

**ITALY**

**ONLINE  
CONFERENCE**



**"FORMATION OF PSYCHOLOGY  
AND PEDAGOGY AS  
INTERDISCIPLINARY SCIENCES"**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-ONLINE**

**CONFERENCE**

**WWW.INTERONCONF.ORG**

ISBN 978-955-3605-86-4

© Sp. z o. o. "CAN", 2024

© Authors, 2024

**FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES:** a collection scientific works of the International scientific conference (13 May 2024). Part 29 – 346p.

Chief editor: Candra zonyfar- PhD Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia  
Sunmoon University, South Korea.

Editorial board:

Tone Roald, PhD Associate Professor of Psychology University of Copenhagen

Elin Eriksen Ødegaard, Professor, Western Norway University of Applied Sciences

Mariane Hedegaard, Professor Emerita, Copenhagen University, Denmark

Magnus Englander, PhD Associate Professor of Psychology Malmö University, Sweden

Paul Sullivan, PhD University of Bradford Bradford, United Kingdom

Mathias TraczykSøren, PhD

Thiesen Amanda, PhD

Nybroe Rohde, PhD

Languages of publication: Italy, dansk, English, русский, беларуская, limba română, uzbek,

The compilation consists of scientific researches of scientists, post-graduate students and students who participated International Scientific Conference " FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES " .

Gli atti della conferenza sono raccomandati per scienziati e insegnanti negli istituti di istruzione superiore. Possono essere utilizzati nell'istruzione, compreso il processo di insegnamento post-laurea, la preparazione per l'ottenimento di diplomi di laurea e master. La revisione di tutti gli articoli è stata effettuata da esperti, i materiali sono protetti dal diritto d'autore degli autori. Gli autori sono responsabili dei contenuti, dei risultati delle ricerche e degli errori.



TABLE OF CONTENTS	
<b>Farxad Joldasov Bayrambaevich</b> <i>OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING INSON VA JAMIYAT HAYOTIDAGI TA’SIRI HAMDA AXBOROT XURUJLARI</i>	<b>9</b>
<b>Yoqubjonov Muslimbek Rustamjon o`g`li</b> <i>BOBURSHUNOSLIKNING NAMANGAN MAKTABI TADQIQI</i>	<b>16</b>
<b>Xalilov Nurullo Xamidillayevich</b> <b>Akbaraliyev Hikmatillo Axrorbek o`g`li</b> <i>CHET EL MALAKA OSHIRISH TIZIMLARINI MAHALLIY KORXONALARDA QO`LLASH</i>	<b>23</b>
<b>Сафина Нафиса Талгатовна</b> <b>Худойбердиева Шаходат</b> <i>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ</i>	<b>26</b>
<b>A.Zh.Juraev</b> <b>R.S.Esanov</b> <b>A.D. Matchanov</b> <i>SYNTHESIS OF ESTERS OF 3-ACETOXY-18<math>\beta</math>-H-GLYCYRRETIC ACID WITH AMINO ALCOHOLS</i>	<b>34</b>
<b>Boboradjabova Sevinch Bobomurod qizi</b> <b>М. Хамраева</b> <i>BUGUNGI KUN YOSH AVLOD KADRLARNING PEDAGOGIK BILIM VA KO`NIKMALARI BORASIDA</i>	<b>38</b>
<b>Аллаев Шеркул Ахмуратович</b> <i>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ЛЮДЕЙ СТРАДАЮЩИХ ЛИШНИМ ВЕСОМ.</i>	<b>42</b>
<b>Мамедов Марат Раимович</b> <i>ВЛИЯНИЕ ВРЕДНЫХ ПРИВЫЧЕК НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА, БОРЬБА С ВРЕДНЫМИ ПРИВЫЧКАМИ.</i>	<b>46</b>
<b>Xodjayeva Diyora Zuxriddinovna</b> <b>Ashuraliyeva Dilnozaxon Baxtiyorjon qizi</b> <b>To`ychiyeva Munisa Orziqul qizi</b> <i>QON BOSIMINI O`LCHASHNI FIZIK VA FIZIOLOGIK AHAMIYATI.</i>	<b>54</b>
<b>Intizorxon Tursunaliyeva Rohatali qizi</b> <i>EKOBOG` YARATISH VA UNING AHAMIYATI</i>	<b>58</b>
<b>Eshniyozova N.N</b> <b>Akbarjonov A.A</b> <b>Jo`rayev M.M</b> <i>YERYONG`OQ PO`STLOG`I ASOSIDA SORBENT OLISH.</i>	<b>62</b>
<b>Abdulazizov Dovudbek</b> <b>Ganijonova Gulirano</b> <i>GLOBALIZATION SPREAD OF THE ENGLISH LANGUAGE</i>	<b>66</b>
<b>Vahobjonova Guljahon</b>	<b>70</b>





