

The background of the book cover features a collage of business-related images. At the top, there are silhouettes of people in business attire. Below them, a large red arrow points downwards. The bottom half of the cover shows a globe with several silhouettes of people standing around it, connected by white lines, suggesting a global network or communication system. The overall color scheme is dark with blue and red accents.

GIYAZOVA N.B., DO'STOVA A.Q.,  
QOSIMOVA H.J., ABDULLAYEVA H.N.

# MARKETING KOMMUNIKATSIYASI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

N.B. GIYAZOVA, A.Q. DO'STOVA,  
H.J. QOSIMOVA, H.N. ABDULLAYEVA

# MARKETING KOMMUNIKATSIYASI

O'quv qo'llanma  
2-qism



*O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va  
innovatsiyalar vazirligining 2023-yil 27-martdagi 68-sonli buyruq'i bilan  
nashrga tavsiya etilgan. Qayd etish raqami 68-785*

“KAMOLOT” nashriyoti  
BUXORO – 2024

UO'K: 339.138.336.02  
KBK: 65.291.34  
G 43

N.B.Giyazova, A.Q.Do'stova, H.J.Qosimova, H.N.Abdullayeva.  
Marketing kommunikatsiyasi II-qism. O'quv qo'llanma. / [Man]:  
o'quv qo'llanma / Buxoro : "BUXORO DETERMINANT"  
MCHJning Kamolot nashriyoti, 2024. - 188 b.

O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Davlat ta'lim  
standartlari talablaridan kelib chiqqan holda to'zigan bo'lib,  
O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi  
tomonidan oliy ta'limning 60412500 – Marketing «tarmoqlar va  
sohalar bo'yicha» bakalavriat yo'nalishi uchun tasdiqlangan  
namunaviy o'quv rejada ko'zda tutilgan «Marketing kommunikatsiyasi»  
siyasi» 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 zamoning talabiga  
to'laqicha javob beradi. Barcha keltirilgan ma'lumotlar talabalar,  
magistrlarga marketing kommunikatsiyasi nazariy jihatdan chuqurroq  
anglash imkonini beradi.

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

Taqrizchilar: i.f.n., dotsent A.Ch. Boboyev  
i.f.f.d. (PhD) Z.S. Nurov

ISBN 978-9910-734-73-1

© "KAMOLOT" nashriyoti  
© N.B.Giyazova  
© A.Q.Do'stova  
© H.J.Qosimova  
© H.N.Abdullayeva

## MUNDARIJA

KIRISH	5
<b>1-BOB. INTEGRATSIYALASHGAN MARKETING KOMMUNIKATSİYALARI</b>	<b>7</b>
1.1. Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyalari nima	7
1.2. IMKning vazifalari va maqsadlari	10
1.3. Integratsiyalashgan aloqalarni boshqarish xususiyatlari	13
1.4. IMKning ahamiyati	15
Nazorat va muhokama uchun savollar	19
<b>2-BOB. TO'G'RIDAN-TO'G'RI MARKETING VA KOMPYUTER TARMOQLARIDAGI MARKETING</b>	<b>21</b>
2.1. To'g'ridan-to'g'ri marketing tushunchasi	21
2.2. To'g'ridan-to'g'ri marketingda kommunikatsiya vositalari	35
2.3. To'g'ridan-to'g'ri sotish bo'yicha menejer shaxsining tavsifnomalari	44
2.4. Tarmoq marketingi	54
Nazorat va muhokama uchun savollar	58
<b>3-BOB. KOMMUNIKATSİYANING BOSHQA VOSITALARI</b>	<b>59</b>
3.1. Internet marketing	59
3.2. Globalizatsiya sharoitida internetni mulog'at sohasi	62
3.3. Merchendayzing	67
Nazorat va muhokama uchun savollar	70
<b>4-BOB. MARKETING KOMMUNIKATSİYASINI REJALASHTIRISH</b>	<b>71</b>
4.1. Kommunikatsiya vositalarini tanlash	71
4.2. Mediarajalashtirish	75
4.3. Kommunikasion ta'sir jadvali	82
Nazorat va muhokama uchun savollar	84
<b>5-BOB. BYUDJET VA MARKETING KOMMUNIKATSİYASINING SAMARADORLIGI</b>	<b>86</b>
5.1. Marketing kommunikatsiyalari byudjetiga ta'sir etuvchi omillar	86
5.2. Marketing kommunikatsiyalari byudjetini rejalashtirish usullari	89
5.3. Marketing kommunikatsiyalari samaradorligini baholash	97
Nazorat va muhokama uchun savollar	114

