

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM  
VAZIRLIGI  
ABDULLA QODIRIY NOMIDAGI JIZZAX DAVLAT PEDAGOGIKA  
UNIVERSITETI**



Jizzax davlat pedagogika universiteti  
rektori prof. Sh.S. Shalipov

2022 yil...

**TA'LIM MARKETINGI  
FANINING O'QUV DASTURI**

- Bilim sohasi:** 100000 - Ta'lim
- Ta'lim sohasi:** 110000 - Ta'lim
- Ta'lim yo'nalishi:** 60112500 - Maktab menejmenti

Jizzax - 2022



### Reja:

1. Ta'lim xizmatlarini sotish kanallari.
2. Muqobil sotish kanallarini tahlil qilish.
3. Reklama turlari, vazifalari. Ta'limda reklamani qo'llash.
4. Tashkiloti va ta'lim xizmati imidji. Ta'limda sotishni rag'batlantirish yo'nalishlari.

### V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar.

**Mustaqil ta'limdan ko'zlangan maqsad va vazifalar** - bu talabalarda mustaqil bilim olish ko'nikmalarini shakllantirishdan iborat.

Mustaqil ta'lim seminar mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rishdan tashqari fan dasturida ko'rsatilgan, ammo fan bo'yicha talabning bilim doirasini kengaytiruvchi qo'shimcha mavzular doirasida berilgan topshiriqlarni bajarishni o'z ichiga oladi.

#### Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Marketing tushunchasi va uning mohiyati.
2. Marketing elementlari tarkibi va marketing-miks tushunchasi.
3. Marketing vujudga kelishi va rivojlanishi asosiy bosqichlari.
4. Ta'lim xizmatlari marketingni rejalashtirish.
5. Marketingda strategik rejalashtirishning maqsadi va vazifalari.
6. Marketingda taktik rejalashtirish o'rni.
7. Ta'lim xizmatlari bozorini tahlil qilish va bashoratlash.
8. Marketing dasturini ishlab chiqish.
9. Marketing nazoratini olib borish.
10. Marketing faoliyatining axborot ta'minoti.
11. Ta'lim marketingida ichki va tashqi muhit ta'siri.
12. Ta'lim muassasasida marketing faoliyatini shakllantirish.
13. Marketingda strategik va taktik rejalashtirish.
14. Buzor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitsiyalashtirish.
15. Ta'lim marketingida tovar va tovar siyosati.
16. Ta'lim xizmatlari kompleksini yaratish va unga narx belgilash.
17. Kommunikatsiya siyosatining mohiyati, mazmuni va maqsadlari.
18. Marketing kommunikatsiyasi kompleksi va unda reklamanning o'rni.
19. Raqamli iqtisodiyotda reklama qilish turlari.
20. Ta'lim muassasasi brendi va imidjiga ta'sir etuvchi omillar.
21. Ta'lim marketingida raqobat va raqobatbardoshlik.
22. Raqobat strategiyalari va ularning mazmuni.

### IV.2. Mustaqil ta'limni o'zlashtirish tartibi.

Mustaqil ta'lim mazmuni ma'ruza, seminar va amaliy mashg'ulotlar mavzulari asosida shakllantiriladi. Biroq mustaqil ta'lim ko'proq ma'ruza va seminar mashg'ulotlarida o'rganilgan masalalarni o'z ichiga qamrab oladi. Mustaqil ta'lim asosida o'rganilgan masalalar fan bo'yicha oraliq va yakuniy nazorat ishlari savollarida o'z aksini topadi.

Mustaqil ta'limni tayyorlashda mazkur fanning xususiyatlarini hisobga olgan holda quyidagishakllardan foydalanish tavsiya etiladi:

esse - dlabrb mavzu bo'yicha shaxsiy fikrini tanqid, publitsistik va boshqa janrlarda yozma byon qilish;

- dokladlar tayyorlash;

- kurs ishi yozish;

- konspekt yozish;

- glossariy tuzish;

3. Ta'lim xizmatlari: asosiy turlari va ularning tasniflari.

### 9-mavzu. Ta'lim muassasasi marketing tizimi. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing konsepsiyalari.
2. Marketing muhiti.
3. Iste'molchilar hulqi.
4. Marketing tadqiqotlari.

