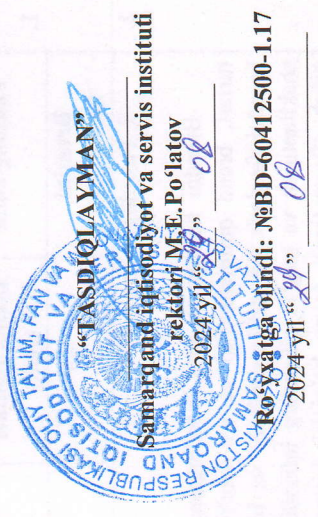


O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIVY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



BRENDNI BOSHQARISH

O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	400 000	- Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohasi:	410 000	- Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalish:	60412500	- Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

Samarqand – 2024

	<p>6. Sharipov I.B. Marketing. O'quv qo'llanma – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 – 148 b.</p> <p>Axborot manbalari</p> <ol style="list-style-type: none">1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat xokimiyati portali.2. www.uz.uz – O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti.3. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti.4. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.5. www.mail.tdiu.uz – TDIU elektron kutubxonasi.6. www.el.tfi.uz – TMI elektron kutubxonasi.7. www.ziynet.uz – Ta'lim portali.8. www.elib.me – Marketing bo'yicha elektron darsliklar.9. www.alleng.ru – Marketing bo'yicha darslik, qo'llanma, axborotnoa.10. www.marketing.spb.ru – Marketing tadqiqotlari va dasturiy ta'minot bo'yicha materiallar.11. www.aup.ru – Ma'muriy va boshqaruv portali.
8.	<p>Fan dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv uslubiy kengashining 2024 yil "29" 08 dagi 1 - sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ 70-07-05).</p>
9.	<p>Fan/ modul uchun mas'ullar: B.Sh.Musayev – SamISI, "Marketing" kafedrasida dotsenti.</p>
10.	<p>Taqrizchilar: D.Q.Usmanova – SamDU, "Raqamli iqtisodiyoti" kafedrasida dotsenti, i.f.n. D.I.Usmonova – SamISI, "Marketing" kafedrasida dotsenti, PhD.</p>

Fan/modul kodi BRAMAN106	O'quv yili 2024-2025	Semestr 4	Kreditlar 6
Fan/modul turi Majburiy	Haftadagi dars soatlari 6		
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
1. Brendni boshqarish	72	108	180
<p>I. Fanning mazmuni</p> <p>Brendni boshqarish fani brendingning mohiyati va ahamiyati, brend turlari, brend qiymatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi, brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari, brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari, brendni targ'ib qilish (Promotion), tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari, brendga sodiqlik va uni boshqarish, birlashtirilgan brending, brendni boshqarish strategiyalari, brendni o'zgartirish, hududiy brending hamda shaxsiy brending to'g'risida nazariy bilimlarini shakllantirishga xizmat qiladi. Fanning sillabusida yo'nalishning davlat ta'lim standarti, bo'yicha bilim, malaka va ko'nikmalarga qo'yilgan talablar va ta'lim yo'nalishi bo'yicha ta'lim dasturining zaruriy mazmuni va tarkibiy qismlarini to'liq qamrab olgan bo'lib, dasturning bir qismini talabalar mustaqil o'zlashtirish ko'zda tutilgan.</p> <p>Fanning maqsadi – brending, brend yaratish va uni targ'ib qilish (Promotion), tovar belgisini himoya qilish, brendga sodiqlik, brendni o'zgartirish hamda shaxsiy brending haqida 60412500–Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishiga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirishdir.</p> <p>Fanning vazifasi - brendingning mohiyati va ahamiyati, brend turlari, brend qiymatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi, brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari, brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari, brendni targ'ib qilish (Promotion), tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari, brendga sodiqlik va uni boshqarish, birlashtirilgan brending, brendni boshqarish strategiyalari, brendni o'zgartirish, hududiy brending hamda shaxsiy brending yaratish hamda ularni qo'llashni o'rgatishdan iboratdir.</p>			