6-BOB.	BRENDNI ILGARI SURISHDA MARKETING KOMMUNIKATSİYALARINING ROLI.	115
6.1.	Brendlash va marketing kommunikatsiyalari nima	117
6.2.	Brend aloqa jarayoni	121
6.3.	Brend aloqalarining o'ziga xos xususiyatlari	131
	Nazorat va muhokama uchun savollar	132
	GLOSSARIY	163
	TESTLAR	183
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	

## KIRISH

Bozor sharoitida korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyati ko'p jihatdan marketing qarorlarining sifatiga, mohir va malakali marketing faoliyatiga bog'liq. Marketing kommunikatsiyalari - bu marketing munosabatlari subektlari uchun muhim bo'lgan ma'lumotlarni qidirish, tahlil qilish, yaratish va tarqatish bo'yicha faoliyat, vositalar va aniq harakatlar to'plami.

Marketing kommunikatsiyalari korxonaning ishlab chiqarish va sotish faoliyati tizimida alohida o'rin tutadi, chunki ular butun marketing kompleksining faol qismini tashkil qiladi.

Hozirgi vaqtda mahsulotning muvaffaqiyatli sotilishini ta'minlash uchun kompaniya nafaqat uning mukammal sifatini ta'minlash, unga eng past narxni belgilash yoki mahsulotni do'kon pesttaxtalariga eng yaxshi tarzda joylashtirishdan ko'ra ko'proq harakatlarni amalga oshirishi kerak. Kompaniya o'z mahsulotlarini asl, ma'lumotli va jozibali xabarlar bilan birga sotishi kerak, bu ularni ushbu mahsulotlar iste'molchilarning ehtiyojlari va istaklariga mos kelishiga ishonitradi. Shu munosabat bilan kommunikatsiya omilining roli oshadi va marketing kommunikatsiyalari vositalari printsiplal jihatdan yangi ma'noga ega bo'ladi: ular zamonaviy marketingning asosiy unsuriga aylanadi.

Ushbu o'quv qo'llanma mualliflari o'z vazifalarini mahalliy va jahon tajribasi asosida ishlab chiqqigan va ushbu bilimlarni mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish va sotishning har qanday sohasida qo'llash uchun mo'ljallangan marketing kommunikatsiyalarining nazariy jihatlarini taqdim etishda ko'rdilar. Shuningdek ushbu o'quv qo'llanma har bir mavzuni bilimlarni tekshirish va mustahkamlash imkonini beruvchi nazorat savollari va marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirish ko'nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan testlar bilan birga, asosiy tushunchalar va qoidalarni yanada chuqurroq tushunishga yordam beradi, xotirani o'rgatish va mantiqiy fikrlashni rivojlantirishga yordam beradi.

"Marketing kommunikatsiyasi" nomli o'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi Davlat ta'lim standartlari talablaridan kelib chiqqan holda tuzilgan bo'lib, Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi tomonidan oliy ta'limning 60412500 – Marketing «tarmoqlar va sohalar bo'yicha» bakalavriat yo'nalishi uchun tasdiqlangan

N.B. GIYAZOVA, A.Q. DO‘STOVA,  
H.J. QOSIMOVA, H.N. ABDULLAYEVA

# MARKETING

## KOMMUNIKATSIYASI

O‘quv qo‘llanma  
2-qism

Muharrir:	E.Eshov
Tex. muharrir:	D.Abduraxmonova
Musahih:	M.Shodiyeva
Badiiy rahbar:	M.Sattorov

Nashriyot litsenziyasi № 022853. 04.03.2022.

Original maketdan bosishga ruxsat etildi: 16.04.2024. Bichimi  
60x84. Kegli 16 shponli. “Times New Roman” garnitura 1/16.

Ofset bosma usulida. Ofset bosma qog‘oz.

Bosma tabog‘i 11,75. Adadi 100. Buyurtma № 323.



KAMOLOT

“BUXORO DETERMINANT” MCHJ  
bosmaxonasida chop etildi.  
Buxoro shahar Namozgoh ko‘chasi 24 uy  
Tel.: + 998 91 310 27 22



ISBN 978-991073473-1  
9 789910 734731