<p><b>Nurmanova Aziza</b>  <b>Ilhomova Sarvinoz</b>  <b>O'rinboyeva Shaxrizoda</b>  <i>TURG'UNPO'LAT OBIDOVICH DAMINOVNING HAYOT YO'LI</i></p>	
<p><b>Allayarova Umida</b>  <i>21ST CENTURY MATHEMATICS</i></p>	<b>75</b>
<p><b>Zoirova Marhabo Yaxyo qizi</b>  <b>Abdujabborova Mavjuda Baxtiyor qizi</b>  <i>MAKTABGACHA TA'LIM YOSHIDAGI BOLALAR DIQQAT VA XOTIRASINI  RIVOJLANTIRISHGA PSIXOLOGIK YONDASHUV</i></p>	<b>77</b>
<p><b>Juraev Islombek</b>  <i>"LANGUAGE LEARNER DYNAMICS: UNDERSTANDING AND ADDRESSING INDIVIDUAL  DIFFERENCES IN EFL GROUPS"</i></p>	<b>82</b>
<p><b>Abdullayev Shohruh Ulug`bek o`g`li</b>  <i>QO'QON XONLIGINI O'RGANISHDA "TARIXIY TURKISTON" ASARI AHAMIYATI</i></p>	<b>86</b>
<p><b>Xalilov Nurullo Xamidillayevich</b>  <b>Qambarova Gulzira</b>  <i>SANOAT KORXONALARIDA SIFATNI BOSHQARISH TIZIMI SAMARADORLIGINI  BAHOLASH</i></p>	<b>91</b>
<p><b>Mirxoliyev Hayotjon Niyatqobul o`g`li</b>  <i>O'ZBEK TILSHUNOSLIGIDA BADIY MATNNING LINGVISTIK TADQIQI</i></p>	<b>95</b>
<p><b>Намозова Мафтуна Уткировна</b>  <i>ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ И МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ: УДОБСТВО ДЛЯ  КЛИЕНТОВ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЛЯ БАНКОВ.</i></p>	<b>99</b>
<p><b>Qurbonova Sarvinoz Abdurashidovna</b>  <i>THE USE OF STEREOTYPES IN UZBEK AND ENGLISH LANGUAGES</i></p>	<b>104</b>
<p><b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b>  <b>Baxodirova Sapura Muhammad Shokir qizi</b>  <b>Mirzayeva Nargiza Ibragimjonovna</b>  <i>GILAM TO'QISH SAN'ATI VA TARIXI</i></p>	<b>107</b>
<p><b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b>  <b>Rustamova Odina Mansurbek qizi</b>  <b>Xusanova Mohira Gayratbek qizi</b>  <i>O'ZBEK MILLIY DO'PPILARI</i></p>	<b>111</b>
<p><b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b>  <b>Yuldasheva Mayramxon Shaxobidinovna</b>  <b>Yaxshiboyeva Shirin Madatjon qizi</b>  <i>ASALARICHILIK TARIXI</i></p>	<b>115</b>
<p><b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b>  <b>Mirkomilova Zulfiya Mirzoxidjon qizi</b>  <b>Olimjonova Odina Dilshodbek qizi</b>  <i>MANZARALI BOG'DORCHILIK TARIXI</i></p>	<b>120</b>



