

-O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI

OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI



"TASDIQLAYMAN"

Buxoro davlat universiteti rektori

O.X. Xamidov

MERCHANDAYZING: TAHLIL VA NAZORAT

FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	200 000	Ijtimoiy fanlar, iqtisodiyot va huquq
Ta'lim sohasi:	230 000	Iqtisodiyot
Ta'lim yo'nalishi:	5230400	Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

Fan/modul kodi MTN2403		O'quv yili 2022-2023	Semestr 6	ECTS-Kreditlar 6
Fan/modul turi Tanlov		Ta'lim tili o'zbek	Haftadagi dars soatlari 8	
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Merchandayzing: tahlil va nazorat	72	108	180

I. Fanning mazmuni

Fanning maqsadi – hozirgi bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotini erkinlashtirish sharoitida xo'jalik faoliyatida marketingni tashkil etish hamda boshqarishni takomillashtirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish lozimligi to'g'risidagi ilmiy-amaliy malakalarini yanada oshirishdir.

Hozirgi davrda bozor munosabatlari takomillashtirib borgan sari bu jarayonni boshqarish muammosi ham keskinlashib bormoqda. Bunday sharoitda marketingning ahamiyati yanada ortadi. Chunki u xo'jalik faoliyatini rejalashtirish va boshqarishning bozor usuli hisoblanadi. Bozor sub'ektlari xo'jalik faoliyati raqobatga asoslangan holda tashkil qilinish ekan, u albatta ongli ravishda boshqarish jarayonini tashkil qilishni ham taqozo etadi. Marketingni boshqarish jarayoni quyidagi bo'g'inlardan iborat bo'ladi: marketingga kirish, korxonani boshqarish va korxona faoliyatidagi ijtimoiy sohalar marketingi.

Fanning vazifalari – xo'jalik faoliyat marketingni boshqarishning nazariy va amaliy asoslarini ko'rib chiqish; tashkilot, korxona va boshqa tashkilotlarda marketingni tashkil etish va boshqarishga doir mavjud amaliyotni tahlil qilish; korxona faoliyatida marketingni asosiy muammolarini va rivojlanish istiqbollari aniqlash; bozorda baho siyosatini boshqarish, tovarlarni taqsimlash kanallarini boshqarish, marketing strategiyalarini qo'llash jarayonini tadqiq qilish va marketing boshqarish tizimini yanada takomillashtirishning lozimligi to'g'risida fikr-mulohazalarni boyitishdan iborat.

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari) II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: Chakana savdo korxonasi – savdoning asosiy xo'jalik sub'ekti sifatida “Merchandayzing: tahlil va nazorat” fanining predmeti. “Merchandayzing: tahlil va nazorat” fanining vazifalari. Chakana savdo korxonasi – xo'jalik yuritishning asosiy bo'g'ini. Korxonaning iqtisodiy mustaqilligi, manfaatlari va ularni safarbar etish. Turli shakldagi korxonalar va ularning bozor munosabatlari sharoitida tutgan o'rni. Merchandising konsepsiyasining birinchi darajasi Chakana savdo tarmoqlarining turlari va ularning aholiga savdo xizmati ko'rsatishdagi roli. Chakana savdo tarmoqlarini ixtisoslashtirish. Chakana savdo tarmoqlarini tiplashtirish. Chakana savdo tarmoqlarini joylashtirish Chakana savdo korxonalari faoliyatining iqtisodiy asoslari va uni boshqarish mexanizmi. Magazin binolarining turlari va ularga qo'yiladigan asosiy talablar. Magazin binolarining asosiy xonalari tarkibi, ularning joylanishi va o'zaro aloqasi. Magazinlarning savdo zallarini texnologik planirovkasi. Magazinlarning umumtexnik qurilmalar xarakteristikasi. Magazin xonalari maydonini aniqlash. Magazin binolaridan foydalanish samaradorligining texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlari Chakana savdo korxonalarning oboroti va xizmatlari. Tovar oborotining mohiyati va turlari. Tovar oboroti va bozor kontyunkturnasi. Chakana savdo korxonalarning mol zahiralari va aylanish vaqti. Chakana savdo korxonalarini mol bilan ta'minlash. Chakana savdo korxonasining zararsiz ishlashi uchun zarur bo'lgan minimal tovar aylanmasi hajmini hisoblash Chakana savdo korxonalarning moddiy-texnika bazasi va asosiy fondlari. Chakana savdo korxonasining moddiy-texnika bazasi, uning savdo va xizmat ko'rsatishdagi ahamiyati. Chakana savdo korxonalarning asosiy fondlari va ularning qiymati. Chakana savdo korxonalari asosiy fondlardan foydalanish samaradorligi. Chakana savdo korxonalarning yalpi daromadi va narx siyosati. Chakana savdo korxonasining yalpi daromadi va uning manbalari. Narx va uning turlari. Chakana savdo korxonalarning savdo-so'iq, xizmat ko'rsatish va boshqa faoliyat turlaridan keladigan daromadlari. Umumiy ovgatlanish korxonalari daromadi Chakana savdo korxonalarda mehnatni tashkil etish va xodimlarga ish haqi to'lash.	
---	--

