

GIYAZOVA N.B.

MARKETING KOMMUNIKATSIYASI

O'quv qo'llanma



**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

GIYAZOVA N.B.

**MARKETING
KOMMUNIKATSIYASI**

O'quv qo'llanma

**“Durdona” nashriyoti
Buxoro – 2022**

UO'K 339.138:005.57(075.8)

65.290-2ya73

G 54

Giyazova, N.B.

Marketing kommunikatsiyasi [Matn] : o'quv qo'llanma / N.B. Giyazova .-

Buxoro : "Sadriddin Salim Buxoriy" Durdona , 2023.-140 b.

KBK 65.290-2ya73

O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Davlat ta'lim standartlari talablaridan kelib chiqqan holda to'zilgan bo'lib, Oliy va O'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan oliy ta'limning 60412500 – Marketing «tarmoqlar va sohalar bo'yicha» bakalavriat yo'nalishi uchun tasdiqlangan namunaviy o'quv reja da ko'zda tutilgan «Marketing kommunikatsiyasi» o'quv fanining namunaviy dasturiga asosan tayyorlangan. Mazkur o'quv qo'llanmada «Marketing kommunikatsiyasi» fanining asosiy masalalari qisqa va tushunarli tilda bayon etilgan, o'zining mazmuni va mohiyati jihatidan hozirgi zamonning talabiga to'la'igicha javob beradi. Barcha keltirilgan ma'lumotlar talabalar, magistr'larga marketing kommunikatsiyasi nazariy jihatdan chuqurroq anglash imkonini beradi.

O'quv qo'llanma oliy o'quv yurtlarining iqtisodiyot yo'nalishida o'qiyotgan bakalavr, magistr'larga va mazkur fanni o'qitadigan professor-o'qituvchilariga mo'ljallangan.

Taqrizchilar:

i.f.n., dotsent A.Ch. Boboyev

i.f.f.d. (PhD) Z.S. Nurov

O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2022-yil 9-sentabrda 302-sonli buyrug'i bilan nashrga tavsiya etilgan. Qayd etish raqami 302-0797.

ISBN 978-9943-9099-2-2

Учебное пособие составлено на основании требований Государственных образовательных стандартов Республики Узбекистан и утверждено Министерством высшего и среднего специального образования по направлению 60412500 – Marketing «по отраслям и отраслям» высшего образования. на основе примерной программы учебного предмета «Маркетинговые коммуникации», приведенной в типовом учебном плане, утвержденном для бакалавриата. В данном учебном пособии кратко и понятно изложены основные вопросы науки «Маркетинговые коммуникации», и по своему содержанию и сути она полностью отвечает требованиям настоящего времени. Вся представленная информация позволяет студентам, магистрам имеет более глубокое теоретическое представление о маркетинговых коммуникациях.

Учебное пособие предназначено для бакалавров, магистров и преподавателей высших учебных заведений, изучающих экономику.

Ретцензенты:

к.е.н., дотсент

А.Ч. Бобоев

доктор философии по экономическим наукам (PhD) З.С. Нуров

The training manual was compiled on the basis of the requirements of the State Educational Standards of the Republic of O'zbekistan and approved by the Ministry of Higher and Secondary Specialized Education in the direction 60412500 - Marketing "by branches and sectors" of higher education. based on the exemplary program of the subject "Marketing Communications", given in the standard curriculum approved for undergraduate studies. This tutorial briefly and clearly outlines the main issues of the science of "Marketing Communications", and in its content and essence, it fully meets the requirements of the present. All the information presented allows students, masters to have a deeper theoretical understanding of marketing communications.

The textbook is intended for bachelors, masters and teachers of higher educational institutions studying economics.