<b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b> <b>Qodirova Nargiza Olimbek qizi</b> <b>Abduhalilova Munisa Xayitali qizi</b> <b>Mamasodiqova Gulasal Maxamadjon qizi</b> <i>ZARGARLIK</i>	<b>124</b>
<b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b> <b>Mamatqodirova Aygul Nuriddinovna</b> <b>Maxkamova Raximaxon Baxodirjon qizi</b> <i>TEXNOLOGIYA DARSLARIDA INTERFAOL USULLARNI QO'LLASH TEXNIKASI</i>	<b>128</b>
<b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b> <b>Obidjonova Xonzoda Orifjon qizi</b> <b>Qo'ldasheva Dildora Olimjon qizi</b> <i>O'ZBEK MILLIY HUNARMADCHILIGI</i>	<b>133</b>
<b>Mamajonova Guluzro Abdurashitovna</b> <b>Nasimova Gulchiroy Abduraxim qizi</b> <b>Kamoldinova Dilafruz Valijon qizi</b> <i>KULOLCHLIK</i>	<b>137</b>
<b>Azerbaeva Perizat Bayrambay qizi</b> <i>CLIMA TE CHANGE</i>	<b>142</b>
<b>Karimov Amir Andarmonovich</b> <i>TASHQI MUHITNI OG'IR METALLAR BILAN IFLOSLANISHIDA ODAM ORGANIZMIGA TA'SIRINI EKOLOGIK JIHATLARI</i>	<b>146</b>
<b>Обокулов Нурулло Насибуллаевич</b> <i>КУЛЬТУРА ДРЕВНЕЙ МЕСОПОТАМИИ В ИСТОРИИ МИРОВОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ</i>	<b>154</b>
<b>Giyazova N.B.</b> <b>Qudratov Sardorxon Azimxon o'g'li</b> <i>GLOBALLASHUV SHAROITIDA ENERGIYA RESURSLARIDAN OQILONA FOYDALANISH</i>	<b>167</b>
<b>Niyozova Iroda</b> <b>Muyitdinov Dilshod Zavqiddin o'g'li</b> <i>AGRAR SOHADA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH</i>	<b>172</b>
<b>Niyozova Iroda</b> <b>Qanbarov Alisher</b> <i>RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA IJTIMOY MEDIA MARKETINGINING AHAMIYATI VA AFZALLIKLARI</i>	<b>177</b>
<b>Usmanova A.B.</b> <b>Itolmasov Nodirbek Qahramon O'g'li</b> <i>SHAXSIY BREND VA MARKETINGNING IQTISODIYOTDAGI ZARURATI</i>	<b>183</b>
<b>A.J.Abdulloyev</b> <b>Qosimov A</b> <i>ISHLAB CHIQRISH KORXONALARINING SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING TADQIQOTLARIDAN FOYDALANISH</i>	<b>187</b>
<b>Burxonov S.</b>	<b>193</b>