Chakana savdo korxonalari faoliyatiga ko'ra xodimlar tarkibini shakllantirish. Chakana savdo korxonalarining mehnat unumdorligi va samaradorligi, ularni oshirish imkoniyatlari. Chakana savdo korxonalarida mehnatni rag'batlantirish va uning ahamiyati. Chakana savdo korxonalari xodimlariga haq to'lash tizimi.

Chakana savdo korxonalari xarajatlari, foydasi va rentabelligi.

Xarajatlarning mohiyati va turkumlariga xarajatlarga ta'sir etuvchi omillar Chakana savdo korxonasining muomala xarajatlari tahlili. Muomala xarajatlari umumiy hajmi bo'yicha rejalashtirish. Chakana savdo korxonalarida foyda va rentabellikni oshirish imkoniyatlari.

Merchandayzing konsepsiyasining ikkinchi darajasi

Magazin binolarining turlari va ularga qo'yiladigan asosiy talablar. Magazin binolarining asosiy xonalari tarkibi va ularning joylanishi. Magazin xonalari maydonini aniqlash

Merchandayzing konsepsiyasining uchinchi darajasi.

Magazindagi savdo texnologik jarayonlarning tarkibiy qismlari. Tovarlarini sotishga tayyorlash. Tovarlarini savdo zaliga joylashtirish va sotishning ilg'or usullari. Tovarlarini magazindan tashqarida sotish usullari

Chakana savdo korxonalari faoliyatini rejalashtirish.

Chakana savdo korxonalarining strategik rejasi. Chakana savdo korxonalarining taktik rejasi. Biznes-reja va uning tuzilishi.

Chakana savdo korxonalari moliyasi

Chakana savdo korxonalarining tovar oboroti, xizmatlar, zahiralari va mol bilan ta'minlash rejalarini tuzish. Chakana savdo korxonalarining daromadi, harajati va foydasini rejalashtirish. Chakana savdo korxonasining moliya rejasini tuzish. Chakana savdo korxonalarining to'lovga qodirligini ta'minlash

Chakana savdo korxonalarining moddiy texnika bazasi va asosiy fondlari

Chakana savdo korxonalarining moddiy texnika bazasi va asosiy fondlari. Chakana savdo korxonalarining asosiy fondlari va ularning qiymati. Chakana savdo korxonalari asosiy fondlaridan foydalanish samaradorligi

Chakana savdo korxonalarini tovar bilan ta'minlashni tashkil etish

Chakana savdo korxonalarini tovar bilan ta'minlashga qo'yiladigan talablar. Chakana savdo tarmoqlarini tovar bilan ta'minlashning shakli va usullari. Tovarlarini chakana savdo tarmoqlariga makdazlashtirilgan usulda tashishning mohiyati va ahamiyati. Chakana savdo tarmoqlariga tovarlar yetkazib berishni tashkil etish

Chakana savdo korxonalari faoliyatining iqtisodiy ko'rsatkichlari va ularning samaradorligi

Chakana savdo korxonasi faoliyatini baholashda foydalaniladigan iqtisodiy ko'rsatkichlar. Daromadlar, xarajatlarning holati va korxona foydasi. Chakana savdo korxonalarini boshqarishda iqtisodiy usullardan keng foydalanish

Chakana savdo korxonalari rentabelligi va foydasi

Chakana savdo korxonalarining foyda va rentabelligi. Chakana savdo korxonalarida foyda va rentabellikni oshirish imkoniyatlari

III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

Chakana savdo korxonasi – savdoning asosiy xo'jalik sub'ekti sifatida

Merchandising konsepsiyasining birinchi darajasi

Chakana savdo korxonalari faoliyatining iqtisodiy asoslari va uni boshqarish mexanizmi.