6.	<p>VIII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>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 joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishini topshirish.</p> <p>Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Белоусова Л.А., Савина Т.А. Бренд-менеджмент. Екатеринбург, 2005. – 82 с. 2. Герасименко В.В., Очковская М.С. Бренд-менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2016. – 100 с. 3. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности менеджмента и маркетинга. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 - 655 с. 4. Ergashxodjaeva Sh., Nematov I. Brendni boshqarish. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: «IQTISODIYOT», 2019. - 145 bet. 5. Суконова К.Б. Бренд-менеджмент: Учебное пособие, - Самарканд: ООО "STEP-SEL", 2023 - 229 с. 6. Xolmamatov D.H., Musayev B.Sh. Brend menejmenti. Darslik. - Samarqand: "STAP-SEL" MChJ, 2022. 288 bet.
7.	<p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson. 2. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Yusupov M.A., G'oyipnazarov S.B., Sharipov I.B. Marketing asoslari. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: «IQTISODIYOT», 2021. - 251 bet. 3. Ergashxodjaeva Sh.Dj. Strategik marketing. - T.: "Iqtisodiyot", 2019. - 232 bet. 4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Профессиональное издание, 12-е изд. Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2009. – 1072 с. ISBN 978-5-8459-1466-8 (рус). 5. Musayev B.Sh., Allayorov H.I. Brendni boshqarish fanidan kurs ishi yozish va himoya qilish bo'yicha. Uslubiy ko'rsatma. – Samarqand. SamISI matbaa bo'limi. 2021. - 24 bet.

	<p>texnologiyalaridan samarali foydalanish yo'llari.</p> <p>25. Turizm bozorida brend konsepsiyasini amalga oshirish yo'llari.</p> <p>26. O'zbekistonda milliy brendlarning shakllanishi.</p> <p>27. Xalqaro brending strategiyalari.</p> <p>28. Xizmat ko'rsatish korxonalarida brendni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari.</p> <p>Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyiha ishi, esse, tezis yoki ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.</p> <p>V. Fan bo'yicha kurs ishi (loyihasi)</p> <p>"Brendni boshqarish" fanidan kurs ishi o'quv rejada rejalashtirilmagan.</p>
4.	<p>VI. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> Brendni boshqarish faniga kirish, brend turlari, brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi, brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari, brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari, brendni targ'ib qilish (Promotion) hamda tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslaridan qanday foydalanish lozimligi haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; Brend arxitekturasini, brendga sodiqlik va uni boshqarish, birlashtirilgan brending, brend kapitali, hamda brendni boshqarish va brending strategiyalarini bilish va ulardan foydalanish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; Tashkiliy madaniyat va brending, brendni o'zgartirish, hududiy brending hamda shaxsiy brending to'g'risida <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>.
5.	<p>VII. Ta'lim texnologiyalari va metodlari</p> <ul style="list-style-type: none"> ma'ruzalar; interfaol keys-stadilar; esse, tezis va maqolalar yozish; seminar va treninglar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar); loyiha ishi bajarish; guruhlarda ishlash; taqdimotlar qilish; individual loyihalar va loyihalar tahlili; turli darajadagi testlarni yechish; misol va masalalar; jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.

	<p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>II.I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Brendni boshqarish faniga kirish. Brend turlari.</p> <p>Brendlash tarixi. Brend tushunchasi, ta'rifi va uning ahamiyati. Brend, savdo belgisi va savdo markasi tushunchalarining bir-biridan farqlari. Tovar belgilarining tasnifi. Brendning hayotiy sikli. Brendga yo'naltirilgan marketing. Brend menejering vazifalari. Brend turlari.</p> <p>2-mavzu. Brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi. Brend yaratish bosqichlari.</p> <p>Brendga qiymat taklif etish. Brendni his etishning ko'p o'lchovli modellari. Brendning tuzilishi va tarkibiy qismlari. Brend yaratish bosqichlari. Brend logotipini yaratish, brend nom tanlash va unga qo'yiladigan talablar, brend shior yaratish, brend harakterini ifodalash.</p> <p>3-mavzu. Brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari.</p> <p>Brendni farqlash (identifikatsiyalash). STP strategiyasi va brendni joylashtirish. Brend yaratish modellari. Og'zaki va vizual brendni identifikatsiyalash.</p> <p>4-mavzu. Brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari.</p> <p>Brendning kontseptual ko'rinishini shakllantirish. Brendni boshqarishda marketing tadqiqotlarining o'rni. Brend yaratishda marketing milks va munosabatlar marketingi. Brend atributlarini shakllantirish. Brend kitob. Brendlashning iqtisodiy modellari. Brend kompaniyalar bilan munosabatlarini o'rnatish. Korxonada brendni boshqarish tizimini shakllantirish.</p> <p>5-mavzu. Brendni targ'ib qilish (Promotion).</p> <p>Brendni targ'ib qilish vositalari. Brendni targ'ib qilishning an'anaviy vositalari. Brendni targ'ib qilishning no'an'anaviy vositalari. Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyaning brendni targ'ib qilishdagi o'rni.</p> <p>6-mavzu. Tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari.</p> <p>Tovar belgilarini himoya qilishning huquqiy asoslari. O'zbekiston Respublikasida tovar belgilarini ro'yxatga olish. Tovar belgilarini sifatida ruyxatga olinmaydigan nomlar. Tovar belgilarini himoya qilish mexanizmi. Tovar belgisidan qonunsiz foydalanlik uchun huquqiy javobgarlik kelib</p>
3.	