<b>Ismoilov F. A</b> <i>TADBIRKORLIK SUB'YEKTLARINING IQTISODIYOTDAGI AHAMIYATI</i>	
<b>Nurova G</b> <b>Odilova Aziza Umid qizi</b> <i>O'ZBEKISTONDA BANK TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI</i>	<b>201</b>
<b>Turdiyeva Muqaddas Umarovna</b> <b>Qo'ldosheva Shahrizoda</b> <i>TA'LIM TIZIMI RAHBARINING FAOLIYATI VA BOSHQARISHDAGI INNOVATSION FAOLLIGI</i>	<b>205</b>
<b>Gafurova Sh.K.</b> <b>G'ulomjonov Nurmuhammad</b> <i>O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIDA XORIJIY INVESTITSİYALARNING O'RNI</i>	<b>210</b>
<b>Ниёзова Ирода</b> <b>Азимов Абдурахмон</b> <i>ИҚТИСОДИЙ ФАНЛАРНИ ЎҚИТИШ ЖАРАЁНИДА ТАНҚИДИЙ РИВОЖЛАНТИРУВЧИ СТРАТЕГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ВА УЛАРНИНГ ИМКОНИЯТЛАРИ</i>	<b>216</b>
<b>Giyazova N.B.</b> <b>Ibodullayeva Dildora</b> <i>YASHIL IQTISODIYOT VA UNING KELAJAKDAGI ISTIQBOLLARI</i>	<b>221</b>
<b>Choriyeva N.K.</b> <b>Mardonova Mohinabonu</b> <i>MAMLAKATIMIZ IQTISODIY O'SISHIDA SANOAT TARMOQLARINING HISSASI</i>	<b>226</b>
<b>Qayimova Z.A.</b> <b>Qurbonov Sunnat</b> <i>O'ZBEKISTON EKSPORTI VA IMPORTI - ASOSIY TOVARLAR VA HAMKOR DAVLATLAR</i>	<b>233</b>
<b>Abdullayeva H.N.</b> <b>Sharipova M. Z.</b> <i>O'ZBEKISTON IQTISODIYOTINING DOLZARB MUAMMOLARI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI</i>	<b>239</b>
<b>Bobomurodov Q.H.</b> <b>Axmatov Avazbek G'anisher o'g'li</b> <i>FYUCHERS SHARTNOMALARINING O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA TA'SIRI</i>	<b>247</b>
<b>Ilkhomjon Toirov</b> <i>MODERN INNOVATIVE DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF PHILOSOPHICAL KNOWLEDGE</i>	<b>257</b>
<b>Karimov Ulmasbek</b> <i>THE USE OF SOFTWARE TOOLS IN SOCIOLOGICAL RESEARCH</i>	<b>261</b>
<b>Хабибуллина М.М</b> <b>Ахмедова Ф.А</b> <i>ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ МАТЕМАТИКЕ В АКАДЕМИЧЕСКИХ ЛИЦЕЯХ</i>	<b>266</b>
<b>Aripov Zoirjon</b>	<b>269</b>



<i>THE ROLE OF INTERACTIVE TECHNIQUES IN ACHIEVING TRAINING EFFICIENCY</i>	
<b>Karimova Gulnoza</b> <i>SOCIOLOGICAL MONITORING SYSTEM IN SOCIOLOGICAL RESEARCH</i>	<b>273</b>
<b>Yuliyeva Mehriniso Bobonazarovna</b> <i>RAHBAR FAOLIYATINING BOSHQARUV JARAYONIDAGI IJTIMOY-PSIXOLOGIK VAZIFALARI</i>	<b>278</b>
<b>Xursandova Dilnoza Xudoyberdiyevna</b> <i>DESTRUKTIV SHAXS XUSUSIYATLARI VA OILADAGI MUHITGA MOSLASHUVI</i>	<b>284</b>
<b>Choriyeva Mahliyo Narzullayevna</b> <i>SINF RAHBARLARNING O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH JARAYONIDAGI PSIXOLOGIK VAZIFALARI</i>	<b>289</b>
<b>Ubaydullayev Muzaffar Shukurillo o'g'li.</b> <b>Aliyeva Gavharoy Abdumutalipovna</b> <i>VITAMINLAR VA VITAMIN YETISHMOVCHILIGIDA YUZAGA KELADIGON KASALLIKLAR</i>	<b>293</b>
<b>Асанов А.А.</b> <b>Исаева З.Т</b> <i>КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ: ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТОВ МИРА, ЛЮБВИ, СЕМЬИ, ДУШИ, ВРЕМЕНИ И ЖЕЛАНИЯ</i>	<b>299</b>
<b>Raxmonqulov Muhammadjon Xamroqulov</b> <b>A'zamova Gulshanoy Ismonali qizi</b> <i>TEXNOLOGIYA DARSLARI JARAYONIDA MUAMMOLI TA'LIM.</i>	<b>305</b>
<b>Hayitov Abdusodiq Donayevich</b> <b>Danayeva Zulhumor Abdusodiq qizi</b> <i>MATEMATIKA O'QITISH METODIKASI</i>	<b>311</b>
<b>Abdullayeva M.I</b> <b>Bahriyeva G.N.</b> <i>BOSHLANG'ICH TA'LIM TABIIY FANLARNI O'QITISHDA SINFDAN TASHQARI ISHLAR</i>	<b>315</b>
<b>Polvonov J.A</b> <i>XIVA XONLIGIDA MAHALLIY AMALDORLARNING VAZIFALARI VA FUQAROLARNI QABUL QILISH TARTIBLARI</i>	<b>322</b>
<b>Sodiq Qurbanov</b> <i>ALLOMA TAFTAZONIY HAYOTI VA IJODI</i>	<b>329</b>
<b>Gulomova Begoyim Elmurod qizi</b> <b>Lutfullayev Po'latxon</b> <i>METAPHORIC AND TRANSTALOGIC ANALYSIS OF 'ANIMAL FARM'</i>	<b>333</b>
<b>Feruza V. Azizova</b> <b>Alina M. Salikhova</b> <i>THE ROLE OF THE "GREEN REVOLUTION" IN SOLVING THE FOOD PROBLEM</i>	<b>338</b>
<b>Teshaboyeva Nafisa Zubaydulla qizi</b> <b>Mamatkulova Malikabonu Gani qizi</b> <i>FAMOUS SPORTSMEN OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN</i>	<b>344</b>



