

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

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



**MARKETING FANINING
O'QUV DASTURI**
(Masofaviy ta'lim shakli)

Bilim sohasi: 400000 – Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohasi: 410000 – Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalishlari: 60410100 – Iqtisodiyot

Samarqand – 2026

11-sonli yug'ilish bayoni bilan ma'qullangan. Mazkur o'quv dasturi Iqtisodiyot fakulteti Kengashining 2026 – yil 26.06

Mazkur o'quv dasturi Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universitetining "Iqtisodiyot va menejment" kafedrasidan taqdim etilgan (kafedraning 2026-yil 24 06 11sonli bayonni)

Tuzuvchilar:

I.Salomov – i.f.n., dotsent, Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti, "Iqtisodiyot va menejment" kafedrasida dotsenti.

Sh.Nurmanov – Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti, "Iqtisodiyot va menejment" kafedrasida assistenti.

Taqrizchilar:

Q.J.Mirzaev - i.f.d., professor, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasida professori

A.I.Raxmanov - Sanoatqurilishbank ATB "Kredit monitoringi va nazorat departamenti" Inspeksion monitoring xizmati menejeri

1	Fan ma'lumotlari					
Fan/modul kodi M 2405	O'quv yili 2026-2027	Semestr 4			ECTS – Kreditlar 5	
Fan/modul turi Tanlov	Ta'lim tili O'zbek	O'quv ejadagi tartib raqami 60410100-2.03			Haftadagi dars soatlari 4	
Fanning nomi Marketing	Jami yuklama (soat)	Auditoriya mashg'ulotlari Jami-60 soat, shundan				
		Ma'ruza	Amaliy	Lab- ya	Mustaqil ta'lim (soat)	Kurs ishi
	150	30	30	-	90	-

2. Fanning mazmuni
Fanni maqsadi - bugungi kunda tovar va moliya bozorlarida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirilishi, raqobat muhiti shakllanayotgan bir sharoitda korxona va tashkilotlarda mavjud bo'lgan muammolar kompleks tavsifga ega bo'lib, ular orasida marketing bilan bog'liq muammolar ham mavjud. Korxona va tashkilotlar faoliyatida marketing yechimlari haridorlar ehtiyojiga mos keladigan tovar assortimentini shakllantirish, maqbul narxlarni shakllantirish, tovarlarni siljitish, haridorlarga servis xizmati ko'rsatish tizimini rivojlantirish, sotishdan oldingi va keyingi xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish, mahsulotga xizmat ko'rsatuvchi servis markazlari tarmog'ini kengaytirishdan iborat. 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.

3. Fanni o'zlashtirish uchun zarur boshlang'ich bilimlar
1. (IQN 1211210) Iqtisodiy nazariya
2. (AKKK 1204) Akademik ko'nikmalar va kasbiy kompetentlik
3. (BK 1105) Biznesga kirish

4.	Ta'lim natijalari (TN)
	Kasbiy kompetensiyalar:
TN1	“Marketing” fanning mazmuni, maqsadi, vazifasi va boshqa fanlar bilan oʻzaro bogʻliqligi talabalar marketingning asosiy tamoyillari, asosiy funksiyalari (rejalashtirish, tashkil etish, rahbarlik qilish, nazorat qilish) va turli menejment maktablari haqida bilimga ega boʻlishlari kerak.
TN2	Tashkilot ichidagi boshqaruv tizimlari va jarayonlarini tushunish — talabalar tashkilotning ichki tuzilishi, boshqaruv darajalari, menejrlarning roli va javobgarliklarini bilishlari kerak.

TN3	Talaba tashkilotlar qanday tuziladi, boshqaruv tizimlari qanday ishlaydi va ular orasidagi o'zaro bog'liqlikni, rahbarlik va boshqaruv uslublari haqida nazariy bilimlarni o'zlashtirish, rahbarlik uslublari, qaror qabul qilish jarayonlari va boshqaruv strategiyalari haqida bilimga ega bo'lishi kerak.
	Ko'nikmalar:
TN4	Jamoa bilan ishlash, vazifalarni taqsimlash, vaqtni samarali boshqarish va resurslarni to'g'ri taqsimlash qobiliyati.
TN5	Muammolarni aniqlash, turli variantlarni tahlil qilish va eng optimal yechimni tanlash qobiliyati. o'z fikrini aniq ifoda etish, tinglash, muzokaralar olib borish va boshqalar bilan samarali muloqot qilish qobiliyati. ko'nikmalariga ega bo'ladi.
TN6	Vazifalarni rejalashtirish va taqsimlash, loyihalar va vazifalarni qanday qilib samarali rejalashtirishni, jamoa a'zolariga qanday taqsimlashni o'rganadi. Moliyaviy, insoniy va moddiy resurslarni to'g'ri taqsimlash va boshqarishni o'zlashtiradi. O'z vaqtini va jamoa vaqtini to'g'ri rejalashtirish, belgilangan muddatlarda ishni yakunlash ko'nikmasiga baho bera oladi.

