

Fan platformasi		
Fanning to'liq nomi: Marketing menejmenti		
Fan kodi: MKM4704	Fanga ajratilgan kreditlar (ECTS):4	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 Aliyeva Janat		
Fanga ajratilgan umumiy soatlar:120	Email:	
Fan seminar mashg'ulotlari o'qituvchisi(lari)		
Prerekvizitlar:	Fan/modul turi Tanlov	
<p><i>Fanning qisqacha bayoni:</i> korxonalarining bosqarish tizimini takomillashtirish, shuning negizida bozorni zarur yuqori sifatli iste'mol tovarlari bilan boyitish, jahon bozoriga chiqishga keng yo'l ochish va o'z mahsulotlarini xorijiy davlatlarda raqobatbardosh qilib tayyorlash, uni valyutaga sotish va bu bilan respublika iqtisodiyotini boshqarishni xalqaro andozalarga olib chiqadigan kasbiy mahoratga ega bo'lgan mutaxassislar tayyorlashni yo'lga qo'yishning ilmiy negizini yaratishdan iborat.</p>		

Fanning maqsadi: talabalarga mamlakatimiz iqtisodiyotini erkinlashtirish va iqtisodiy islohotlarni jadallashtirish hamda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitlarida korxonalarda marketing faoliyatini takomillashtirishdan iboratdir.

Fanni o'zlashtirish natijasida talaba.

✓ talaba biznes va uni boshqarish xakida; moliyaviy-iqtisodiy inqirozlar haqida; xalqaro biznesning tashqi siyosiy, huquqiy, iqtisodiy va madaniy muhiti haqida; xalqaro biznesning tashkiliy-huquqiy shakllari haqida; xalqaro kompaniyalarda ishlab chiqarishni tashkil etish va rivojlantirish asoslari haqida; xalqaro kompaniyalarni boshqarish nazariyasi va usullari haqida; xalqaro kompaniyalarning davlat bilan munosabatlari haqida; O'zbekiston Respublikasining bu sohada qabul qilingan davlat va hukumat qarorlari va davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari to'g'risida ***tasavvurga va bilimga ega bo'lishi;***

✓ talaba fikrlash, tadbirkorlik sharoitlariga tez moslashish; xalqaro biznesning tashqi siyosiy, huquqiy, iqtisodiy va madaniy muhitini tahlil qilish; firmaning xalqaro miqyosda faoliyat ko'rsatish imkoniyatlarini o'rganish, baholash va asoslab berish; xorijiy tadbirkorlik uchun mamlakatni va chet ellik hamkorni tanlay olish; xorijiy tadbirkorlar bilan samarali muomala qilish; xalqaro menejmentda hamkorlikning eng ratsional uslub va ko'rinishlarini aniqlay olish ***ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak;***

✓ talaba korxonalar, tashkilotlar, vazirliklarning tashqi iqtisodiy aloqalarini tashkil etish va boshqarishning ilmiy uslublaridan; xalqaro iqtisodiy munosabatlarni tartibga soluvchi qonuniy aktlar va normativ hujjatlardan; xalqaro iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirishning ko'rinishlari, usullari va xususiyatlaridan; xalqaro va qo'shma korxonalar faoliyatini tashkil etish va boshqarishning ilmiy-uslubiy asoslaridan foydalanish ***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	XXI asrda marketing tushunchasi.	2	2	9
2	Marketing strategiyalari va rejalarini ishlab chiqish.	2	2	9
3	Axborotlar to'plash va marketing muhitini baholash.	2	2	9
4	Marketing tadqiqotlarini o'tkazish va talabni bashorat qilish.	2	2	9
5	Qiymatni yaratish, xaridorlarni qanoatlantirish va sodiqligi.	4	4	9
6	Korporativ bozorlar tahlili.	4	4	9
7	Bozorni segmentlash va maqsadli segmentlarni aniqlash.	4	4	9
8	Brend kapitalini shakllantirish.	4	4	9
Jami		24	24	72

Asosiy adabiyotlar

1. S.Salimov. Marketingni boshqarish. 2010y. Darslik. Toshkent-2010y. 256 bet
2. SH.DJ.Ergashxodjaeva, A.N. Samadov, I.B. Sharipov. Marketing. Darslik. Toshkent: Iqtisodiyot. 2013 y, 339 bet.
3. Nazarova G.G., Salixova N.M., Muxamedjanova G.A., Axmedov I.A., Ismailova N.S. Xalqaro menejment. /prof. A. Sh. Bekmurodov tahriri ostida (darslik), TDIU, 2011-y. 191 bet.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Ф.Котлер., К.Л.Келлер. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2012г. – 802 б.
2. Raximova D.N., Abdulqosimov X.P., Abduraxmonov O.K. Boshqaruv tizimi va rahbar.- T.: TDTU., 2004. – 228 b.

Axborot manbalari

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

№	Kun	Vaqt	Xona
1.	Chorshanba	10.00 – 12.00	308