

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**SAMARQAND DAVLAT VETERINARIYA MEDITSINASI,
CHORVACHILIK VA BIOTEXNOLOGIYALAR UNIVERSITETI**

Ro'yxatga olindi:
№ 60310100-1.16.

29 01 2024yil



“TASDIQLAYMAN”

O'quv ishlari bo'yicha prorektor

A.A.Elmuurodov

29 08 2024yil

**MARKETING FANINING
ISHCHI O'QUV DASTURI (SILLABUSI)
(Sirtqi ta'lim 3-bosqich talabalari uchun)**

Bilim sohasi: 300000 - Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot

Ta'lim sohasi: 310000 - Ijtimoiy va xulq atvorga mansub fanlar

Ta'lim yo'nalishi: 60310100 - Iqtisodiyot (qishloq xo'jaligida)

Samarqand –2024

Fanning ishchi o'quv dasturi (sillabusi) 202_ yilda tasdiqlangan o'quv reja va 2024 yildagi fan dasturiga muvofiq ishlab chiqildi.

Tuzuvchilar:

Salamov I. – SamDVMCHBU, “Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi” kafedrasida dotsenti, i.f.n.,

Janibekov F. – SamDVMCHBU, “Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi” kafedrasida kata o'qituvchisi

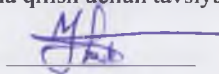
Taqrizchilar:

Mirzaev Q.J. - Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasida mudiri, i.f.d., professor

Boboxolov Sh.B. - Samarqand agroinnovatsiyalar va tadqiqotlar instituti “Iqtisodiyot, barqaror qishloq xo'jaligi va raqamli texnologiyalar kafedrasida mudiri, i.f.f.d. (PhD).

Fanning ishchi o'quv dasturi “Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi” kafedrasining 2024 yil “19” 01 dagi “/” -son yig'ilishida muhokamadan o'tgan va fakultet Kengashida muhokama qilish uchun tavsiya etilgan.

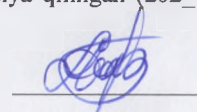
Kafedra mudiri:



Eshmuradov U.T.

Fanning ishchi o'quv dasturi “Iqtisodiyot” fakulteti Kengashida muhokama etilgan va foydalanishga tavsiya qilingan (202_ yil _____ dagi _____ -sonli bayonnoma).

Fakultet kengashi raisi:



Alikulov A.I.

Kelishildi:

O'quv-uslubiy boshqarma:
boshlig'i, professor v.b.



Ro'ziqulov R.F.

Fan Sillabusi
Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va
biotexnologiyalar universiteti

Fan to'g'risida ma'lumot

Fan shifri: **M1406**

Fan nomi: **Marketing**

Semestr/ yil: **5-semestr/2024-2025 o'quv yili**

Kafedra: Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi

Soatlar/ kreditlar: **6,0 ECTS (28 auditoriya soati, 152 soat mustaqil ta'lim)**

Ma'ruza	Amaliy mashg'ulot	Mustaqil ta'lim	Jami
10	18	152	180

Fan bo'yicha mashg'ulotlarning joylashuvi:

Auditoriya vaqti: dars jadvaliga asosan

Talablar:

Fan uchun mas'ul kafedra: Iqtisodiyot va buxgalteriya hisobi

Instruktor to'g'risida ma'lumot

Kafedra joylashgan joyi: **SamDVMCHBU, 5-o'quv binosi, 521-xona**

Telefon: +99891-551-32-32 ish telefoni; mobil: +99891-524-55-77

E.mail: Janibekov-faxriddin mail.ru

Ish vaqti: Uchrashuvga ko'ra

I. Fanni o'qitishdan maqsad - tez rivojlanayotgan, murakkab bozorlarda muvaffaqiyatga erishish uchun eng yaxshi marketing amaliyotlarini va vositalarni o'rgatish, mahsulot raqobatbardoshligini aniqlash hamda tahlil qilish, moddiy resurslar va pul mablag'laridan samarali foydalanish yo'llarini aniqlab berish.

