

Fan platformasi		
Fanning to'liq nomi: REKLAMA ISHI		
Fan kodi: REK14706	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 Qosimova Fatima		
Fanga ajratilgan umumiy soatlar:180	Email:	
Fan seminar mashg'ulotlari o'qituvchisi(lari)		
Prerekvizitlar:	Fan/modul turi tanlov	
<p><i>Fanning qisqacha bayoni:</i> - talabalarga reklamaning maqsadi va vazifalarini, reklamaning ijtimoiy-psixologik jihatlarini, reklamaning tasviriy qismlari, reklama matnlari, e'lonlari va murojaatlarini tayyorlash asoslarini, chakana, ulgurji savdo korxonalarini va sanoat korxonalarida reklamani tashkil etishni, reklama kompaniyasini tashkil etish, tovarlar va xizmatlar bozorida reklama faoliyatini tashkil etish, reklama strategiyalari, reklama faoliyati samaradorligini tahlil qilish yo'llarini aniqlashni o'rgatishdan iboratdir.</p>		

Fanning maqsadi: talabalarga marketing kommunikatsiyalarini amalga oshirishda reklamaning roli, reklamaning asosiy maqsadi va vazifalari, reklamaning ijtimoiy-psixologik jihatlarini, reklamani tarqatish vositalari, reklamani tasviriy tarkibiy qismlari, reklama matnlari, e'lonlari va murojaatlarini tayyorlash asoslari, chakana, ulgurji savdo korxonalarini va sanoat korxonalarida reklama faoliyatini tashkil etish, reklama kompaniyasini tashkil qilish, reklama strategiyalari, reklama faoliyati samaradorligini aniqlash bo'yicha mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdan iborat.

Fanni o'zlashtirish natijasida talaba.

Talaba bilishi kerak:

- marketingning asosiy tushunchalari va terminologiyasini ta'riflash;
 - marketing, reklama va sotish o'rtasidagi farqni anglay olish;
 - bozor tadqiqot jarayonini tushunib olish;
 - iste'mol bozorida iste'molchi xulq-atvorini o'rganish jarayonini tavsiflab berish;
 - marketing sohasida mikro-muhit va kompaniyalarning, makro-muhiti o'rtasidagi farqni aniqlay olish;
 - iste'mol qiymatining oshishini tahlil qilishni bilish.
- reklama xabarlarini yaratish,
- moliyaviy imkoniyatlar va texnik imkoniyatlarni hisobga olgan holda reklama vositalarini tanlash;
 - reklama kompaniyalarini tashkil etish va ularning samaradorligini baholash; tijorat sohasidagi professional faoliyatda amaldagi qonunchilikni qo'llash;

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, "Key-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	Korxonada marketing faoliyatini rejalashtirishni boshqarish.	2	4	10
2	Marketing tadqiqotlari o'tkazishni boshqarish.	2	4	10
3	Xaridorlar bilan munosabatlarni o'rnatishni boshqarish.	2	4	10
4	Bozorni segmentlash va maqsadli segmentni tanlash	2	4	10
5	Kuchli brendni shakllantirish va savdo markasini	2	4	10
6	Raqobatli harakatlarni boshqarish.	2	4	10
7	Tovar siyosatini boshqarish.	2	4	10
8	Xizmatlar ko'rsatish va servisni boshqarish.	2	4	10
9	Sanoat korxonalarida reklama faoliyatini tashkil etish	2	4	10
10	Sanoat korxonalarida reklama faoliyatini tashkil etish	2	4	10
11	Reklama faoliyati samaradorligi	2	4	4
12	Reklama kampaniyasini tashkil qilish.	1	2	2
13	Reklama strategiyalari	1	2	2
Jami		24	48	108

Asosiy adabiyotlar

1. Samadov A.N. Reklama: nazariya va amaliyot. O'quv qo'llanma. – T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi", 2022.- 316 b.
2. Samadov A.N. Reklama faoliyatini tashkil etish. Darslik. – T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi", 2021.- 312 b. (Ushbu kitob universitet ARMdada PDF variantda mavjud)
3. A.Soliyev.A.Usmonov Marketing. Дарслик 424 б. Фан ва технология. 2014й.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Sinyaeva I.M. Marketing torgovli: Uchebnik / Sinyaeva, S.V. Zemlyak. V.V. Sinyaev. - 4 - izd.— M.:Izdatelsko-torgovaya korporatsiya «Yashkovi K»,2014- 752 s.
2. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Yusupov M.A., Xaki mu Z.A., Abduraxmanova M.M. Tovarlar va xizmatlar marketingi. Ukuv kullanma.-T.: Iktisodiyot, 2019.-440 b.
3. Grigorev, M. N. Marketing: uchebnik dlya vuzov M. N. Grigorev. - 5-ye izd., pererab. i dop. - Moskva. Izdatelstvo Yurayt, 2021. - 55 s

Axborot manbaalari

1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.
2. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
3. www.tradingeconomics.com – ekonomicheskie pokazateli.

№	Kun	Vaqt	Xona
1.	shanba	10.00 – 12.00	308