### 10-mavzu. Ta'limning marketing muhiti va ta'lim xizmatlari bozori. (2 soat)

#### Reja:

1. Ta'lim muhiti tushunchasi. Tashqi marketing muhiti.
2. STEP (ijtimoiy, texnik, iqtisodiy va siyosiy) - tahlil.
3. Siyosiy-huquqiy muhit. Iqtisodiy muhit.
4. Demografik muhit. Ijtimoiy-madaniy muhit.
5. Milliy muhit. Ichki marketing muhiti. SWOT-tahlil.

### 11-mavzu. Strategik marketing rejalashtirish. Muassasani raqobatbardoshligini oshirish strategiyasini shakllantirish. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing strategiyasi va taktikasi tushunchalari. Kompaniyani strategiya tanlash asosiy bosqichlari.
2. Raqobatbardoshlikni baholash usullari. Korxonaning raqobatda ustunligi. 3. Boshlang'ich marketing strategiyasini ishlab chiqish. Porter bo'yicha strategiyalar.
4. Xarajatlar bo'yicha liderlik strategiyalar. L'Ansoff bo'yicha o'sish strategiyalari.
5. F.Kotlerni raqobat tipologiyasi strategiyasi. Bozor lideri strategiyasi.

### 12-mavzu. Ta'lim xizmatlari sohasida marketing tadqiqotlari. (2 soat)

#### Reja:

1. Tadqiqot usullari klassifikatsiyasi.
2. Ta'lim muassasalarida marketing tadqiqotlari.
3. Tadqiqot usullarining xarakteristikasi.
4. Marketing tadqiqotlarida ma'lumotlar manbasi. Marketing tadqiqotlarida prognozlash.

### 13-mavzu. Marketing kommunikatsiyalari. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing kommunikatsiyalari mohiyati.
2. Ta'lim xizmatlari reklamasini.
3. Ta'lim xizmatlarini sotishni rag'batlantirish.
4. Jamiyat bilan bog'liqlik. To'g'ridan-to'g'ri marketing.
5. Firma stilini ishlab chiqish.

### 14-mavzu. Ta'lim xizmatlari iste'molchilarining hulqi. (2 soat)

#### Reja:

1. Iste'molchilar hulqi omillari tahlili.
2. Ta'lim xizmatlari iste'molchilari tomonidan qaror qabul qilish jarayoni. 3. Ta'lim xizmatlariga talabni prognozlash.

### 15-mavzu. Ta'lim xizmatlari marketing kompleksini ishlab chiqish. (2 soat)

#### Reja:

1. Bozorni sigmentlash. Maqsadli segment.
2. Sigmentlash strategiyasi. Ta'lim xizmatlari tovar sifatida.
3. Asosiy va qo'shimcha tovarlar. Ta'lim xizmatlari portfelini boshqarish. 4. Ta'lim xizmatiga narxni belgilash mexanizmi.

### III.1. Seminar mashg'uloti mavzulari

Seminar mashg'ulotlarida talabalar boshqaruv psixologiyasi fanidan ma'ruza dastlarida olgan nazariy bilimlarini mustahkamlash bilan birga, seminarlar mavzulari

bo'yicha tayyorgarlik ko'rish jarayonida qo'shimcha adabiyotlar va manbalar bilan tanishish orqali qo'shimcha bilim oladilar. Natijada, ularning bilim doiralari ilmiy jihatdan asoslangan holda kengayadi.

### 1-mavzu. Ta'lim marketing fanining nazariy asoslari. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing tushunchasi va mohiyati. Uning vujudga kelishi va rivojlanishining asosiy bosqichlari.
2. Marketing tamoyillari. Marketing elementlari tarkibi.
3. Ta'lim marketingi. Ta'lim marketingi asosiy sub'ektlari.