Reviewers:

Sandidate of Economic Sciences, docent

A.Ch. Boboyev

Doctor of Philosophy in Economic Sciences (PhD)

Z.S. Nurov

Kirish	5
1 bob. Marketing kommunikatsiyasining nazariy asoslari	7
1.1. Marketing kommunikatsiyalari tushunchasi	7
1.2. Marketing kommunikatsiya majmuasini shakllantiruvchi omillar	12
1.3. Kommunikatsiya – ma'lumotlarni samarali almashinuvi	19
2.2. Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasini boshqarish strategiyalari	29
2.3. Marketingning kommunikatsiya konsepsiyasi tamoyillari	38
3-bob. Sotishni rag'batlantirish	45
3.1. Sotishni rag'batlantirishning mohiyati hamda maqsadi	45
3.2. Sotishni rag'batlantirish strategiyalari	51
3.3. Sotishni rag'batlantirish tadbirlari haqida xabardor qilish usullari	57
4-bob. Shaxsiy sotuv	60
4.1. Shaxsiy sotish mazmuni mohiyati va vazifalari	60
4.2. Ishbilarmonlik muloqoti uslubi	62
4.3. Shaxsiy sotishda telemarketingni ahamiyati	68
5-bob. Publik rileyshnz chora-tadbirlari	72
5.1. Publik rileyshnz tushunchasi, maqsadlari, vazifalari va funksiyalari	72
5.2. Jamoatchilik bilan aloqalarni tashkil etish va rejalashtirish	79
5.3. Publik rileyshnz tadbirlarini tashkil qilish	83
6-bob. Reklama-marketing kommunikatsiyasining asosiy elementi	92
6.1. Marketingningda reklamanning o'rni va roli	92
6.2. Reklamanning maqsad va vazifalari	96
6.3. Reklama vositalari va ularning qo'llanishi	100
Glossariy	108
Testlar	119
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati	133

KIRISH

Bozor munosabatlarining ravnaq topishida, erkin raqobat va aholi turmush farovonligini ta'minlashda marketing faoliyati muhim ahamiyat kasb etadi. Korxona va tashkilotlar zaminida marketing faoliyatini tashkil etish, avvalambor, marketing sohasidagi izlanishlarning mohiyatiga, mazmuniga va yo'nalishiga asoslanadi. Marketing tadqiqotlarining yalpi marketing faoliyatini tashkil etishda, uni boshqarishda, rejalashtirishda va nazorat etishda muhim ahamiyatga ega bo'lishi – zamonaviy marketing nazariyasining asosiy xususiyatlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda.

Bugungi kunda mamlakatimizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasida ichki iste'mol tovarlari bozorida milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bular haqida yurtboshimizning 2017 yil 7 fevraldagi Farmoni bilan tasdiqlangan 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasining uchinchi yo'nalishida milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha, "...prinsipial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o'zlashtirish, shu asosda ichki va tashqi bozorlarda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta'minlash"¹ bo'yicha ulkan vazifalar belgilangan. Bu vazifalardan kelib chiqqan holda, davlatimiz rahbari respublikamiz bo'yicha qaysi hududga bormasin, o'sha hududda milliy tovarlar ishlab chiqaradigan korxonalar tashkil etish, tovarlar raqobatbardoshligini oshirish zarurligini ta'kidlab o'tmoqda.

Zamonaviy marketing kommunikatsiyalar texnologiyalari mahsulot haqida to'plagan axborotlarni tezkor sur'atda etkazib kishilar sermehnatlik darajasini tejagan holda mavjud muammolarni hal etish uchun keng imkoniyatlar yaratilib bermoqda, shuning uchun ham, marketing kommunikatsiyalarini milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida samarali qo'llash mamlakatni texnologik va iqtisodiy jihatdan rivojlantirishni ifodalovchi ko'rsatkich bo'lib xizmat qilmoqda.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги "2017-2021 йиллардаги Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта ustuvor йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси" тўғрисидаги ПФ-4947-сонли Фармони. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й. www.lex.uz.

GIYAZOVA N.B.

**MARKETING
KOMMUNIKATSIYASI**

O'quv qo'llanma

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

Nashriyot litsenziyasi AI № 178. 08.12.2010. Original-maketdan bosishga ruxsat etildi: 23.01.2023. Bichimi 60x84. Kegli 16 shponli. «Times New Roman» garn. Ofset bosma usulida bosildi. Ofset bosma qog'oz. Bosma tobog'i 8,7. Adadi 100. Buyurtma №25.

“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

