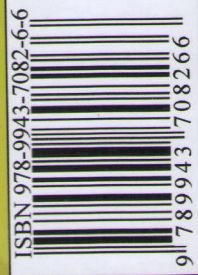
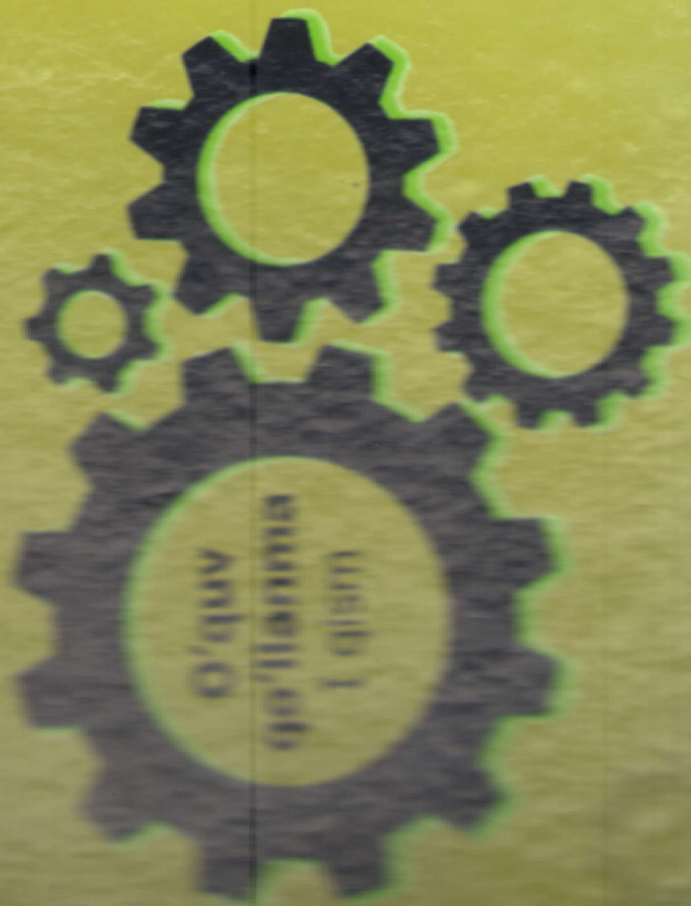


FARHVA M.M., ABDULLOEV A.J.,
CHAYZOVA N.B., BOHIOYEVA G.G.

BRENDNI BOSHQARISH



O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi

Buxoro davlat universiteti

**TAIROVA M.M., ABDULLOEV A.J.,
GIYAZOVA N.B., BOBOYEVA G.G.**

BRENDNI BOSHQARISH

O'quv qo'llanma
I qism

O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2021-yil 1-martdagi 110-sonli buyrug'iga asosan nashr etishga ruxsat berilgan.
Ro'yxatga olish raqami 110-318.

“Durdona” nashriyoti
Buxoro – 2021

УЎК 339.138(075.8)
65.290-2я7

В 91

Brendni boshqarish [Matn] : o'quv qo'llanma / Tairova M.M. [va boshq.]. -
Buxoro: OOO "Sadriddin Salim Buxoriy" Durdona nashriyoti, 2021. - 148 b.
КБК 65.290-2я7

O'quv qo'llanma mavjud namunaviy dastur asosida tuzilgan. O'quv qo'llanmada
brend tushunchasi va uning qadriyatlarini, o'ziga xosligi va brendni yaratish, brend
kapitali kabi ko'p o'lchovli tushuncha bilan bog'liq muammolar majmuasi tahlil
qilingan. O'quv qo'llanmasidan o'quv jarayonida aspirantlar, shuningdek bakalavriat
talabarlari "Tovarlarini boshqarish" mavzusidagi "Marketing" kursini o'zlashtirishda
foydalanishlari mumkin, shuningdek marketing sohasida ishlaydigan yoki ilmiy
izlanishlar olib boradiganlarning barchasi uchun foydali bo'lishi mumkin.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с действующей образцовой
программой. В учебном пособии раскрываются понятие бренда и его ценности,
идентичность и построение брендов, анализируется комплекс проблем, связанный
с таким многоаспектным понятием как капитал бренда. Учебное пособие может
быть использовано в учебном процессе студентами магистратуры, а также
студентам бакалавриата в освоении курса «Маркетинг» по теме «Управление
брендами», а также может быть полезно для всех тех, кто работает или ведёт
научные исследования в сфере маркетинга.