### 2-mavzu. Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash. (2 soat)

#### Reja:

1. Axborot-marketingning poydevoridir.
2. Axborot tizimi. Axborotlarni to'plash usullari.
3. Auditoriya bilan aloqa qilish usullari.
4. To'plagan axborotlarni tahlil qilish va qayta ishlash.
5. Marketing axborotlarining asosiy elementlari.

### 3-mavzu. Marketing muhiti. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing muhiti tushunchasi va mohiyati. Korxonaning marketing xizmati. Muhitning doimiy o'zgarishlari.
2. Marketing tadqiqotlari olib borishning ahamiyati.
3. Korxonaning makro va mikro muhiti. Tarmoq marketingi. Tovarlar marketingi. Soha faoliyati va o'zaro bog'liqligi.
4. O'zbekistonda marketing faoliyatini tashkil etish.

### 4-mavzu. Marketingda tovarlar raqobatchilikligi. (2 soat)

#### Reja:

1. Raqobat va raqobatchilik tushunchasi.
2. Tovarlar raqobatchilikligini oshirish yo'llari.
3. Tovarlar darajalari: tovarni yaratish, tovarning texnik tavsifi, tovarni sotish, yetkazib berish va o'zaro ta'lim, kreditlash va rag'batlantirish.

### 5-mavzu. Marketing tizimida narx siyosati. (2 soat)

#### Reja:

1. Tovarlar guruhlari va turumlari.
2. Narx tushunchasi va mohiyati.
3. Narx tuzilishi. Narx va talab.
4. Narxni shakllantirish. Narx va tovar siyosati.

### 6-mavzu. Marketing tizimida reklama siyosati. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketingda reklama tushunchasi va uning ahamiyati.
2. Reklamaning asosiy maqsadi va vazifalari.
3. Reklama va reklama vositalari. Reklama turlari.
4. Marketingda reklamani tayyorlash va rejalarini ishlatish.

### 7-mavzu. Ta'lim marketingi. O'zbekiston Respublikasi ta'lim sohasida tizim, holatlari va rivojlanishini tahlil. (2 soat)

#### Reja:

1. O'zbekiston ta'lim tizimi. Ta'lim tizimi holatlari.
2. Ta'lim rivojlanishini zamonaviy konsepsiyalari.
3. Ta'limning ta'lim tizimidagi modernizatsiya strategiyalari.
4. Ta'limda innovatsiyalar. Zamonaviy ta'lim texnologiyalari.

### 8-mavzu. Ta'limda marketing asoslari. Marketing konsepsiyalari. (2 soat)

#### Reja:

1. Muassasa marketing tuzimi tuzilishi.
2. Tovarlar va xizmatlar.
3. Ta'lim xizmatlari: asosiy turlari va ularning tasniflari.

### 9-mavzu. Ta'lim muassasasi marketing tizimi. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing konsepsiyalari.
2. Marketing muhiti.
3. Iste'molchilar xulqi.
4. Marketing tadqiqotlari.

### 10-mavzu. Ta'limning marketing muhiti va ta'lim xizmatlari bozori. (2 soat)

#### Reja:

1. Ta'lim muhiti tushunchasi. Tashqi marketing muhiti.
2. STEP (ijtimoiy, texnik, iqtisodiy va siyosiy) - tahlil.
3. Siyosiy-huquqiy muhit. Iqtisodiy muhit.
4. Demografik muhit. Ijtimoiy-madaniy muhit.
5. Milliy muhit. Ichki marketing muhiti. SWOT-tahlil.

### 11-mavzu. Strategik marketing rejalarini ishlatish. Muassasani raqobatchilikligini oshirish strategiyasini shakllantirish. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing strategiyasi va taktikasi tushunchalari. Kompaniyani strategiya tanlash asosiy bosqichlari.
2. Raqobatchilikni baholash usullari. Korxonaning raqobatchilik ustunligi. 3. Boshlang'ich marketing strategiyasini ishlab chiqish. Porter bo'yicha strategiyalar.
4. Xarajalar bo'yicha liderlik strategiyalari. L'Ansoff bo'yicha o'sish strategiyalari.
5. F.Kotler marketing tipologiyasi strategiyasi. Bozor lideri strategiyasi.

