

Fan platformasi		
Fanning to'liq nomi: SRM marketing		
Fan kodi: SRMM 4706	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:		Tanlov
<p>Fanning qisqacha bayoni: ekspert tahlili, axborotni dasturiy ta'minot bilan qayta ishlash, aloqalarni avtomatlashtirish tufayli amalga oshirishning mazmun-mohiyatini o'rgatish, ularga nisbatan Dasturning iste'molchilar bilan o'zaro aloqasi mahsulotni allaqachon ifodalangan va potentsial ehtiyojlarga moslashtirish.</p>		

Fanning maqsadi: talabalarga iste'molchi massasining xatti-harakatlarini kuzatib borish va kompaniya uchun to'g'ri yo'nalishga yo'naltirish uchun asos bo'lgan xaridor haqidagi noyob bilimlarni to'plash va ulardan foydalanishga asoslangan zamonaviy dasturiy ta'minotni ishlatishni o'rgatishdan iboratdir.

Fanni o'zlashtirish natijasida talaba.

✓ talaba SRM marketingning nazariy asoslari; marketing axborot tizimi, marketing ichki va tashqi muhiti;- iste'mol bozorida xaridor xulq-atvori; marketing tadqiqotlari yo'nalishlari va uslublari haqida **tasavvurga va bilimga ega bo'lishi;**

✓ 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;**

✓ talaba dasturdan foydalanish; bozorni segmentlashtirish; swot, abc tahlillarni amalga oshirish; bozor kengligi va talabni bashorat qilish; iqtisodiy-matematik modellardan 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	CRM ning asosiy tushunchalari	2	6	12
2	CRM tizimlarining funktsionalligi.	2	6	12
3	CRMni amalga oshirish: jarayon, xususiyatlar, effekt.	2	6	12
4	Call-markazlar va Kontakt-markazlar CRM doirasida asosiy	2	6	12
5	Chet elda CRM yechimlari bozori.	2	6	12
6	Rossiyada CRM yechimlari bozori.	2	6	12
7	CRM strategiyasi tufayli biznesni samarali rivojlantirish.	4	4	12
8	Kichik biznes uchun dasturiy ta'minot turlari.	4	4	12
9.	CRM tizimlarini qo'llash sohalari.	4	4	12
Jami		24	48	108

Asosiy 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

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

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	306