<b>B.S.Siddikov</b> <b>Sh.N. Mehmonaliyev</b> <i>BO'LAJAK O'QITUVCHILARDA MA'NAVYIY-AXLOQIY QADRIYATLAR TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDAGI ASOSIY OMILLAR.</i>	<b>347</b>
<b>Satlikova Mukhayyo Bakhtiyorovna</b> <i>MINOR LYRICAL GENRES IN UZBEK LITERATURE OF THE XV-XVI CENTURIES</i>	<b>351</b>
<b>Kurbanov Muzaffar Abdumutalibovich</b> <b>Mo'minova Matluba Akmalxon qizi</b> <i>NUTQ VA MULOQOT</i>	<b>354</b>
<b>Akramov Adahamjon Abarjon o'g'li</b> <i>TA'LIM MUASSASALARIDA O'QUVCHILARGA EKOLOGIK TA'LIM-TARBIYA BERISHNING PEDAGOGIK XUSUSIYATLARI.</i>	<b>357</b>
<b>Baytanov O'ralboy Miraqul o'g'li</b> <b>Ashirboyeva Munirabonu G'ulom qizi</b> <i>TOVAR MODDIY ZAHIRALAR HISOBI</i>	<b>364</b>
<b>Abduvaliyeva Olima Murodilla Qizi</b> <i>INGLIZ TILI SINFLARIDA OG'ZAKI NUTQNING AN'ANAVIY O'QITISH USULLARI</i>	<b>369</b>
<b>Холназаров Йигитали Ҳамидович</b> <i>ТОВЛАМАЧИЛИК УЧУН ЖИНОЙ ЖАВОБГАРЛИК</i>	<b>376</b>
<b>Неъматов Хусан Ибодуллаевич</b> <b>Рахматов Фармонбек Хусан ўғли</b> <i>АДСОРБЦИОННАЯ ОЧИСТКА ГАЗОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЖЕЛЕЗОМАНГАНЦЕВЫХ КОНКРЕЦИЙ ЖМК</i>	<b>380</b>
<b>Неъматов Хусан Ибодуллаевич</b> <b>Жабборов Нодирбек Холтўревич</b> <b>Ризаев Шердил Алишер ўғли</b> <i>СЛОЖНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЧИСТКИ ПРИРОДНЫХ ГАЗОВ АМИНАМИ</i>	<b>385</b>
<b>Бекмуродов Азамат Алишер ўғли</b> <b>Юлдашев Тошмирза Рахмонович</b> <b>Ризаев Шердил Алишер ўғли</b> <i>ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОЧИСТКИ ГАЗА ОТ КИСЛЫХ КОМПОНЕНТОВ</i>	<b>396</b>
<b>Akbarova Muxayyo Xusanovna</b> <b>Sodiqjonova Mashhura Voxidjon qizi</b> <i>GINKGO BILOBA - TABIAT DURDONASI</i>	<b>411</b>
<b>Akbarova Muxayyo Xusanovna</b> <b>Karimjonova Umidaxon Akmaljon qizi</b> <i>QOQIO'TDOSHLAR- ASTERACEAE L. OILASINING AYRIM DORIVOR VAKILLARI</i>	<b>414</b>