5.	Fan mazmuni va mashg'ulotlar shakli	Soat
	Ma'ruza (M)	30
M1	Marketing fanining nazariy asoslari va marketing tizimi. Marketing tushunchasi va uning mohiyati. Uni vujudga kelishi va ahamiyati. Marketing nazariy konsepsiyasi va uning evolyusiyasi. An'anaviy marketing konsepsiyasi. [1.1]	2
M2	Marketing va uning rivojlanishining asosiy bosqichlari. Marketing tushunchasi va mohiyati. Uni vujudga kelishi va asosiy bosqichlari. Marketing nazariyasi konsepsiyasi va uning evolyusiyasi. Marketing funksiyalari va turlari. [2.1]	2
M3	Marketing tamoyillari, vazifalari. Marketing funksiyalari va turlari. Marketing tamoyillarining mohiyati va turlari. Bozorni o'rganish, o'zgarishlariga tezda moslashishi va unga aktiv ta'sir o'tkazish jarayoni - marketingni asosiy tamoyillari. [1.3]	2
M4	Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash. Axborot marketingning poydevoridir. Axborot turlari va uni turkumlash. Ichki va tashqi axborot. Birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlar. Axborotlarni to'plash uslublari. [2.3]	2
M5	Marketingni tarkibiy tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish. Marketing tizimi haqida tushuncha. Tarmoq marketinglari. Tovar marketingi. O'zbekistonda marketing faoliyatini tashkil etish. Xizmatlar marketingi, ishlab chiqarish vositalari marketingi, agromarketingi va boshqalar. [1.3]	2
M6	Marketing muhiti. Marketing muhiti tushunchasi va mohiyati. Ichki va tashqi bozor marketingi. Jamoatchilik bilan aloqalar (pablik rileyshnz) va uning mohiyati. Korxonaning mikro-makro muhiti. [1.4]	2

➤ fan bo'yicha mustaqil topshiriqlarni to'liq bajargan bo'lsa; ➤ bayon qilish ravon bolmasa; ➤ fan bo'yicha savollarga mujmal va chalkash javoblar olinsa; ➤ fan bo'yicha matn puxta shakllantirilmagan bo'lsa.
e) quyidagi hollarda talabning bilim darajasi qoniqarsiz 2 baho bilan baholanishi mumkin: ➤ fan bo'yicha mashg'ulotlarga tayorgarlik ko'rilmagan bo'lsa; ➤ fan bo'yicha mashg'ulotlarga doir hech qanday tasavvurga ega bo'lmasa; ➤ fan bo'yicha mustaqil topshiriqlarini to'liq bajarmagan bo'lsa; ➤ fan bo'yicha matnlarni boshqalardan ko'chirib olganligi sazeib tursa; ➤ fan bo'yicha matnda jiddiy xato va chalkashliklarga yo'l qoyilgan bo'lsa; ➤ fanga doir berilgan savollarga javob olinmasa; ➤ fanni bilmasa.