II. Fanning vazifasi – marketing strategiyasini samarali ishlab chiqish va amalga oshirish uchun zarur bo'lgan tanqidiy tahlil, muammolarni yechish va kommunikativlik qobiliyatlarini shakllantirish bozorlarida mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning samarali tizimini tanlash, yaratish va mahsulot yetkazish hamda ushbu iste'mol qiymatni oshirish orqali korxonalarning marketing samaradorligini oshirish yo'llarini o'rgatishdan iborat.

III. Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:

Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:

-marketingning texnologik, holatiy, tashkiliy—huquqiy hamda institutsional xususiyatlarini inobatga olgan holda vaziyatlarni to'g'ri modellash, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini tashkil etish, blokcheyn texnologiyalarning mohiyatini anglab yetish, global axborot resurs bazalaridan samarali foydalanish usul va yo'llarini bilish a ulardan foydalana olishi;

-marketingni rivojlantirish, "blokcheyn" texnologiyalarini joriy etish, dalat-xususiy sheriklik shartlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, kripto-birjalar faoliyatini tashkil etish, eng istiqbolli va strategik muhim lohilarni amalga oshirish; raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun platformalar tashkil etish, startaplarni ishlab chiqish va amalga oshirish *ko'nikmalariga ega bo'lishi;*

-marketingning ijobiy hamda salbiy oqibatlari, ularga ta'sir etuchi omillarni aniqlash, raqamli iqtisodiyotning makro hamda mikro darajadagi ko'rsatkichlariga ta'sirini baholash, raqamli transformasiya samaradorligini baholash, axborot xavfsizligi muammolarini aniqlash, davlat xususiy sherikchilik asosida marketingni rivojlantirish, biznes jarayonlarini samarali tashkil etishga to'sqinlik qiluvchi omillarni aniqlash a ularni baholash, elektron tijorat modellaridan samarali foydalanish *malakasiga ega bo'lishi kerak.*

IV.O'qitish usullari:

Fanni o'qitish jarayonida zamonaviy uslublardan foydalanish, sohadagi muammolarni ta'limning ommaviy shakllari bilan bog'lab, talabalarning nazariy bilimlarini amaliy mashg'ulotlar orqali mustahkamlab borish lozim. O'quv materiallarini talabalar tomonidan unumli o'zlashtirish uchun ko'rgazmali qurollar o'qitishning texnik vositalari, marketing fanidan tayyorlangan ma'ruza matnlaridan keng foydalanish, talaba bilimini baholash tizimini joriy etish. Ma'ruza mashg'ulotlarida ilg'or pedagogik texnologiyalar foydalaniladi.

"Marketing" kursini loyihalashtirishda quyidagi asosiy konseptual yondoshuvlardan foydalaniladi:

Shaxsga yo'naltirilgan ta'lim.

Tizimli yondoshuv.

Faoliyatga yo'naltirilgan yondoshuv.

Dialogik yondoshuv.

Hamkorlikdagi ta'limni tashkil etish.

Muammoli ta'lim.

V. Fanning tarkibiy tuzilishi:

5.1. "Marketing" fanidan rejalashtirilgan ma'ruza mashg'ulotlarining kalendar tematik rejasi