SHAXSIY BREND VA MARKETINGNING IQTISODIYOTDAGI  
ZARURATI

*Buxoro Davlat Universiteti*  
*Iqtisodiyot kafedrasi katta o'qituvchisi*

**Usmanova A.B.**

*Iqtisodiyot va Turizm fakulteti*  
*4-bosqich talabasi*

**Itolmasov Nodirbek Qahramon O'g'li**

*Annotatsiya: Ushbu maqolada hozirgi iqtisodiyotda shaxsiy brend va marketingning tutgan o'рни bayon etiladi.*

*Kalit so'zlar: shaxsiy brend, marketing, reklama.*

Hozirgi kunda tadbirkorlikni rivojlantirish muhim omil hisoblanadi. Bu yo'lda shaxsiy brend va marketing tadbirkorga kerak bo'ladigan jihat sanaladi. Bizning brend qancha ko'p ommani o'ziga jalb qilsa, shuncha bizning Tovar ham sotiladi. Reklama orqali biz nafaqat tovar, balkim o'z brendimizni ham tanitamiz. Iqtisodda zararsiz foyda olish ehtimoli kam hisoblanadi. Ya'ni, biz o'z brendimizni va tovarimizni reklama qilmasak, uning uchun alohida sarmoya ajratmasak, kutilgan foydaga ham erisha olmasligimiz mumkin. Buni bir ruchka yoki daftar misolida isbotlasam:

Biz ishlab chiqarayotgan xohlagan turdagi bir Tovar bo'lsin, uni bozorga olib chiqayotganda brendimiz tushurilgan ruchka, daftar, fleyer yoki shunga o'xshagan reklama omillari bilan chiqarsak, bir vaqtning o'zida ham tovar, ham brendimizni tanitgan bo'lamiz. Bu esa o'z navbatida, ishlab chiqarayotgan tovarimizning bozordagi “yakka hukmron”ligini ta'minlaydi. Masalan, “Coca Cola” brendi. O'zining noodatiy reklamalari bilan o'z tovarini jahon bozoriga kirgizgan. Shu turdagi boshqa tovarlar esa, har qanday harakat bilan ham “Coca Cola” ni sindira olmaydi. Yoki, yana bir misol: “Mercedes Benz” brendi o'z avtomobil chirog'ining sifatini ko'rsatish uchun shunday bir ish tutganki, sifat darajasiga hech kim ikkilanmagan. Unda chiroq orqasida turgan qora molning ichki suyagi ko'ringan edi. Shaxsiy brend nafaqat o'z tovaringizni, balkim, sizga raqobat qiluvchi tadbirkorga ham qo'l keladi. Bu narsa aslida sizga zarardek tuyulishi mumkin, lekin bu ham sizning yutuqingiz. Ya'ni, boshqa ishlab chiqaruvchi tadbirkorlar sizning logo va brendingizni ma'lum bir miqdorda o'zgartirib shaxsiy foyda olishadi. Muallif huquqi jihatdan ham bu narsa mumkin, chunki to'laqonli ravishda ko'chirmachilik bo'lmagan. Jahon bozorida



ham bu narsa juda ko'p uchraydi. Hozir shulardan eng mashhurlarini eslatib o'tmoqchiman. Mashhur “Adidas” brendining “Abibas”, “Avivas”, “Adadis”, “Abibos” kabi ko'chirma versiyalari mavjud. Logo qismi bir xil, faqat yozuvda farq bor. Brendni to'liq bilmagan iste'molchi “Adidas” kuchiga tayanib ushbu ko'chma tovarni xarid qiladi. Adidas foyda ko'rmasa ham, uning brend ta'sit kuchi yaqqol seziladi. Yoki, “Supreme” kompaniyasining “Spurme”, “Spurmen” kabi ko'rinishlari ham mavjud. Ushbu qatorda “Nike”, “Jordan”, “Coco&Chanel” va shunga o'xshash mashhur tovarlarning noasl ko'rinishlari ham dunyo bozorida mavjud.

