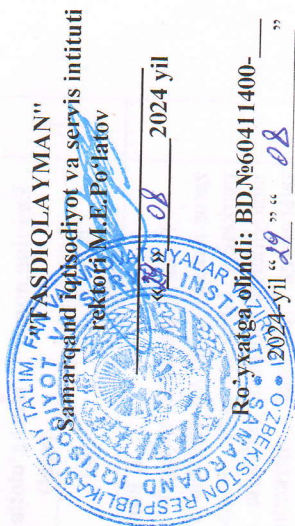


O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



PERSONAL MARKETING

O'QUV DASTURI

| | | |
|--------------------|----------|---------------------------------|
| Bilim sohasi: | 400 000 | - Biznes, boshqaruv va huquq |
| Ta'lim sohalari: | 410 000 | - Biznes va boshqaruv |
| Ta'lim yo'nalishi: | 60411400 | - Inson resurslarini boshqarish |

Samarqand – 2024

| Fan/modul kodi | O'quv yili | Semestr | Kreditlar |
|----------------|--|----------------------------------|------------------------|
| PERMAR | 2024-2025 | 7 | 6 |
| Fan/modul turi | Ta'lim tili | Haftadagi dars soatlari | |
| Tanlov | O'zbek/rus | 6 | |
| 1. | Fanning nomi | Auditoriya mashg'ulotlari (soat) | Mustaqil ta'lim (soat) |
| | Personal marketing | 90 | 90 |
| | | | Jami yuklama (soat) |
| | | | 180 |
| | <p>I. Fanning mazmuni</p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarga personal marketing bo'yicha zarur nazariy bilim va personal marketing dasturini ishlab chiqish, personal marketing konsepsiyasini amalga oshirish, ijtimoiy sohalarida marketing tamoyillarini qo'llash bo'yicha amaliy ko'nikmalarni berish. Ushbu fan talabalarga personal marketing muammolari, personal marketing strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha zarur ko'nikmalarni hosil qilishdan iborat.</p> <p>Fanning vazifasi – nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, personal marketingning mohiyati va turlarini, personal marketing muammolari aniqlash, ularni bartaraf etishda personal marketing konsepsiyasidan foydalanish, personal marketing faoliyati samaradorligini baholashni o'rgatishdan iborat.</p> | | |
| 2. | <p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Fanning mazmuni, maqsadi va vazifalari, xodimlarni boshqarishda personal marketingning roli va o'рни</p> <p>Personal marketing tushunchasi, uning asosiy mazmuni. Personal marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Personal marketingda ijtimoiy, iqtisodiy muammolarning hal etilishi. Personal marketingning afzalliklari. Personal marketing muammolari.</p> <p>2-mavzu. Personal marketing: ta'rifga yondashuvlar, tamoyillar, darajalar va turlar.</p> <p>Personal marketing ta'rifiga turlicha yondashuvlar tahlili. Personal marketing tamoyillari. Personal marketing turlari.</p> <p>3-mavzu. Personal marketingning funksiyalari.</p> <p>Personal marketing va undagi so'nggi tendentsiyalar. Personal marketing funksiyalari. Personal marketingni tijoratdan tashqari kengaytirish.</p> <p>4-mavzu. Personal marketing texnologiyalari.</p> <p>Personal marketing texnologiyalari va ularni amaliyotga tatbiq etish</p> | | |

| | |
|----|--|
| | www.aup.ru – административно-управленческий портал |
| 7. | Fanning o'quv dasturi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Kengashining 2024 yil "21" <u>08</u> dagi <u>1</u> - son bayonnomasi bilan tasdiqlangan. <u>79-07-45</u> |
| 8. | Fan/ modul uchun mas'ullar: Ibragimov I.H. – SamISI, "Marketing" kafedrası dotsenti v.b., i.f.n. Umurzakova I.A. – SamISI, "Marketing" kafedrası stajyor-assistenti |
| 9. | Taqrizchilar: I.A.Usmanov – SamDAQU "Qurilish iqtisodiyot va menejmenti" kafedrası professor v.b., iqtisod fanlari nomzodi K.M.Ibodov – SamISI "Marketing" kafedrası dotsenti, PhD |

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti. – Samarqand. “STEP-SEL” MChJ. Nashriyot-matbaa bo'limi, 2022 y. 314 bet. ISBN: 978-9943-9078-3-6.