Ma'ruza mashg'ulotlarining:			
№	mavzulari	rejasi	soat
1-modul. Kirish. Marketing tushunchasi, ta'rifi va rivojlantirish modellari.			
1.1.	Marketing tamoyillari, vazifalari. Marketing funksiyalari va turlari	1.1.1.Marketing tamoyillarining mohiyati va turlari. 1.1.2.Bozorni o'rganish, o'zgarishlariga tezda moslashishi va unga aktiv ta'sir o'tkazish jarayoni - marketingni asosiy tamoyillaridir. 1.1.3.Bozor faoliyati strategiyasi va taktikasini ishlab chiqarish bo'yicha marketingni vazifalari. 1.1.4.Marketing funksiyalari va faoliyati mazmuni	2
1.2.	Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash	1.2.1. Axborot marketingning poydevoridir. 1.2.2. Axborot turlari va uni turkumlash. Ichki va tashqi axborot. Birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlar. 1.2.3.Axborotlarni to'plash uslublari. Auditoriya bilan aloqa qilish uslublari. To'plangan axborotlarni tahlil qilish va qayta ishlash.	2
2-modul. Marketing muhiti. Tovar va tovar siyosati.			

10.Yusupov M., Abduraxmanova M.M., Akbarov N.G. Marketing (o'quv qo'llanma) - Toshkent, Iqtisodiyot, 2019 - 236 b.

11. Ergashxodjaeva Sh.J. Innovatsion marketing. Darslik. -T.: Cho'lpon, 2014. - 175 b.

12. Ergashxodjaeva Sh.J. Strategik marketing. Darslik. -T.: O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati, 2014. - 240 b.

Axborot manbaalari

1.www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.

2.www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

VIII. Baholash

Talabalarning fanlarni o'zlashtirishi 5 ballik tizimda baholanadi.

5 (a'lo) baho:

Xulosa va qaror qabul qilish;

Ijodiy fikrlar olish;

Mustaqil mushohada yurita olish;

Olgan bilimlarini amalda qo'llay olish;

Mohiyatini tushunish;

Bilish, aytib berish;

Tasavvurga ega bo'lish;

4 (yaxshi) baho:

Mustaqil mushohada yurita olish;

Olgan bilimlarini amalda qo'llay olish;

Mohiyatini tushunish;

Bilish, aytib berish;

Tasavvurga ega bo'lish;

3 (qoniqarli) baho;

Mohiyatini tushunish;

Bilish, aytib berish;

Tasavvurga ega bo'lish;

2 (qoniqarsiz) baho:

Dasturni o'zlashtirmaganlik;

Fanning mohiyatini bilmaslik;

Aniq tasavvurga ega bo'lmaslik;

Mustaqil fikrlay olmaslik.

	chiqish strategiyasi.		Noyabr	
18.	Narx shakllantirish strategiyasi.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Noyabr	4
19.	Bozorlardagi xizmatlarni boshqarish.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Noyabr	4
20.	Bozorda marketing kanallarini boshqarish.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Noyabr	6
21.	Bozorda elektron tijorat strategiyalari.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Dekabr	6
22.	Marketing kommunikatsiyalari: reklama va sotishni rag'batlantirish.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Dekabr	8
23.	Marketing strategiyalari samaradorligi.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Dekabr	6
24.	Tovarning hayotiylik davri.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Dekabr	6
25.	Narx va narx siyosati.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Dekabr	6
26.	Xalqaro marketingning	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Dekabr	8
Jami:				152

Asosiy adabiyotlar

1. Abdullayev I.S. Marketing. Darslik. - T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot matbaa uyi», 2020.
2. Ergashxodjaeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. - T.: Iqtisodiyot, 2018. - 232 b.
3. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Samadov A.N., Sharipov I.B. Marketing. Darslik. - T.: Iqtisodiyot, 2013. - 346 b.

Qo'shimcha adabiyotlar

4. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekistonda erkin va farovon yashaylik. "Toshkent, "Tasvir" nashriyot uyi, 2021 yil. - 52 bet.
5. Mirziyoyev Sh.M. Insonparvarlik, ezgulik va bunyodkorlik-milliy g'oyamizning poydevoridir. Toshkent, "Tasvir" nashriyot uyi, 2021 yil. - 36 bet.
6. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi. Toshkent, "O'zbekiston" nashriyoti, 2022 yil. - 416 bet.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 28-martdagi "Veterinariya va chorvachilik sohasida davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5696 son Farmoni.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 31-martdagi "Veterinariya va chorvachilik sohasida kadrlar tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida"gi PQ-187-son qarori.
9. S.A. Salimov. Marketingni boshqarish. (Darslik). —T.: «Aloqachi», 2010 y., 252 bet.

