

Marketing



Ta'lim shakli, ta'lim davri:

240 kredit to'planadi, kunduzgi ta'lim shakli, 4 yil o'qiladi

Ta'lim klasifikatori:

Marketolog bo'lib yetishib chiqadi

Ilmiy izlanish qamrovi:

Kimyo va oziq-ovqat sanoati

Fakultet:

Menejment va professional ta'lim

Yo'nalish kodi:

60412500

Kafedra mudiri:

Xo'jamurodov Asqarjon Jalolovich, email: simk@tkti.uz

O'quv dasturining maqsad(lar)i:

Mehnat bozori talablariga javob beradigan, oliy ma'lumotli, yuqori professional malaka va ko'nikmalarga ega bo'lgan marketolog mutaxassislarni (bakalvr va magistr) tayyorlash hisoblanadi.

Professional faoliyatga kirish:

ta'lim yo'nalishi fan, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohasidagi yo'nalish bo'lib, u korxonalarda marketing faoliyatini tashkil etish, boshqarish, rejalashtirish, nazorat qilish, marketing kompleksi, bozorni segmentlash va pozitsiyalashtirish, marketing tadqiqotlari o'tkazish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, korxonalarning marketing strategiyasini ishlab chiqish, tovar, narx, sotish, siljitish siyosatini amalga oshirish, yangi tovarlarni bozorga kiritish, korxonalarni tashqi bozorlarga chiqish usullari, turli mulkchilik shaklidagi korxonalar va tashkilotlarda marketing faoliyatini rivojlantirish istiqbolini belgilash bilan bog'liq kasbiy sohalar kabi kasbiy faoliyati turlari bilan shug'ullanadi.

Marketing



1-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	O'EYT1104	O'zbekistonning eng yangi tarixi	4
	IQTN1106	Iqtisodiyot nazariyasi	6
	XT1106	Xorijiy til	6
	MARK1104	Marketing kirish	4
	MAT1106	Amaliy matematika 1	6
	FAL1104	Falsafa	4

3-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	RQI2306	Raqamli iqtisodiyot	6
	MARK2306	Marketing asoslari	6
	MEN2306	Menejment	6
	BUX2306	Buxgalteriya	6
	JIXI2306	Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar	6

2-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	O'RT1204	O'zbek (rus) tili	4
	MAT1204	Amaliy matematika	6
	XT1204	Xorijiy til	4
	DIN1204	Dinshunoslik	4
	IT1106	Iqtisodiy ta'limotlar tarixi	6
	O'EYT1204	Iqtisodiyotda axborot kommunikatsion texnologiyalar va tizimlar	6

4-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	JIXI2406	Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar	6
	ITA2404	Iqtisodiy tahlil va audit	4
	STAT2404	Statistika	4
	MIKI3404	Mikro iqtisodiyot	4
	STRM2404	Strategik menejment	4
	STRM2404	Strategik marketing	4

Marketing



5-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	MAK3504	Makro iqtisodiyot	4
	INVM3504	Innovatsion menejment	4
	BRB3504	Brendni boshqarish	4
	INVM3504	Innovatsion marketing	4
	Tanlov fanlar		
	KBT3504/	Kichik biznes va tadbirkorlik/	4
	MERCh3504	Merchandayzing	4
	QQB3504/	Qimmatli qog'ozlar bozori/	4
	MLA3504	Moliya asoslari	4
	TUK3504/	Tadqiqot usullari va ko'nikmalari/	4
	SPSS3504	SPSS ga kirish	4
	YO'RK3502	Yangi tahrirdagi O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi	2

7-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	SIM4704	Sifat menejmenti	4
	IChJM4706	Marketingda tovar siyosati	6
	Tanlov fanlar		
	MARA4706/	Marketing analitikasi/	6
	REKI4706	Reklama ishi	6
	SRMM 4706/	SRM marketing/	6
	INTM4706	Internet marketing	4
	XTI4704/	Xalqaro tijorat ishi/	4
	XQS4704	Xalqaro savdo	4
	MKM4704/	Marketing menejmenti/	4
	MLB4704	Moliya bozori	4