BRANDfog agentligining tadqiqotining ma'lumotlariga ko'ra, odamlarning 77 foizi ijtimoiy tarmoqlar uning egasi tomonidan muvaffaqiyatli boshqariladigan kompaniyani afzal ko'radilar. Rambler & Co media xoldingi tomonidan o'tkazilgan so'rov shuni ko'rsatdiki: 46 foiz insonlar qiyofasi shaxsiy brendini tashkil etuvchi hatti-harakatlari va ishlari bilan belgilanadi, deb hisoblaydi.

Shaxsiy brend - shunchaki mashhurlik emas va u hatto Instagramdagi yuz minglab obunachilaringiz soniga ham teng emas. Qisqacha qilib aytganda, shaxsiy brend - bu ma'lum bir sohadagi mutaxassisning ommaviy qiyofasidir. Shaxsiy brend - bu “o'zini kashf etgan” odamning hammaga tanish ismi va kasbiy darajasi. Bizning agentlikda quyidagi tushuncha bor, shaxsiy brend - bu siz xonada chiqqaningizda odamlar siz haqingizda nima deyishalari.

Bundan tashqari shaxsiy brend - mehnat bozoridagi qo'shimcha qiymat hamdir. Agar sizning sohangizda yuqori raqobat mavjud bo'lsa, siz uchun shaxsiy brend zaruriyat sanalib, boshqaruvchilar uchun shaxsiy brendi korxonaga imidjining zarur elementiga aylanadi. Kuchli va yaxshi o'ylab yaratilgan shaxsiy brend, biznes loyihalarining raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshirishi mumkin. Shaxsiy brendni yaratish va targ'ib qilish bo'yicha barcha ishlarni quyidagi uchta asosiy bosqichga bo'lish mumkin: asosni tayyorlash, kontentni qadoqlash va targ'ibot qilish. Dastlabki ikki bosqich - bu shaxsiy brend egasi, qoidaga ko'ra, mustaqil ravishda qila oladigan ishlar, ammo rivojlanish sizga alohida mutaxassis kerak bo'ladi.

Shaxsiy brend quyidagi ikkita asosiy xususiyatdan iborat: obro' va qamrov. Obro' - bu sizning shaxsiy va professional fazilatlaringiz, kuchli va zaif tomonlaringiz haqidagi umumiy fikr. Biroq, obro'ning o'zi yetarli emas. Siz tor doiradagi hamkasblaringiz tomonidan tan olingan mutaxassis bo'lishingiz mumkin, ammo omma sizni tanimasligi mumkin.

Agar biz qamrov haqida gapiradigan bo'lsak, bu birinchi navbatda sizning ehtimoliy mijozingiz bo'lgan maqsadli auditoriya orasidagi



mashhurlikdir. Shaxsiy brend uchun Madonna yoki Ledi Gaga kabi ijtimoiy tarmoqlarda keng ommaboplik va mega qamrov zarur emas. Shaxsiy brendni samarali targ'ib qilish uchun obro'ning o'zi yetarli emas, qamrov haqida ham o'ylash kerak.

1. Shaxsiy brendning o'zagi - shaxsning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashdan boshlanadi.

O'ziga xos fazilatlar aniq bo'lar ekan, ularga tayangan holda shaxsiy brendni targ'ib qilish uchun qanday resurslarga ega ekanligini baholash mumkin. Xodimning o'ziga xos fazilatlarini anglash orqali kompaniyaning biznes maqsadlariga erishish jarayonini yengilashtiradi. Yuqoridagilarni inobatga olib kelgusi rivojlanish strategiyasi shakllantiriladi.