2.1.	Marketing muhiti Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati.	2.1.1. Ichki va tashqi bozor marketingi. 2.1.2. Korxona bozori tomon yoʻnaltirilgan ishlab chiqish ketma-ketligi va asosiy boʻlimlari. 2.1.1. Marketingni strategik rejalashtirishining maqsadli vazifalari. 2.2.2. Strategik rejalashtirishning asosiy tamoyillari. Taktik rejalashtirishning roli va oʻrni	2
2.2.	Tovar va tovar siyosati. Tovarning raqobat qobiliyatini tahlil qilish va baholash.	2.2.1. Tovar yoki xizmat-ehtiyojini qondirish qurolidir. Tovarni oʻrganish assortiment siyosatining asosidir. 2.2.3. Raqobat va tovar raqobatbardoshligi haqida tushuncha. 2.2.3. Tovarlarini raqobatbardoshligini belgilaydigan koʻrsatkichlar tizimi (texnik darajasi, sifati, foydaliligi, ishlatishdagi qulayligi, narxi xarajatlari va boshqalar)..	2
2.3.	Tovarning hayotiylik davri.	2.3.1. Tovarlarini “hayotiy davri” va ularni asosiy boʻgʻimlari. 2.3.2. Tovarlarini “hayotiy davrini” uzaytirish uslublari. 2.3.3. Tovar assortimentini rejalashtirish. Rejalashtirish uslublari. 2.3.4. Yangi tovar tushunchasi. Yangi tovarlarni baholash mezonlari (bozor, tovar, sotuv, ishlab chiqarish)	2
Jami:			10

5.2. "Marketing" fanidan rejalashtirilgan amaliy mashg'ulotlarining kalendar tematik rejasi

Amaliy mashg'ulotlarining:			
№	mavzulari	rejasi	soat
1.	Marketing tamoyillari, vazifalari. Marketing funksiyalari va turlari	1.1. Marketing tamoyillarining mohiyati va turlari. 1.2. Bozorni o'rganish, o'zgarishlariga tezda moslashishi va unga aktiv ta'sir o'tkazish jarayoni - marketingni asosiy tamoyillaridir. 1.3. Bozor faoliyati strategiyasi va taktikasini ishlab chiqarish bo'yicha marketingni vazifalari. 1.4. Marketing funksiyalari va faoliyati mazmuni	2
2.	Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash	2.1. Axborot marketingning poydevoridir. 2.2. Axborot turlari va uni turkumlash. Ichki va tashqi axborot. Birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlar. 2.3. Axborotlarni to'plash uslublari. Auditoriya bilan aloqa qilish uslublari. To'plangan axborotlarni tahlil qilish va qayta ishlash.	2
3.	Marketingni	3.1. Marketing tizimi haqida tushuncha.	2