5. Babayev N., Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Amaliy marketing. O'quv qo'llanma. “STEP-SEL” MChJ nashriyot-matbaa ijodiy bo'limi. Samarqand. 2022. 172 bet. ISBN: 978-9943-8935-5-9

6. Sharipov I.B. Marketing. O'quv qo'llanma – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 – 148 b.

7. Ergashxadjayeva Sh.J., Yusupov M., Xakimov Z. Abdurahmonova M. To'varlar va xizmatlar marketingi. O'quv qo'llanma. Toshkent. T.: “Iqtisodiyot”, 2019. – 404 bet.

8. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535995>

9. Вишнякова Ю.А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы: учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12509-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543174> (дата обращения: 22.08.2024).

Qo'shimcha adabiyotlar

10. Черенков В.И., Карпова С.В., Таничев А.В. Маркетинг устойчивости и теория культуры потребления // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2020. — №3. — С.172–183. URL: <https://grebennikon.ru/article-drsl.html>

11. Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. – 249 с.

12. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.

Axborot manbalari

13. <http://www.mail.tdiu.uz> – TDIU elektron kutubxonasi

14. <http://lex.uz>– O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi

15. www.ziyounet.uz –ta'lim portali

16. <http://www.elib.me> – электронные учебники по маркетингу

17. <http://www.alleng.ru> – учебник, пособие, справочник по маркетингу

usullari

5-mavzu. Personal marketingning tahliliy va tashkiliy-iqtisodiy asoslari.

Korxona ichidagi rejalashtirish tizimi doirasida kadrlar xarajatlarini rejalashtirish. Tashkiliy-iqtisodiy muammolarning yechimini aniqlash.

6-mavzu. Kadrlar auditini personal marketingning vositasi sifatida.

Kadrlar auditini o'tkazish: mehnat ko'rsatkichlarini tahlil qilish, ish joylarini tahlil qilish, ishga qabul qilish tahlili, ishdan bo'shatish tahlili, mehnat sharoitlari va xavfsizlikni tahlil qilish.

7-mavzu. Tashkilot xodimlarini tayyorlash va rivojlantirish.

Korxona personalining malakasini oshirish, har bir xodimning imkoniyatlarini hisobga olgan holda individual yondashish va rivojlantirish.

8-mavzu. Xodimlarni boshqarishning samaradorligi.

Oliy o'quv yurtlarida qo'llaniladigan marketing o'sish strategiyalari. Konsentrlangan o'sish. Bozordagi mavqeni mustahkamlash strategiyasi. Bozorni rivojlantirish strategiyasi. Xizmatni rivojlantirish strategiyasi. Integratsiyalashgan o'sish. Gorizontial integratsiya strategiyasi. Teskari vertikal integratsiya strategiyasi. Diversifikatsiya strategiyasi. Markazlashtirilgan diversifikatsiya strategiyasi. Boshqarish samaradorligi