2. “Qadoq” ustida ishlaymiz - bu tashqi tomondan mutaxassisni tavsiflovchi hamma narsa. Masalan, kiyinish uslubi, tashqi ko'rinishi, xulq-atvori, muloqot uslubi va u bilan bog'liq brendning korporativ o'ziga xosligi. “Qadoqning” barcha elementlari mutaxassisning biznes maqsadlariga erishish uchun birgalikda ishlashi va shaxsiyatning mohiyatiga zid bo'lmasligi kerak.

3. Shaxsiy brendni targ'ib qilish - bu maqsadli auditoriyangiz bilan aloqa asosiy nuqtalar bo'lgan strategik rejadir. Birinchi navbatda, bu ommaviy axborot vositalarida nashrlar, tadbirlarda ekspert sifatida chiqishlar, shunchaki faol tarmoqqa ega bo'lgan tinglovchi sifatida qatnashish, maqsad esa ijtimoiy tarmoqlar va ekspert hamjamiyatlaridagi faollikdir.

Umumiy xulosa esa, rivojlanish uchun shaxsiy brend, shaxsiy yuz bo'lishi kerak, toki u yuz sizni boshqa raqobatchilaringizdan ajratib tursin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish choratadbirlari to'g'risida”gi PK-6079-sonli qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 3 avgustdagi “O'zbekiston Respublikasi milliy statistika tizimini yanada takomillashtirish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-4796-sonli qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyuldagi O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-3832-sonli qarori.

4. Dahlen, Micael. Marketing Communications: A Brand Narrative Approach. Chichester, West Sussex UK: John Wiley & Sons Ltd, 2010 — 36bet.

5. Nielsen. Digital advertising is rising in Canada, requiring more sophisticated measures of success. March 25, 2016.



6. Niyozovna, N. I. (2023). Ways to Increase the Competitiveness of Enterprises through Digital Marketing Strategies. *European journal of business startups and open society*, 3(12), 154-157.

7. Niyozova, I. (2024). Improving the use of marketing strategies of enterprises in social networks. *Центр научных публикаций (buxdu.uz)*, 45(45).

извлечено

от

[https://journal.buxdu.uz/index.php/journals\\_buxdu/article/view/11592](https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/11592)

8. “The 4 faces of digital marketing” American Marketing Association. August 22, 2019.

9. Сайфуллаева, М. (2022). Инновационные маркетинговые решения и их эффективность в определении ёмкости рынка строительной продукции. *Центр научных публикаций (buxdu. Uz)*, 25(25).

10. Sharapova N.R (2023). Yosh olimlar, doktorantlar va tadqiqotchilarning onlayn ilmiy forumi. *Tadbirkorlik faoliyatida raqamli marketing tadqiqotlarining zarurati*, 39-41. [tatuff-epai](https://doi.org/10.26907/2541-7746.2023.39-41).

11. Tairova, M. M., Kadirova, N. R., & Aminova, N. B. (2021). The Essence And Content Of Marketing In The Field Of Innovation. *Essence*, 5(2), 261-264.

12. Rasulovna, Q. N. (2024). TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETINGNING O'RNI VA AHAMIYATI. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 274-278.

13. Niyozova, I. (2024). IMPROVING THE USE OF MARKETING STRATEGIES OF ENTERPRISES IN SOCIAL NETWORKS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 45(45).

14. Abdullayeva, H. (2023). BIZNESDA INNOVATION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 43(43).

15. Bayazovna, G. N. (2020). Marketing communication strategy and its essence. *Вопросы науки и образования*, (1 (85)), 18-21.

16. Giyazova, N. B., & Zayniev, A. A. (2020). Types of marketing communications and their classification. In *International scientific review of the problems of economics, finance and management* (pp. 32-38).

17. Abdullaevna, Q. Z. (2024). Marketingda Narxlarning Shakllanishi: Narxlarni Shakllantirish Va O'zgartirish Usullari. *Miasto Przyszłości*, 47, 1050-1054.

18. Muhammedrisaevna, T. M. S. (2023). Global Marketing, Its Importance and Development Conditions. *EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY*, 3(12), 62-66.