	tarkibiy tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish	3.2.Tarmoq marketinglari. Tovar marketingi 3.3 Xizmatlar marketingi, ishlab chiqarish vositalari marketingi, agromarketingi va boshqalar. 3.4. Makromarketing va mikromarketing. Xalqaro va milliy tashqi bozor marketingi.	
4.	Marketing muhiti	4.1. Ichki va tashqi bozor marketingi. 4.2. Korxona bozori tomon yo'naltirilgan ishlab chiqish ketma-ketligi va asosiy bo'limlari. 4.3. Vaziyatni tashkil etish va marketing sintezi. 4.4. Korxona faoliyatini marketing tamoyillari asosida rivojlantirishni asosiy yo'nalishlarini tanlab olish.	2
5.	Marketing dasturi.	5.1. Marketing dasturi hakida tushuncha. 5.2. Dastur bu - korxona marketing faoliyatini bozor hissasini egallash hamda foyda olishga qaratilgan quroldir 5.3. Korxona bozori tomon yo'naltirilgan ishlab chiqish ketma-ketligi va asosiy bo'limlari. 5.4. Korxona faoliyatini marketing tamoyillari asosida rivojlantirishni asosiy yo'nalishlarini tanlab olish.	2
6.	Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati	6.1. Marketingni strategik rejalashtirishining maqsadli vazifalari 6.2.Strategik rejalashtirishning asosiy tamoyillari. Taktik rejalashtirishning roli va o'rni. 6.3. Mahsulot assortimentini rejalashtirish uni yangilash hamda raqobatbardoshligini oshirish.	2
7.	Tovar va tovar siyosati.	7.1. Tovar yoki xizmat-ehtiyojini qondirish qurolidir. Tovarni o'rganish assortiment siyosatining asosidir.. 7.2. Tovarni iste'mol xususiyatlarini aholi ehtiyojlariga moslashtirish bo'yicha talablar. 7.3. Tovarlar assortimenti va sifati marketing tizimida. Tovarlar guruhi va turkumlari. 7.4. Raqobat va tovar raqobatbardoshligi haqida tushuncha.	2
8.	Tovarning hayotiylik davri.	8.1. Tovarlarini "hayotiy davri" va ularni asosiy bo'g'imlari. 8.2. Tovarlarini "hayotiy davrini" uzaytirish uslublari. 8.3.Tovar assortimentini rejalashtirish. Rejalashtirish uslublari. 8.4. Yangi tovar tushunchasi. Yangi tovarlarni baholash mezonlari (bozor, tovar, sotuv, ishlab chiqarish)	2
9.	Narx va narx siyosati. Mahsulotlarni	9.1.Narx tushunchasi va mohiyati. 9.3. Narx va tovar siyosati. Narx va mahsulot raqobatbardoshligi.	2

	sotish siyosati.	9.3. Narx siyosatini shakllantirish. Narxni belgilash omillari. 9.4 Chakana savdo. Ulgurji savdo. Vositachini tanlash va sotish tarmog'ini shakllantiruvchi omillar.	
Jami:			18

**VI. "Marketing" fanidan rejalashtirilgan talabalar
mustaqil ta'limining kalendar tematik rejas**

№	Mustaqil ta'lim mavzulari	Amalga oshirish mexanizmi	Bajarish muddati	Soat
1.	Marketing va uning rivojlanishining asosiy bosqichlari.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Sentyabr	6
2.	Marketing tamoyillari, vazifalari.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Sentyabr	6
3.	Marketing funksiyalari va turlari	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Sentyabr	6
4.	Bozorlar tasnifi.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Sentyabr	4
5.	Xarid jarayonlarini boshqarish.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Sentyabr	6
6.	Marketing muhiti	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Sentyabr	8
7.	Marketing dasturi	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Sentyabr	6
8.	Bozorda iste'molchilar tuzilmasi va ularning istiqbollari.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Oktyabr	4
9.	Bozorda xaridlarni tashkil etish tartibi	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Oktyabr	6
10.	Bozorda mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Oktyabr	8
11.	Bozorni segmentlash va segment talabini qondirish.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Oktyabr	6
12.	Marketingda rejalashtirish: istiqbolli strategiyalar.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Oktyabr	6
13.	Global bozorda biznes marketingining strategiyalari.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Oktyabr	8
14.	Bozorda tovar strategiyalari.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Oktyabr	6
15.	Xaridor va sotuvchining o'zaro munosabatlari.	Adabiyotlardan foydalanib referatlar tayyorlash	2024 yil Noyabr	6
16.	Segmentlash va pozitsiyalashtirish.	Referat yozib, taqdimot tayyorlash	2024 yil Noyabr	4
17.	Yangi mahsulotni ishlab	Referat yozib, tayyorlash	2024 yil	8