchebnoe posobie. – M.: Izdatelskiy dom «Vilyams», 2010. -656 str.
18. Kotler F. Marketing menedjment. Uchebnoe posobie. - Spb.: Piter, 2010.-497 s.

19. Uolker O. Marketingovaya strategiya. Uchebnoe posobie. — M.: Vershina, 2008.- 384 s.

20. Yoʻldoshev N.Q., Nabokov V.I. “Menejment nazaryasi” Darslik. –T.: TDIU, 2013. – 433 b.

Internet saytlari:

21. <http://www.mail.tdiu.uz> – TDIU elektron kutubxonasi

22. <http://www.el.tfi.uz> – TMI elektron kutubxonasi

23. <http://lex.uz>– Oʻzbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari maʼlumotlari milliy bazasi.

24. www.ziyonet.uz –taʼlim portali

25. <http://www.elib.me> –elektronnye uchebniki po marketingu

26. <http://www.alleng.ru> – uchebnik, posobie, spravochnik po marketingu.

27. <http://www.marketing.spb.ru> – материалы по маркетинговым исследованиям и программному обеспечению

28. www.aup.ru –administrativno-upravlencheskiy portal

29. www.marktika.ru –Marketingovoe agentstvo, spetsializirovannoe na provedenii marketingovykh issledovaniy, razrabotke biznes-planov investitsionnykh proektov i rekrutinge marketingovogo personala