

Fan platformasi		
Fanning to'liq nomi: Marketing analitikasi		
Fan kodi: MARA4706	Fanga ajratilgan kreditlar (ECTS):6	davomiyligi: semester 7
Kafedra: Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti		
Fan qaysi yo'nalish talabalari uchun: 60412500 Marketing (kimyo va oziq – ovqat sanoati)		
Fan ma'ruza o'qituvchisi Mo'minova Dildora		
Fanga ajratilgan umumiy soatlar:180	Email:	
Fan seminar mashg'ulotlari o'qituvchisi(lari)		
Prerekvizitlar:		
<p>Fanning qisqacha bayoni: “o'z sohasida kasbiy kompetentsiyani shakllantirish; kompaniyaning bozordagi raqobatbardosh mavqeiga ta'sir qilishning zamonaviy marketing mexanizmi; yechish uchun analitik vositalarni qo'llash korxonaning marketing maqsadlarini tadqiq etishga qaratilgan muhim yo'nalish hisoblanadi.</p>		

Fanning maqsadi: talabalarga keng qamrovli marketing analitikasi haqida tushuncha berish, talabalarda korxonaning marketing faoliyati xavfini kamaytirish, boshqaruv qarorlarini qabul qilish samaradorligini oshirish va muayyan holatlarda marketing analitikasini qanday amalga oshirish kerakligi haqida aniq tasavvur hosil qilish. holatlar - bozor jarayonlarini tartibga solishdan iborat.

Fanni o'zlashtirish natijasida talaba.

- ✓ talaba marketing analitikasining o'rni va ahamiyati, kompleks marketing analitikasini o'tkazish tamoyillari va metodologiyasi; marketing analitikasi maqsadlari uchun zarur axborotni tanlashga yondashuvlar; korxonada marketing faoliyati; tashkilot doirasi va bozor xususiyatlariga qarab zarur vositalarni qo'llash; turli ma'lumotlar va ularning korxonada faoliyatiga ta'siri o'rtasidagi qonuniyatlar va sabab-oqibat munosabatlarini aniqlash haqida **tasavvurga va bilimga ega bo'lishi;**
- ✓ talaba turli ma'lumotlar va ularning korxonada faoliyatiga ta'siri o'rtasidagi qonuniyatlar va sabab-oqibat munosabatlarini aniqlash; tashkilot doirasi va bozor xususiyatlariga qarab zarur vositalarni qo'llash **ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak;**
- ✓ talaba strategik marketing qarorlarini qabul qilish uchun asos bo'ladigan vakolatli hisobotlarni yaratish; marketing analitikasini o'tkazish va marketing qarorlarini qabul qilish muammolariga tizimli yondashish **malakasiga 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, “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.

№	Fan mavzulari	Ma'ruza soatlar hajmi	Amaliy mashg'ulot soatlar hajmi	Mustaqil ta'lim soatlari
1	Marketing analitikasi tushunchasi va texnologiyasi	2	6	12
2	Marketingni analitika qilish usullari.	2	6	12
3	Bozor analitikasi.	2	6	14
4	Iste'molchi analitikasi.	2	6	14
5	Raqobat analitikasi.	4	6	14
6	Narx siyosati va sotish analitikasi.	4	6	14
7	Kommunikativ siyosat analitikasi.	4	6	14
8	Marketing tadqiqotlari taqdimoti.	4	6	14
Jami		24	48	108

Asosiy adabiyotlar

1. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр: Инфра-М, 2013. - 512 с. – ISBN 978-5-9776-0175-7.- Текст:электронный.-URL: <https://znanium.com/catalog/product/392041> (дата обращения: 10.05.2021)

2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2019. - 294 с. - ISBN 978-5-394-03074- - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093671> (дата обращения: 11.05.2021)

3. Герасимов, Б.И. Маркетинг: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. - 2-е изд. - Москва: Форум: ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - ISBN 978-5-00091-180-8. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=537690> (дата обращения: 10.05.2021)

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Соловьев, Б.А. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=608883> (дата обращения: 10.05.2021)

Axborot manbalari

- www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali
- www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi
- www.soliq.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi
- www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumatlari milliy bazasi.

№	Kun	Vaqt	Xona
1.	Chorshanba	10.00 – 12.00	306