6-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	KOOM3604	Oziq - ovqat maxsulotlarini ishlab chiqarish asoslari	4
	BRB3606	Brendni boshqarish	6
	IXA3606	Iste'molchi xulq atvori	6
	Tanlov fanlar		
	XQM3604/	Xalqaro marketing/	4
	RQM3604	Raqamli marketing	4
	BTJJ3604/	Kimyo va oziq ovqat maxsulotlarini ishlab chiqarish asoslari/	4
	BRAP3604	KOOS korxonalarini iqtisodiyoti	4

8-semestr	Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
	EHH4804	Ekologiya va hayot faoliyati xavfsizligi	4
	MNS4806	Marketingda narx siyosati	6
	SMM4806	SMM marketing	6
	Tanlov fanlar		
	INVB4804/	Investitsiyalarni boshqarish/	4
	YIQ4804	Yashil iqtisodiyot	4

O'rganish natijalari

Bilim va tushunchalar

- A1** Tovarlar va xizmatlar bozorini rivojlanish tendentsiyasini o'rganish; Marketing sohasiga oid me'yoriy - huquqiy hujjatlarni, iqtisodiyotning rivojlanish xususiyatlari va qonuniyatlarini bilish; Ichki va tashqi bozor kon'yunkturasini tahlil etish va prognozlash;
- A2** Maqsadli segmentni tanlash, firmaning raqobatbardoshligini tahlil etish va marketing strategiyasini tanlash, taqsimot kanallarini belgilash; Tovarlar raqobatbardoshligini oshirish, yangi tovarlar ishlab chiqarish, marketing innovatsiyalarini amaliyotga joriy etish;
- A3** Bozorni qamrab olish strategiyasi, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojlantirish bo'yicha marketing rejasi, korxonaning rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish;
- A4** Korxonalarda marketing faoliyatini rejalashtirish, marketing nazorati va auditini o'tkazish, marketing byudjetini aniqlash; Tovarlar va xizmatlar bozorida reklama faoliyatini tashkil etish;

Texnologik tahlil

- B1** Tovarlar va xizmatlar bozorida marketing faoliyatini va mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarishni tashkil etish; Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarini faoliyatini rivojlantirishda marketing tamoyillarini tatbiq etish;
- B2** Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash, bozorning jozibadorligini tahlil etish, bozorni segmentlash vositasida ehtiyojlarni tahlil etish;
- B3** Korxonalarda marketing faoliyatini samarali boshqarish; Zamonaviy marketing kontseptsiyalarini amaliyotga tatbiq etish, tovar, narx, sotish, kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish; Sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, marketing tadqiqotlari o'tkazishni tashkil etish;

Texnologik dizayn

- C1** Zamonaviy marketing kontseptsiyalarini amaliyotga tatbiq etish, tovar, narx, sotish, kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish; Sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, marketing tadqiqotlari o'tkazishni tashkil etish;
- C2** Biotexnologik jarayonlarni loyihalash davomida ularni raqamlashtirishni amalga oshirish, biotexnologik uskunalarni tanlay oladi, biotexnologik jarayonda bioreator va fermentyolar tahlilini amalga oshira oladi.
- C3** Tovarlar va xizmatlar bozorini rivojlanish tendentsiyasini o'rganish; Marketing sohasiga oid me'yoriy - huquqiy hujjatlarni, iqtisodiyotning rivojlanish xususiyatlari va qonuniyatlarini bilish; Ichki va tashqi bozor kon'yunkturasini tahlil etish va prognozlash; Maqsadli segmentni tanlash, firmaning raqobatbardoshligini tahlil etish va marketing strategiyasini tanlash, taqsimot kanallarini belgilash;
- C4** Tovarlar raqobatbardoshligini oshirish, yangi tovarlar ishlab chiqarish, marketing innovatsiyalarini amaliyotga joriy etish; Bozorni qamrab olish strategiyasi, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojlantirish bo'yicha marketing rejasi, korxonaning rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish; Korxonalarda marketing faoliyatini rejalashtirish, marketing nazorati va auditini o'tkazish, marketing byudjetini aniqlash;