### 12-mavzu. Ta'lim xizmatlari sohasida marketing tadqiqotlari. (2 soat)

#### Reja:

1. Tadqiqot usullari klassifikatsiyasi.
2. Ta'lim muassasalarida marketing tadqiqotlari.
3. Tadqiqot usullarining xarakteristikasi.
4. Marketing tadqiqotlarida ma'lumotlar manbasi. Marketing tadqiqotlarida prognozlash.

### 13-mavzu. Marketing kommunikatsiyalari. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing kommunikatsiyalari mohiyati.
2. Ta'lim xizmatlari reklamasi.
3. Ta'lim xizmatlarini sotishni rag'batlantirish.
4. Jamiyat bilan bog'liqlik. To'g'ridan - to'g'ri marketing.
5. Firma stilini ishlab chiqish.

### 14-mavzu. Ta'lim xizmatlari iste'molchilarining xulqi. (4 soat)

#### Reja:

1. Iste'molchilar xulqi omillari tahlili.
2. Ta'lim xizmatlari iste'molchilari tomonidan qaror qabul qilish jarayoni.
3. Ta'lim xizmatlariga talabni prognozlash.

### 15-mavzu. Ta'lim xizmatlari marketing kompleksini ishlab chiqish. (2 soat)

#### Reja:

1. Bozorni segmentlash. Maqsadli segment.
2. Segmentlash strategiyasi. Ta'lim xizmatlari tovar sifatida.
3. Asosiy va qo'shimcha tovarlar. Ta'lim xizmatlari portfelini boshqarish.
4. Ta'lim xizmatiga narxni belgilash mexanizmi.

### 16-mavzu. Ta'lim xizmatlarini bozorga taqdim etish. Ta'lim marketingini innovatsion tizimini ishlab chiqish. (4 soat)

### 1-mavzu. Ta'lim marketing fanining nazariy asoslari. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing tushunchasi va mohiyati. Uning vujudga kelishi va rivojlanishining asosiy bosqichlari.
2. Marketing tamoillari. Marketing elementlari tarkibi
3. Ta'limmarketingi. Ta'lim marketingi asosiy sub'ektlari.

### 2-mavzu. Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash. (2 soat)

#### Reja:

1. Axborot-marketingning poydevoridir.
2. Axborot tizimi. Axborotlarni to'plash usullari.
3. Auditoriya bilan aloqa qilish usullari.
4. To'plagan axborotlarni tahlil qilish va qayta ishlash.
5. Marketing axborotlarining asosiy elementlari.

### 3-mavzu. Marketing muhiti. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketing muhiti tushunchasi va mohiyati. Korxonalar marketing xizmati. Muhitning doimiy o'zgarishlari.
2. Marketing tadqiqotlari olib borishning ahamiyati.
3. Korxonalar makro va mikro muhiti. Tarmoq marketingi. Tovarlar marketingi. Soha faoliyati va o'zaro bog'liqligi.
4. O'zbekistonda marketing faoliyatini tashkil etish.

### 4-mavzu. Marketingda tovarlar raqobatbardoshligi. (2 soat)

#### Reja:

1. Raqobat va raqobatbardoshlik tushunchasi.
2. Tovarlar raqobatbardoshligini oshirish yo'llari.
3. Tovarlar darajalari, tovarni yaratish, tovarning texnik tavsifi, tovarni sotish, yetkazib berish va o'rnatish, kreditlash va rag'batlantirish.

### 5-mavzu. Marketing tizimida narx siyosati. (2 soat)

#### Reja:

1. Tovarlar guruhlari va turkumlari.
2. Narx tushunchasi va mohiyati.
3. Narx tadqiqoti. Narx va talab.
4. Narxni shakllantirish. Narx va tovar siyosati.

### 6-mavzu. Marketing tizimida reklama siyosati. (2 soat)

#### Reja:

1. Marketingda reklama tushunchasi va uning ahamiyati.
2. Reklamning asosiy maqsadi va vazifalari.
3. Reklama va reklama vositalari. Reklama turlari.
4. Marketingda reklamani tayyorlash va rejalashtirish.

