

<b>Fan platformasi</b>		
<b>Fanning to'liq nomi: Marketing tadqiqotlari.</b>		
<b>Fan kodi:</b> MKT4806	<b>Fanga ajratilgan kreditlar (ECTS):</b> 4	<b>davomiyligi:</b> 8 semestr
<b>Kafedra:</b> Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti		
<b>Fan qaysi yo'nalish talabalari uchun:</b> 60411200 —Menejment (kimyo va oziq – ovqat sanoati)		
<b>Fan ma'ruza o'qituvchisi:</b> Mo'minova Dildora Dilshadovna		
<b>Fanga ajratilgan umumiy soatlar:</b> 120	<b>Email:</b> dmominova875@gmail.com	
<b>Fan seminar mashg'ulotlari o'qituvchisi(lari):</b> Mo'minova Dildora		
<b>Prerekvizitlar:</b> Marketing, menejment, statistika		<b>Tanlov turi:</b> tanlov fan
<p><b><i>Fanning qisqacha bayoni:</i></b> nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, qonunlar va kategoriyalar mazmun-mohiyatini o'rgatish, ularga nisbatan shaxsiy munosabatni shakllantirish orqali iqtisodiy muammolarni echish yo'llarini topa olish qobiliyatini shakllantirishdir.</p>		

**Fanning maqsadi:** Marketing tadqiqotlarga oid bilimlarning nazariy asoslarini, marketing tadqiqotlaridagi asosiy tushuncha va kategoriyalarni, marketing tadqiqotlaridagi qonunlar va tamoyillarni o'rgatish hamda amaliyotda ularni qo'llay olish xususiyatini shakllantirishdan iborat.

**Fan yakunida talabalar quyidagi malaka va ko'nikmalarga ega bo'lishadi:**

➤ talaba marketing tadqiqotlarining nazariy asoslari; marketing axborot tizimi, marketing ichki va tashqi muhiti;- iste'mol bozorida xaridor xulq-atvori; marketing tadqiqotlari yo'nalishlari va uslublari haqida ***haqida tasavvurga ega bo'lish;***

➤ talaba axborot yig'ishda anketa uslubidan foydalanish; bozorni segmentlashtirish; swot, abc tahlillarni amalga oshirish; bozor kengligi va talabni bashorat qilish; iqtisodiy-matematik modellardan foydalanish ***bilishi va ulardan foydalana olishi;***

➤ talaba bozorni segmentlash va xaridorlarni tabaqalanish darajasini o'rganish; bozordagi tadqiqot darajalarini korxonaning strategik jihatdan istiqbollash; tovar va xizmatlar sotilishini kengaytirish imkoniyatlari va uni raqobatga bardosh bera olish usul va yo'llarini aniqlash ***ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.***

**Ma'ruza mashg'ulotlari**

Ma'ruza mashg'ulotlari katta sig'imli, multimedia qurilmalari bilan jihozlangan o'quv auditoriyalarida olib boriladi.

**Amaliy mashg'ulotlar**

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada har bir akademik guruhga alohida o'tiladi. Mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tiladi, Ko'rgazmali materiallar va axborotlar multimedia qurilmalari yordamida uzatiladi.

**Mustaqil ta'lim**

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan quyidagi vazifalardan biri tayyorlanadi: o'qituvchi tomonidan berilgan muammoni "Keys-stadi" texnologiyasi asosida echimini topish, taqdimot tayyorlash, berilgan mavzu bo'yicha testlar tuzish, referat tayyorlash.

No	Fan mavzulari	Ma'ruza soatlar hajmi	Amaliy mashg'ulot soatlar hajmi	Mustaqil ta'lim soatlari
1	Marketingning g'oyaviy asoslari.	2	2	6
2	Sanoat tovarlari xaridorining motivatsiyasi	2	2	6
3	Makrosegmentlarni tahlil qilish.	2	2	6
4	Talabni tahlil qilishning asosiy konsepsiyalari.	2	2	6
5	Raqobatlashuvning kengaytirilgan konsepsiyasi.	2	2	6
6	Tovarning raqobatbardoshligini oshirish yo'llari.	2	2	6
7	Faoliyat yo'nalishi portfelining imkoniyatlarini tahlil qilish.	2	2	6
8	Yangilik kiritishning muvaffaqiyati tahlili va ishlab chiqarish	2	2	6
9	Sifat strategiyasi.	2	2	6
10	Bozorni qamrab olish strategiyalari.	2	2	6
11	Yangi tovarlar uchun narx strategiyasi.	1	1	4
12	Reklama kommunikatsiyasi jarayoni.	1	1	4
13	Marketingni strategik rejalashtirish jarayoni.	1	1	2
14	Strategik moljal va maqsadni tanlash.	1	1	2
<b>Jami</b>		24	24	72

### Adabiyotlar

1. Sh. Dj. Ergashxodjayeva. Strategik marketing. Darslik. — T.: O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati, 2014. 238 b.
2. S.Salimov. Marketingni boshqarish. 2010y. Darslik. Toshket-2010y. 256 bet
3. SH.DJ.Ergashxodjaeva, A.N. Samadov, I.B. Sharipov. Marketing. Darslik. Toshkent: Iqtisodiyot. 2013 y, 339 bet.

### Qo'shimcha adabiyotlar

4. Sh. Dj. Ergashxodjaeva. Innovatsion marketing. Darslik. Toshkent-2013y. 238 bet
5. Касымова Ф.Т. Экономика предприятия. Учебное пособие. Т. ИKTISODIYOT. 2016 г. 230 стр.

### Internet saytlari

6. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat partali
7. www.lex.uz. – O'zbekiston Respublikasi qonun xujjatlar milliy bazasi
8. www.mf.uz (O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi)
9. www.stat.uz (O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi)
10. www.ima.uz (O'zbekiston Respublikasi Intellektual mulk agentligi)
11. vwww.academy.uz (Fanlar akademiyasi)
12. www.standart.uz (Uzstandart agentligi)
13. www.smsiti.uz (Standartlar instituti)

**Kontakt soatlari\*:** mustaqil ta'lim topshiriqlarini bajarish, ularni taqdim etish, zarur ma'lumotlar va turli materiallar bo'yicha savollarga quyidagi grafik asosida o'qituvchiga murojaat qilishingiz mumkin:

No	Kun	Vaqt	Xona
1.	Payshanba	14.00 – 16.00	308
2.	Juma	14.00 – 16.00	308