Chakana savdo korxonalarining oboroti va xizmatlari.

Chakana savdo korxonalarining moddiy-texnika bazasi va asosiy fondlari.

Chakana savdo korxonalarining yalpi daromadi va narx siyosati.

Chakana savdo korxonalarida mehnatni tashkil etish va xodimlarga ish haqi to'lash

Chakana savdo korxonalari xarajatlari, foydasi va rentabelligi.

Merchandayzing konsepsiyasining ikkinchi darajasi

Merchandayzing konsepsiyasining uchinchi darajasi.

Chakana savdo korxonalari faoliyatini rejalashtirish.

Chakana savdo korxonalari moliyasi

Chakana savdo korxonalarining moddiy texnika bazasi va asosiy fondlari

Chakana savdo korxonalarini tovar bilan ta'minlashni tashkil etish

Chakana savdo korxonalari faoliyatining iqtisodiy ko'rsatkichlari va ularning samaradorligi

Chakana savdo korxonalari rentabelligi va foydasi

Amaliy mashg'ulotlarni tashkil etish bo'yicha kafedra professor-o'qituvchilari tomonidan ko'rsatma va tavsiyalar ishlab chiqiladi. Unda talabalar asosiy ma'ruza mavzulari bo'yicha olgan bilim va ko'nikmalarini amaliy masalalar echish orqali yanada boyitadi. Shuningdek, fanga doir turli darslik ham o'quv qo'llanmalar, targatma materiallardan foydalanish orqali talabalar bilimlarini oshirish, statistik ma'lumotlar asosida mavzular bo'yicha tahlillar olib borish, masalalar yechish va boshqalar tavsiya etiladi.

Laboratoriya ishlarini tashkil etish bo'yicha ko'rsatmalar

Fan bo'yicha laboratoriya ishlarini bajarish o'quv rejada ko'zda tutilmagan.

IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

	Tavsiya etilayotgan mustaqil ishlarning mavzulari: 1. Merchantisng tahlil va nazorat fanining maqsadi va vazifalari(4) 2. Merchendayzing konsepsiyasining birinchi darajasi(4) 3. Merchendayzing konsepsiyasining ikkinchi darajasi(4) 4. Chakana savdo korxonalarining moddiy-texnika bazasi va asosiy fondari(4) 5. Merchendayzing konsepsiyasining uchinchi darajasi(4) 6. Chakana savdo korxonalarini tovar bilan ta'minlashni tashkil etish(4) 7. Chakana savdo korxonalarining yalpi daromadi va narx siyosati(4) 8. Chakana savdo korxonalarida mehnatni tashkil etish va xodimlarga ish haqi to'lash(4) 9. Chakana savdo korxonalarini xarajatlari, foydasi va rentabelligi(4) 10. Chakana savdo korxonalarini moliyasi(4) 11. Chakana savdo korxonalarini faoliyatini rejalashtirish(4) 12. Chakana savdo korxonalarini faoliyatining iqtisodiy ko'rsatkichlari va ularning samaradorligi(4) 13. "Chakana savdo korxonalarini moliyasi va uning tashkil etilishi" 14. Xaridorlar bilan munosabatlarni o'rnatishni boshqarish(4) 15. Kuchli brendni shakllantirish va savdo markasini pozitsiyalashtirish(4) 16. Raqobatli harakatlarni boshqarish(4) 17. Tovar siyosatini boshqarish(4) 18. Xizmatlar ko'rsatish va servisini boshqarish(4) 19. Narx siyosatini boshqarish(4) 20. Taqsimot kanallarini boshqarish(4) 21. Ulguri va chakana savdoni boshqarish(4) 22. Integrallashgan marketing kommunikatsiyalarini yaratish va boshqarish(4) 23. Ommaviy kommunikatsiyalarni boshqarish: reklama, sotuvni rag'batlantirish, homiylik va jamoa bilan aloqa(4) 24. Shaxsiy kommunikatsiyalarni boshqarish: to'g'ridan-to'g'ri va interaktiv marketing, WOM marketing va shaxsiy sotuv(4) 25. Yangi tovar takliflarini ishlab chiqish va boshqarish(4) 26. Chakana savdo korxonalarida mehnatni tashkil etish va xodimlarga ish haqi to'lash tartibining tahlili(6 soat) V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar) Fanni o'zlashtirish natijasida talaba: -marketing faoliyatining zamonaviy yondashuvlari, shakl va usullarini o'rgatish;
--	---