### 7-mavzu. Ta'lim marketingi. O'zbekiston Respublikasi ta'lim sohasida tizim, holatlari va rivojlanishini tahlil. (2 soat)

#### Reja:

1. O'zbekiston ta'lim tizimi. Ta'lim tizimi holati
2. Ta'lim rivojlanishini zamonaviy konsepsiyalari.
3. Ta'lim sifatini. Ta'lim tizimidagi modernizatsiya strategiyalari.
4. Ta'limda innovatsiyalar. Zamonaviy ta'lim texnologiyalari.

### 8-mavzu. Ta'limda marketing asoslari. Marketing konsepsiyalari. (2 soat)

#### Reja:

1. Muassasa marketing tizimi tuzilishi.
2. Tovarlar va xizmatlar.

- Individual va guruhii o'quv loyihasi;
- keys-topshiriqlarini bajarish;
- mavzuli portfoliolar tuzish;
- axborot-tahliliy materiallar bilan ishlash;
- manbaalar bilan ishlash;
- Infografiika tuzish;
- chizma-tasviriy modellalar (Intellekt-kart, freym, mantiqiy graf'va h.k.) yaratish;
- multimediiali taqdimotlar yaratish;
- darslarning metodik ishlanmalarini tayyorlash;
- darsdan tashqari mashg'ulotlar ishlanmalarini tayyorlash;
- ta'lim yo'nalishi(mutaxassislik)ning xususiyatidan kelib chiqqan holda mustaqil ishlarning boshqa turlaridan foydalanish mumkin.

### V. Ta'lim natijalari/Kasbiy kompetensiyalar.

#### Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:

- natural xo'jalik, tovar xo'jaligi, nafliik, almashuv qiymati, narx, mehnat unumdorligi haqida bilimlarga ega bo'lishi;
- Mehnat munosabatlari, mehnat unumdorligi, shuningdek, aniq va abstrakt mehnat kabi mavzuga oid iqtisodiy kategoriyalar to'g'risida tasavvurga ega bo'lishi;
- iqtisodiyotning nazariy asoslari, iqtisodiy qonunlar, tushunchalar, kategoriyalarni, iqtisodiy jarayonlarning xususiyatlarini bilishi va ulardan foydalana olishi;
- talaba iqtisodiy hodisa va jarayonlarni tahlil qilish usullarini qo'llash, iqtisodiy muammolar bo'yicha yechimlar qabul qilish ko'nikmalariga ega bo'lishi.
- Tijorat va notijorat muassalari boshqaruvida tashkilotning moliyaviy oqimi, sarf-xarajatlari, mehnat unumdorligi, foyda va samaradorlik ko'rsatkichlariga oid hisob-kitob ishlarni olib borish bo'yicha ko'nikmaga ega bo'lishi;
- tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, biznes g'oyani biznes rejada aks ettirish bo'yicha ko'nikmaga ega bo'lishi;
- ish haqi va malaka toifasi bo'yicha haq to'lash mezonlari, uning huquqiy asoslari bo'yicha bilim va ko'nikmaga ega bo'lishi kerak talab etiladi.

### VI.

#### Ta'lim texnologiyalari va metodlari.

- Ma'ruzalar;
- Interfaol keys-stadiylar;
- Seminarlar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar);
- Guruhlarda ishlash;
- Taqdimotlarni qilish;
- Individual loyihalar;
- Jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.

### VII. Kreditlarni 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, joriy nazorat, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ishini topshirish.

Joriy nazorat. Joriy nazorat semestr davomida seminar mashg'ulotlariga ajratilgan soatlar (juflik) dan kelib chiqib umumiy 30 ball bilan baholanadi.

Jami seminar mashg'ulotlari bo'yicha o'zlashtirish natijalari 100 ballik tizimda 30 ball bilan baholanadi.

Oraliq nazoratlar. Oraliq nazoratlar semestr davomida ma'ruza mashg'ulotlari o'quv soatidan kelib chiqqan holda 1 marta o'lkaziladi. Oraliq nazorat 100 ballik tizimda 20 ball bilan baholanadi. Oraliq nazorat ishi tarkibida mustaqil ta'lim topshirig'i kiradi.

