

Fan platformasi		
Fanning to'liq nomi: BRENDNI BOSHQARISH		
Fan kodi: B306BREB	Fanga ajratilgan kreditlar (ECTS):6	davomiyligi: semester 3
Kafedra: <b>Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti</b>		
Fan qaysi yo'nalish talabalari uchun: <b>Marketing (kimyo va oziq – ovqat sanoati)</b>		
Fan ma'ruza o'qituvchisi: Xaydarova Kamola Axinjanovna		
Fanga ajratilgan umumiy soatlar:180	Email: Xaydarovakamola@mail.ru	
Fan seminar mashg'ulotlari o'qituvchisi(lari): Xaydarova Kamola		
Prerekvizitlar:		
<p><b>Fanning qisqacha bayoni:</b> Fanni o'qitishdan maqsad –talabalarga 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</p>		

**Fanning maqsadi:** Fanning vazifasi – 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 shakllantirish. talabalardalarda jahon bozoridagi vaziyatni, baho dinamikasi, taklif va talab kabi omillar yig'indisining o'zaro munosabati orqali aniqlashni o'rgatish, brend siyosatini amalga oshirish, tovarlar bozorida tadqiqotlar olib borish, iste'molchilarning tovarlarga bo'lgan munosabatini o'rganish, brend tovarlar baholarini shakllanishi va iste'molchilarga servis xizmat ko'rsatish strategiyalarini, tovar va xizmatlar sotilishini kengaytirish imkoniyatlari va uni raqobatga bardosh bera olish strategiya usul va yo'llarini o'rgatish hamda kompaniyalarning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish, milliy brendlarni xalqaro va global brendlarga aylantirish strategiyalari bo'yicha tavsiyalar berish bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdir.

### **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, "Keys-stadi" texnologiyasi ishlatiladi. Ko'rgazmali materiallar va axborotlar multimedia qurilmalari yordamida uzatiladi. Shuningdek, mavzudan kelib chiqib dars mashg'uloti mehmonxonada sayyor dars tarzida olib boriladi.

### **Mustaqil ta'lim**

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan taqdimotlar, guruh bilan ishlanmalar, referatlar tayyorlanadi.

<b>№</b>	<b>Fan mavzulari</b>	<b>Ma'ruza soatlar hajmi</b>	<b>Amaliy mashg'ulot soatlar hajmi</b>	<b>Mustaqil ta'lim soatlari</b>
1	1.“Brendni boshqarish” faniga kirish. Brend haqida tushuncha va brendlarni tasniflanishi	2	6	12
2	Brendni boshqarishda marketing tadqiqotlari	2	6	12
3	Brendni tayyorlov bosqichi	2	6	12
4	Brendni loyihalashtirish bosqichlari. Brendning tarkibiy	2	6	12
5	Brendning huquqiy asoslari	2	6	10
6	Brend arxitekturasi	2	2	10
7	Brendga moyillik va uni boshqarish	2	4	10
8	Birlashtirilgan brending	2	4	10
9	Brend kapitali	4	4	10
10	Globalashuv sharoitida brendlarni siljitish va ularni	4	4	10
<b>Jami</b>		24	48	108

### **Adabiyotlar**

1. Den S. Kennedi. Jestkiy brend-bilding. Izd.: Alpina pablisher, 2017.-290 str.
2. Keller K.L. Strategicheskiy brend – menedjment: sozdanie, otsenka, upravlenie marochnym kapitalom Uchebnik. M.: Izdatelskiy dom.: Vilyams, 2010. – 704 str.
3. Kotler Ph., Pfoertsch W. Ingredient Branding: Making the Invisible Visible. Springer, 2010. - 409 p.
4. Ergashxodjaeva Sh., Nematov I.. Brendni boshqarish. O‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019. - 146 b.
1. Qo‘shimcha adabiyotlar O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi - T.: O‘zbekiston, 2017. - 46 b.
1. Aaker D. Brend-liderstvo: novaya konsepsiya brendinga. Uchebnik. – M.: Piter, 2008. – 380 str.
2. Den S. Kennedi. Jestkiy brend-bilding. Izd.: Alpina pablisher, 2017.-290 str.
3. Keller K.L. Strategicheskiy brend – menedjment: sozdanie, otsenka, upravlenie marochnym kapitalom Uchebnik. M.: Izdatelskiy dom.: Vilyams, 2010. – 704 str.
4. Minett, Stiv. Marketing V2V i promyshlennyy brending: Per. s angl. – M.: OOO «ID Vilyams», 2018.- 208 s.
5. Gary Armstrong, Philip Kotler. Principles of Marketing. 2016, Paperback: 720 pages, Pearson.
6. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Ikramov M.A., Adilova Z.Dj., Nematov I. Kotler, F. Osnovy marketinga. 5-ye izd. / F. Kotler, A. Gari. - M.: Vilyams Upravlenie brendom. Uchebnoe posobie. -T.:TGEU, 2017 – 305

### **Axborot manbalari**

1. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
2. www.uza.uz – O‘zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti
3. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
4. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi

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:

<b>№</b>	<b>Kun</b>	<b>Vaqt</b>	<b>Xona</b>
1.	Chorshanba	10.00 – 12.00	303