	- tanqidiy fikrlash qobiliyatini ko'rsatish; - talabalarni marketing sohasidagi asosiy mahalliy va xorijiy ishlabmalar bilan tanishtirish, korxona va tashkilotlarda marketing faoliyatining ichki amaliyotining o'ziga xos xususiyatlarini o'rgatish; - marketingning jamiyadagi va iqtisodiy tizimdagi rolini tushunish; - korxonalar faoliyatida marketingning muhim o'rini tushuntirish; - marketing menejrlari tomonidan qo'llaniladigan marketing vositalari va usullari orqali qaror qabul qilishning turli sohalarida tasavvurlarni shakllantirish; - marketingning asosiy tamoyillari va terminologiyasini o'rganish; Ushbu kurs dastlabki bo'lgani uchun, asosiy termin va tushunchalarga e'tibor qaratiladi. Talabalarning shaxsiy va kasbiy rivojlanishi uchun marketingning ahamiyati qanchalik muhimligini ochib beriladi. VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • interfeol keys-stadilar; • seminarlar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar); • guruhlarda ishlash; • taqdimotlarni qilish; • individual loyihalar; • jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
4.	
5.	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 va joriy, o'tiq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha testni topshirish. Asosiy adabiyotlar: 1. Shaislamova M.R., Gafurova D.R. "Merchandayzing: tahlil va nazorat" fani bo'yicha o'quv-uslubiy ma'nua 2. Abdullaeva Sh. Bank menejmenti va marketingi. O'quv qo'llama/ Sh. Abdullaeva, M. Fayzullaeva, O. Galak, D. Abdipova. – T.: iqtisod-moliya, 2007. – 182 s. 1. Переврзев М. П., Шайдено Н. А., Басовский Д. Е. Менеджмент. - 2-е изд. переработанное. -М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. - 330 с. 2. Мескон М.Х. и др. Основы менеджмента.-М.: Вильямс, 2008.-
6.	

672 c.

3. Lawrence Mensah Akweley. Business administration for students and managers/Sotsis. – 2011

4. Robert C. Appleby. Modern business administration. Manual. – M.: Gandarika, 2009b.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Shaislamova M.R., Gafurova D.R. "Merchandizing: tahlil va nazorat" fani bo'yicha o'quv-uslubiy majmua.

2. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга, 5-е европейское изд. Учебник. -М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2013. - 752 с.

Internet saytlari:

1. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy sayti.

2. www.uza.uz – O'zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti.

3. www.ceeep.uz – O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi huzuridagi Samarali iqtisodiy siyosat markazi rasmiy sayti.

4. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali.

5. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

6. www.tradingeconomics.com – Iqtisodiy ko'rsatgichlar bazasi.

4. <https://smekni.com/a/248503/vvedenie-v-marketing/>

5. <https://studme.org/110930/marketing/vvedenie>

6. <https://studwood.ru/1852614/marketing/vvedenie>

7. Buxoro davlat universiteti tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan.

Fan/modul uchun mas'ul:

D.D.Djurayeva – BuxDU, "Marketing va menjment" kafedrasi o'quvchisi

Taqdirlashlar:

H.R.Hamroyev - BuxDU, "Juris va mexmonxona xo'jaligi" kafedrasi professori, i.f.n.

N.M.Zayavidinova – Buxoro muhandislik-tehnologiya instituti "Menjment" kafedrasi mudiri, i.f.n., dotsent. (turdosh

OTM)

Hamroyev