Tadqiqot

- D1** Ilmiy tadqiqot institutlari va ilmiy markazlarda iqtisodiyotning dolzarb yo'nalishlari yuzasidan ilmiy tadqiqot ishlarini amalga oshirishda qatnashish; Kichik ilmiy xodim va yordamchi lavozimlarda ilmiy-tadqiqot ishlari olib borishi;
- D2** Ilmiy-uslubiy va boshqa texnik ishlarni bajarish; Ilmiy-tadqiqot va ishlab chiqarish jamoasi tarkibida (ta'lim yo'nalishi xususiyatlariga mos ravishda) kasbiy faoliyat masalalarini yechish; Ilmiy-amaliy seminarlar, konferensiyalarni tashkil etish hamda ilmiy, tahliliy ommabop nashrlarda maqolalar bilan qatnashish;
- D3** Ilmiy va ilmiy-uslubiy faoliyat turlari bo'yicha axborot-resurs kataloglarini tuzish va ulardan foydalanish; Tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalarda ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etish bo'yicha ilmiy tadqiqot ishlarini amalga oshirishda qatnashish; Tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalariga tegishli mamlakatdagi va xorijiy davlatlardagi fan-texnika yutuqlari, maxsus adabiyotlar va boshqa ilmiy-texnik axborotlarni o'rganish;
- D3** Tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalaridagi muammolar mavzulari bo'yicha iqtisodiy axborotlarni yig'ish, qayta ishlash, tahlil qilish va tizimlashtirish ishlarini amalga oshirish; Internet tarmog'ida eng yangi ilmiy yutuqlar haqidagi ma'lumotlarni maqsadga yo'nalgan holda qidirish va topish; Ilmiy tadqiqot ishlanmalarini tayyorlash, soha adabiyotlari ekspertizasini amalga oshirishda qatnashish; tadqiqot natijalari va ishlanmalarni tatbiq etishda qatnashish bo'yicha faoliyat olib borish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim.

Amaliy tadbirlar

- E1** Tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalarda ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etish bo'yicha ilmiy tadqiqot ishlarini amalga oshirishda qatnashish; Tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalariga tegishli mamlakatdagi va xorijiy davlatlardagi fan-texnika yutuqlari, maxsus adabiyotlar va boshqa ilmiy-texnik axborotlarni o'rganish;
- E2** Tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalaridagi muammolar mavzulari bo'yicha iqtisodiy axborotlarni yig'ish, qayta ishlash, tahlil qilish va tizimlashtirish ishlarini amalga oshirish; Internet tarmog'ida eng yangi ilmiy yutuqlar haqidagi ma'lumotlarni maqsadga yo'nalgan holda qidirish va topish;
- E3** Ilmiy tadqiqot ishlanmalarini tayyorlash, soha adabiyotlari ekspertizasini amalga oshirishda qatnashish; Tadqiqot natijalari va ishlanmalarni tatbiq etishda qatnashish bo'yicha faoliyat olib borish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim.

Shaxsiy ko'nikmalar

- F1** Marketing faoliyatini strategik tahlil qilish, korxonaning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish ko'nikmalariga ega bo'lish;
- F2** Korxonaning tovar, narx, sotish va kommunikatsiya siyosatini ishlab chiqish va ular bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish; Biznes-rejalar va shartnomalarni shakllantirish va boshqarish, ijrochilar faoliyatini muvofiqlashtirish ko'nikmalariga ega bo'lish;
- F3** Marketingni tashqi va ichki muhitini, bozor va unga xos xatarlarni, raqobat muhitini tahlil qilish va baholash ko'nikmalariga ega bo'lish; Marketingni faoliyatini tashkil etish, iste'molchilar bilan munosabatlar o'rnatish, kommunikatsiyani samarali amalga oshirish usullarini qo'llash o'quviga ega bo'lish;
- F4** Yangi bozor imkoniyatlarini aniqlash va egallash (maqsadli bozor va maqsadli segment bo'yicha) va ularda samarali faoliyat yuritish uchun marketing strategiyalarini ishlab chiqish ko'nikmalariga ega bo'lish.