11	Foydalanilgan adabiyotlar
	Asosiy adabiyotlar
1.	I.S. Abdullayev. Marketing (Darslik) - T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot matbaa uyi", 2020. 324 bet
2.	S.A.Alikulov, I.S.Shukurov, R.X.Kushatov, O.M.Pardayeva Biznesga kirish. Darslik.-Toshkent: "NIF MSH", 2024. - 336 b.
3.	I.Salamov, Z.Kazakova, Sh.Nurmanov "Menejment va marketing". Darslik. Toshkent "Fan ziyosi" nashriyoti, 2023, 280 bet
	Qo'shimcha adabiyotlar
4.	Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент., М.: - 6-е изд., "ИНФРА-М", "Магистр", 2017. С. 656стр.
5.	Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Marketing asoslari: Darslik – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti.–Samarqand.:“STEP -SEL” MChJ. nashryot - matbaa bo'limi, 2022-314 bet.
6.	N.K.Yo'ldoshev, G.E.Zaxidov. Menejment: Darslik /-Toshkent: "O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati" nashriyoti, 2018. - 392 b.
	Axborot manbaalari
7.	https://marketing.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=1277&p=attachment
8.	https://bulletin.stanford.edu/courses/2267281?utm_source
9.	https://www.ores.su/en/journals/journal-of-the-academy-of-marketing-science/?utm_source
10.	https://listofjournals.com/scopus-journals.php?q=Marketing&utm_source

M7	Marketing dasturi. Marketing dasturi tushunchasi. Marketing dasturi muammolari. Marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi va asosiy bo'limlari. Mahsulotlar (xizmatlar) ta'rifi. [1,2]	2
M8	Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati. Marketingni strategik rejalashtirishning maqsadli vazifalari. Strategik rejalashtirishning asosiy tamoyillari. Taktik rejalashtirishning roli va o'rni. [2,1]	2
M9	Marketingda reklama. Marketingda reklama tushunchasi va uning ahamiyati.Reklamaning turlari va vositalari.Marketingda reklamani tashkil yetish organlari.Marketingda reklamani tayyorlash va rejalashtirish. [2,1]	2
M10	Bozor segmentatsiyasi va xaridorlar turlari. Bozor segmentatsiyasi mohiyati va uning ahamiyati. Kriptovalyutalar elektron tijoratida to'lov tizimlari. Bozorni segmentlashtirishni asosiy tamoyillari (geografik, psixografik, xulqiy, demografik va boshqalar). [2,3]	2
M11	Tovar va tovar siyosati. Tovar yoki xizmat-ehitoyjini qondirish qurolidir. Tovarni o'rganish assortiment siyosatining asosidir. Tovarni iste'mol xususiyatlarini aholi ehtiyojlariga moslashtirish bo'yicha talablar. [2,2]	2
M12	Tovarning raqobat qobiliyatini tahlil qilish va baholash. Raqobat va tovarlar raqobatbardoshligi haqida tushuncha. Tovarlarini raqobatbardoshligini belgilaydigan ko'rsatkichlar tizimi (texnik darajasi, sifati, foydaliligi, ishlatishdagi qulayligi, narxi xarajatlari va boshqalar). [1,3]	2
M13	Marketingda kommunikasiya siyosati. Kommunikasiya siyosatining mohiyati, mazmuni va maqsadlari. Talabni shakllantirish va sotishni rag'batlantirishda kommunikasiyaning ahamiyati Xaridorlarga va sotuvchilarga ta'sir yetish uslublari. Marketing kommunikasiyasi kompleksi va unda reklamaning o'rni. [2,2]	2
M14	Marketing faoliyatini rejalashtirish. Marketing rejasi va uning asosiy tarkibiy qismlari. Marketing faoliyatini strategik rejalashtirish. Strategik rejalashtirish jarayoni. Marketing byudjeti. Ma'muriy harajatlar. Taqsimot harajatlar. Marketing tadqiqotlariga harajat. Reklama harajatlar. Sotishni rag'batlantirish harajatlar. [1,2]	2
M15	Marketingni tashkil etish va boshqarish. Marketingni tashkil etish. Marketingning tashkil etilishi shakllari. Marketingni tashkil etishda ikki jihat Marketingni boshqarish Marketingni boshqarish jarayoni.Marketing xizmati. Marketing xizmati funksiyasi. [2,2]	2
	Amaliy mashg'ulot (A)	30
A1	Marketing va uning rivojlanishining asosiy bosqichlari.	2
A2	Marketing tamoyillari, vazifalari. Marketing funksiyalari va turlari	2
A3	Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash	2
A4	Marketingni tarkibiy tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish	2
A5	Marketing muhiti	2
A6	Marketing dasturi.	2