Fan/Modul kodi 351TMM06	O'quv yili 2022-2023	Semestr 3	Kreditlar 4																		
Fan/Modul kodi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 4																		
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)																		
1.	60	60	120																		
2.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hammasi</th> <th>Jami auditoriya</th> <th>Ma'ruza</th> <th>Amaliy</th> <th>Seminar</th> <th>Mustaqil ish</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3-senestr</td> <td>120</td> <td>60</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Jami</td> <td>120</td> <td>60</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>			Hammasi	Jami auditoriya	Ma'ruza	Amaliy	Seminar	Mustaqil ish	3-senestr	120	60	20	20	20	Jami	120	60	20	20	60
Hammasi	Jami auditoriya	Ma'ruza	Amaliy	Seminar	Mustaqil ish																
3-senestr	120	60	20	20	20																
Jami	120	60	20	20	60																

**Fanning mazmuni.**

**Fani o'qitishning maqsadi** - talabalarda ta'lim marketingi sohasida nazariy bilimlarni, uslublarni va amaliyotini o'rganishi, hozirgi davrda mos ta'lim tizimida marketing tadqiqotlarini olib borishi tahlil qilishi haqida bilimlar berish.

**Fani o'qitishning vazifalari** -kelajakda talabalar nafaqat ta'lim marketingi haqida bilimga ega bo'lishi, balki boshqaruv jarayonlarini tushunish va o'rganish malaka va ko'nikmalar hosil qilishdan iborat

**Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)**

**II.1. Fanning tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:**

**VII SEMESTR**

**1-mavzu. Ta'lim marketing fanining nazariy asoslari. (2 soat)**

Marketing tushunchasi va mohiyati. Uning vujudga kelishi va rivojlanishining asosiy bosqichlari. Marketing tarmoqlari. Marketing elementlari tarkibi. Ta'lim marketingi. Ta'lim marketingi asosiy sub'ektlari.

**2-mavzu. Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash. (2 soat)**

Axborot- marketingning poydevoridir. Axborot tizimi. Axborotlarni to'plash usullari. Auditoriya bilan aloqa qilish usullari. To'plagan axborotlarni tahlil qilish va qayta ishlash. Marketing axborotlarining asosiy elementlari.

**3-mavzu. Marketing muhiti. (2 soat)**

Marketing muhiti tushunchasi va mohiyati. Korxonada marketing xizmati. Muhitning doimiy o'zgarishi. Marketing tadqiqotlari olib borishning ahamiyati. Korxonada makro va mikro muhiti. Tarmoq marketingi. Tovarlar marketingi. Soba faoliyati va o'zaro bog'liqligi. O'zbekistonda marketing faoliyatini tashkil etish.

**4-mavzu. Marketingda tovarlar raqobatbardoshligi. (2 soat)**

Raqobat va raqobatbardoshlik tushunchasi. Tovarlar raqobatbardoshligini oshirish yo'llari. Tovarining darajalari; tovarni yaratish, tovarning texnik tavsifi, tovarni sotish, etkazib berish va o'rnatish, kreditlash va rag'batlantirish.

**5-mavzu. Marketing tizimida narx siyosati. (2 soat)**

Tovarlarni guruhlari va turkumlari. Narx tushunchasi va mohiyati. Narx tadqiqoti. Narx va talab. Narxni shakllantirish. Narx va tovar siyosati

**6-mavzu. Marketing tizimida reklama siyosati. (2 soat)**

Marketingda reklama tushunchasi va uning ahamiyati. Reklamaning asosiy maqsadi va vazifalari. Reklama va reklama vositalari. Reklama turlari. Marketingda reklamani tayyorlash va rejalashtirish.

**11. Taqrizchilar:**

Botirov Baxtiyor Fayzullayevich – Maktab menajmenti kafedrası dotsenti.  
Asatulla Mustofoqulov Asrorovich – Jizzax politeknika instituti "Professional ta'lim" kafedrası dotsenti v.b.