III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Personal marketing tushunchalari.
2. Personal marketingning predmeti va vazifalari.
3. Personal marketingdan foydalanishning asosiy yo'nalishlari, uning turlari.
4. Personal marketingning asosiy xususiyatlari.
5. Personal marketingning zamonaviy kontsepsiyasi.
6. O'zbekistonda va xorijda personal marketing komponenti.
7. Personal marketing texnologiyalari: afzalliklari va kamchiliklari.
8. Personal marketing tadqiqotlarining mohiyati va turlari.
9. Personal marketing tadqiqotlarini o'tkazish bo'yicha mahalliy tajriba.
10. Personal marketing tadqiqotlarini o'tkazish bo'yicha xorijiy tajriba
11. Personal marketingni rejalashtirish.
12. Samarali personal marketingni amalga oshirish bosqichlari.
13. Marketing kompleksi vositalari.
14. Ijtimoiy marketing kompleksi “7P”.
15. PR personal marketing vositasi sifatida.
16. Ijtimoiy loyihalarda jamoatchilik bilan aloqalar faoliyati.
17. Reklama kampaniyasini rejalashtirish.
18. Personal reklama tarqatish kanallari.

| | |
|--|--|
| 19. Personal marketingda ommaviy axborot vositalaridan foydalanish. 20. Personal marketing dasturining samaradorligini baholash. 21. Marketing audit. Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari 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>IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar</p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal marketing tushunchalari. 2. Personal marketingning predmeti va vazifalari. 3. Personal marketingdan foydalanishning asosiy yo'nalishlari, uning turlari. 4. Personal marketingning asosiy xususiyatlari. 5. Personal marketingning zamonaviy kontseptsiyasi. 6. O'zbekistonda va xorijda personal marketing komponenti. 7. Personal marketing texnologiyalari: afzalliklari va kamchiliklari. 8. Personal marketing tadqiqotlarining mohiyati va turlari. 9. Personal marketing tadqiqotlarini o'tkazish bo'yicha mahalliy tajriba. 10. Personal marketing tadqiqotlarini o'tkazish bo'yicha xorijiy tajriba 11. Personal marketingni rejalashtirish. 12. Samarali personal marketingni amalga oshirish bosqichlari. 13. Marketing kompleksi vositalari. 14. Ijtimoiy marketing kompleksi "7P". 15. PR personal marketing vositasi sifatida. 16. Ijtimoiy loyihalarda jamoatchilik bilan aloqalar faoliyati. 17. Reklama kompaniyasini rejalashtirish. 18. Personal reklama tarqatish kanallari. 19. Personal marketingda ommaviy axborot vositalaridan foydalanish. 20. Personal marketing dasturining samaradorligini baholash. 21. Marketing audit. 22. Marketing kompaniyalari samaradorligining xususiyatlari. 23. Marketing kompaniyalari samaradorligini baholash usullari. 24. Fanning mazmuni, maqsadi va vazifalari, xodimlarni boshqarishda personal marketingning roli va o'rni. 25. Personal marketing: ta'rifga yondashuvlar, tamoyillar, darajalar va turlar. 26. Personal marketingning funksiyalari. 27. Personal marketing texnologiyalari 28. Personal marketingning tahliliy va tashkiliy-iqtisodiy asoslari 29. Kadrlar auditini personal marketingning vositasi sifatida. 30. Tashkilot xodimlarini tayyorlash va rivojlantirish | |

| | |
|----|---|
| | <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 o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> • personal marketing faoliyatini tashkil etish va o'tkazish haqida <i>tasavvur va bilinga ega bo'lishi</i>; • barqaror biznes dasturlarida personal marketingdan foydalanish, ijtimoiy sohalarida marketing konseptsiyalarining amaliy jarayonlarini baholash, barqaror rivojlanish dasturlarini ishlab chiqish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; • personal marketing dasturini ishlab chiqish, marketing faoliyatini amalga oshirish, korxona uchun maqsadli auditoriyani aniqlash <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>. |
| 3. | <p>VI. 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. |
| 4. | <p>VII. 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> |
| 5. | <p>Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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. 2. Ergashxodjaeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Darslik. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: Iqtisodiyot, 2019. - 305 b. 3. Ibodov K.M. Marketing. Darslik. Toshkent: - T.: "Fan va texnologiya" 2019, 356-bet. 4. Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Marketing asoslari. /Darslik/. |
| 6. | |