A7	Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati	2
A8	Bozor segmentatsiyasi va xaridorlar turlari.	2
A9	Tovar va tovar siyosati.	2
A10	Tovarning raqobat qobiliyatini tahlil qilish va baholash.	2
A11	Tovarning hayotiylik davri.	2
A12	Narx va narx siyosati.	2
A13	Mahsulotlarni sotish siyosati.	2
A14	Marketingni tashkil etish va boshqarish	2
A15	Marketingda kommunikatsiya siyosati	2

6	Mustaqil ta'lim (MT)	90
1	Marketing va uning rivojlanishining asosiy bosqichlari.	2
2	Marketing tamoyillari, vazifalari. Marketing funksiyalari va turlari/	2
3	Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash.	2
4	Marketingni tarkibiy tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish.	2
5	Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati	2
6	Bozor segmentatsiyasi va xaridorlar turlari.	2
7	Tovar va tovar siyosati.	2
8	Tovarning raqobat qobiliyatini tahlil qilish va baholash.	2
9	Xalqaro marketing.	2
10	Xalqaro marketingning boshqaruv funksiyasi.	2
11	Marketingda kommunikatsiya siyosati	2
12	Bozor konyukturasini tadqiq etish va bashorat qilish	4
13	Baho strategiyasi.	4
14	Marketing tizimida joy va uning ahamiyati	4
15	Marketingda rejalashtirish.	4
16	Marketingda prognozlashtirish.	4
17	Marketingda siljيتish tushunchasi.	4
18	Marketingda sotish kanallari.	4
19	Marketingda integratsiyalashuv.	4
20	Marketing auditi.	4
21	Marketing bozorlarini tahlil qilish.	4
22	Xarid jarayonlarini boshqarish.	4
23	Bozorda iste'molchilar tuzilmasi va ularning istiqbollari.	4
24	Bozorda mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish.	4
25	Bozorni segment talabini qondirish.	4
26	Marketingda rejalashtirish: istiqbolli strategiyalar.	4
27	Global bozorda biznes marketingining strategiyalari.	4
28	Bozorda tovar strategiyalari..	4

7.	Ta'lim texnologiyalari va metodlari:
	• ma'ruzalar; • amaliy ishlarni bajarish va xulosalash; • interfaol keys-stadilar;

• blis-so'rov; • guruhlarda ishlash; • taqdimotlarni qilish; jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
9. Talabalar tomonidan kridetlarni olish uchun talablar
Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va nazorat uchun berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ishni.

10. Talabalar bilimni baholash mezonlari
a) 5 baho olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim: ➢ fanning mohiyati va mazmunini to'liq yoritib olsa; ➢ fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiylik va mantiqiylik saqlanib, ilmiy xatolik va chalkashliklarga yo'l qo'ymas; ➢ fan bo'yicha mavzu materiallarining nazariy yoki amaliy ahamiyati haqida aniq tasavvurga ega bo'lsa; ➢ fan doirasida mustaqil erkin fikrlash qobiliyatini namoyon eta olsa; ➢ berilgan savollarga aniq va lo'nda javob bera olsa; ➢ konspektga puxta tayyorlangan bo'lsa; ➢ mustaqil topshiriqlarni to'liq va aniq bajargan bo'lsa; ➢ barcha amaliy ko'nikma va malakalarni o'zlashtirgan bo'lsa; ➢ nazariy bilimlarni turli vaziyatda qo'llay olish; ➢ tizimli yondashish, uzviylikka amal qilish.
b) 4 baho olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim: ➢ fanning mohiyati va mazmunini tushungan, fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiy va mantiqiy chalkashliklarga yo'l qo'ymas; ➢ fanning mazmunini amaliy ahamiyatini tushungan bo'lsa; ➢ fan bo'yicha berilgan vazifa va topshiriqlarni o'quv dasturi doirasida bajarsa; ➢ fan bo'yicha berilgan savollarga to'g'ri javob bera olsa; ➢ fan bo'yicha konspektini puxta shakllantirgan bo'lsa; ➢ fan bo'yicha mustaqil topshiriqlarni to'liq bajargan bo'lsa; ➢ barcha amaliy ko'nikma va malakalarni o'zlashtirishga harakat qilgan bo'lsa.
d) 3 baho olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim: ➢ fan haqida umumiy tushunchaga ega bo'lsa; ➢ fandagi mavzularni tor doirada yoritib, bayon qilishda ayrim chalkashliklarga yo'l qo'yilmas;