<p>chiqishi. Tovar belgisidan qonunga xilof ravishda foydalanganlik uchun fuqarolik-huquqiy javobgarlikning belgilanishi. Tovar belgisidan noqonuniy foydalanganlik uchun mamuriy va jinoiy javobgarlik. Tovar belgilariga oid nizolarni hal etish tartibi.</p> <p>7-mavzu. Brendga sodiqlik va uni boshqarish. Brendga sodiqlik tushunchasi va uning brend nufuzini oshirishdagi o'rni. Brendga sodiqlikni shakllantirish. Iste'molchi sodiqligining asosiy turlari va modellari. Sodiqlik dasturlari va ularning mazmun-mohiyati.</p> <p>8-mavzu. Birlashtirilgan brending. Birlashtirilgan brending tushunchasi va uning mohiyati. Birlashtirilgan brendingning afzalliklari va kamchiliklari. Birlashtirilgan brendingning tarkibiy qismlari. Birlashtirilgan brendingni joriy qilish yo'llari.</p> <p>9-mavzu. Brendni boshqarish strategiyalari. Brend oqimlarini boshqarishning zamonaviy usullari. Strategik brendni boshqarish, inqirozga qarshi brendni boshqarish va innovatsion brendni boshqarish. Brending strategiyalari. Narxlarini belgilash strategiyalari. Brendni boshqarishdagi xatolar.</p> <p>10-mavzu. Brendni o'zgartirish. Rebrending. Brendni yangilash (modernizatsiya qilish, uslubni o'zgartirish, nomini o'zgartirish). Brendni tugatish.</p> <p>11-mavzu. Hududiy brending. Hududiy brending tushunchasi. Hudud brendini shakllantirish yo'llari. Hudud brendini yaratishdagi yondashuvlar.</p> <p>12-mavzu. Shaxsiy brending. Brend sifatida shaxsiyat. Shaxs-brend imidjining tarkibiy qismlari. Shaxsiy brending: strategiya va kommunikatsiya. Shaxsiy brending ijtimoiy tarmoqlarda.</p> <p>III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi: 1. Brendni boshqarish faniga kirish. Brend turlari. 2. Brend qimmatdorligi va uni iste'molchilar tomonidan his etilishi. 3. Brendni farqlash (identifikatsiyalash) va brend yaratish modellari. 4. Brendni shakllantirish va targ'ib qilishning iqtisodiy munosabatlari. 5. Brendni targ'ib qilish (Promotion). 6. Tovar belgisini himoya qilishning huquqiy asoslari.</p>	<p>7. Brendga sodiqlik va uni boshqarish. 8. Birlashtirilgan brending. 9. Brendni boshqarish strategiyalari. 10. Brendni o'zgartirish. 11. Hududiy brending. 12. Shaxsiy brending. Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurollari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan o'tkaziladi. Mashg'ulotlarda faol va interaktiv usullar yordamida, mavzularga mos pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llaniladi. Amaliy mashg'ulotlarda muammoli vaziyatlar, amaliy topshiriqlar, keyslar, masalalar ishlanadi.</p> <p>IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular: 1. Brend jozibadorligi va uni baholash. 2. Brend kapitalini shakllantirish. 3. Brend kommunikatsiyasi. 4. Brend portfelini boshqarish. 5. Brend samaradorligini oshirish yo'llari. 6. Brend yaratish jarayoni. 7. Brending va brend kuchi. 8. Brending va brendni joylashtirish konsepsiyalari. 9. Brendlarni siljيتishda innovatsion marketingdan foydalanish. 10. Brendni boshqarishda marketing tadqiqotlari. 11. Brendni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari. 12. Brendni pozitsiyalashtirish. 13. Brendni yaratish strategiyalari. 14. Brendning bozor qiymatini aniqlash usullari. 15. Korxonada brend siyosatini yuritish. 16. Korxonalar brendini shakllantirish yo'llari. 17. Korxonalarda brend-menejment ishini tashkil etish va yuritish jarayoni. 18. Korxonaning brend orqali raqobatbardoshligini oshirish yo'llari. 19. Korxonaning brend strategiyasini ishlab chiqish. 20. Muvaffaqiyatli brendlar tarixi. 21. Rivojlanayotgan mamlakatlarda brend texnologiyalaridan foydalanish. 22. Rivojlangan mamlakatlarda brendni o'ziga xos xususiyatlari. 23. Ta'lim xizmatlari bozorida brend tadqiqotlarini tashkil etish. 24. Tovar belgisini ommalashtirishda raqamli marketing</p>
---	---