This textbook is organized on the basis of existing sample program. The tutorial
reveals the concept of a brand and its values, identity and brand building, analyzes a
set of problems associated with such a multidimensional concept as brand equity. The
study guide can be used in the educational process by graduate students, as well as
undergraduate students in mastering the course "Marketing" on the topic "Brand
Management", and can also be useful for all those who work or conduct scientific
research in the field of marketing.

Taqrizchilar:

Navro'zoda B.N. – BuxDU “Servis sohasi iqtisodiyoti” kafedراسi
professori, i.f.d.

Askarov N.N. – Qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat sohasi iqtisodiyoti
ITI ilmiy kotibi i.f.n., kat. i. x.

MUNDARIJA

Kirish	6
1-mavzu. “Brendni boshqarish” fanining predmeti, mazmuni va vazifalari. Brend haqida tushuncha va brendlarni tavsiflanishi.....	9
1.1. Brendingni asosiy tushuncha va ta'riflari	9
1.2. Brending vujudga kelishi va rivojlanishining tarixiy asoslari ..	12
1.3. "Brending" tushunchasining miqdoriy ko'rsatkichlari	14
1.4. Zamonaviy marketingda brend texnologiyalari	30
1.5. Milliy brend siyosati	32
1.6. Zamonaviy axborot – kommunikasiya texnologiyalari asosida mahsulotlar brendini rivojlantirish	35
2-mavzu. Brendni boshqarishda marketing tadqiqotlari	43
2.1. Marketing tadqiqotlari haqida tushuncha	43
2.2. Marketing tadqiqotlari bosqichlari	44
2.3. Marketing tadqiqotlari turlari	49
2.4. Marketing tadqiqotlarining afzalliklari va kamchiliklari	51
2.5. Tashkilotning imkoniyatlarini baholash	58
3-mavzu. Brendni tayyorlov bosqichi	68
3.1. Brendlashda iste'molchilarni psixografik va xulq-atvor segmentatsiyasi	68
3.2. Brendning bozorda joylashuvi	74
3.3. Mavjud brendni sozlash usullari	79
4-mavzu. Brendni loyihalashtirish bosqichlari. Brendingni tarkibiy qismlari	87
4.1. Tovar identifikatori tizimi: uning mohiyati, asosiy va kengaytirilgan identifikatori	87
4.2. Brend atributlari va ularning asosiy xususiyatlari	89
4.3. Brend nomi brendning eng muhim atributi (identifikatori) sifatida	94
4.4. Slogan (Shior) va uning rivojlanish bosqichlari	95
Mini keyslar	134
Glossariy	137
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati	146

ISBN 978-9943-7082-6-6

**TAIROVA M.M., ABDULLOEV A.J.,
GIYAZOVA N.B., BOBOYEVA G.G.**

BRENDNI BOSHQARISH

**O'quv qo'llanma
1-qism**

*Muharrir: A. Qalandarov
Texnik muharrir: G. Samiyeva
Musahhih: Sh. Qahhorov
Sahifalovchi: M. Ortiqova*

Nashriyot litsenziyasi AI № 178. 08.12.2010. Original-
maketdan bosishga ruxsat etildi: 12.04.2021. Bichimi 60x84.
Kegli 16 shponli. «Times New Roman» gam. Ofset bosma
usulida bosildi. Ofset bosma qog'oz. Bosma tobog'i 9,2. Adadi
100. Buyurtma №93.

“Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ
“Durdona” nashriyoti: Buxoro shahri Muhammad Iqbol ko'chasi, 11-uy.
Bahosi kelishilgan narxda.

“Sadriddin Salim Buxoriy” MCHJ bosmaxonasida chop etildi.
Buxoro shahri Muhammad Iqbol ko'chasi, 11-uy. Tel.: 0(365) 221-26-45