



INDIAN

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
ONLINE CONFERENCE

THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC
RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY



 2024 YEAR

INDIAN, NEW DELHI



ISOC
INTERNATIONAL
SCIENTIFIC
ONLINE
CONFERENCES



THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY

International scientific-online conference

Part 21

May 21st

COLLECTIONS OF SCIENTIFIC WORKS

NEW DELHI 2024



THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY: a collection scientific works of the International scientific online conference (21st May, 2024) -INDIA, New Delhi : "CESS", 2024. Part 21 - 296p.

Chief editor:

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

Editorial board:

Martha Merrill - PhD Kent State University, USA

David Pearce - ScD Washington, D.C., USA

Emma Sabzalieva - PhD Toronto, Canada

Languages of publication: русский, india, english, казахша, о'zbek, limba română, кыргыз тили, Հայերեն....

The collection consists of scientific research of scientists, graduate students and students who took part in the International Scientific online conference "THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY". Which took place in New Delhi on May 21, 2024.

Conference proceedings are recommended for scientists and teachers in higher education establishments. They can be used in education, including the process of post - graduate teaching, preparation for obtain bachelors' and masters' degrees. The review of all articles was accomplished by experts, materials are according to authors copyright. The authors are responsible for content, researches results and errors.

© "CESS", 2024

© Authors, 2024



<i>TABLE OF CONTENTS:</i>	
Azbergenova Munira <i>CITIZENS' RIGHTS AND FREEDOMS ARE THE MAIN GOAL OF REFORMS IN OUR COUNTRY</i>	8
Mamarajabova Sadoqat Dilmurod Qizi <i>WAYS OF DEVELOPING LISTENING SKILLS OF ENGLISH LEARNERS IN ESL AND EFL CLASSROOM</i>	11
Abdisoatov Jasurbek Rustam o'g'li Ibroximov Ibratjon Iqboljon o'g'li <i>DASTURIY TA'MINOTNI ISHLAB CHIQUISH JARAYONI</i>	14
Очилдиев Ҳасан Баходир ўғли Хушвақтов Асадбек Сайдулла ўғли <i>МОЛЕКУЛАР ФИЗИКАНИНГ ИНВАРИАНТ ВА ВАРИАТИВ КОМПОНЕНТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШГА ОИД МАТЕРИАЛЛАРНИ ТАНЛАШ ПРИНЦИПЛАРИ.</i>	17
Otaboyeva Nazokat Ismatovna Omonova Fazilat Naimovna Rahmatova Zebiniso Jo'rayev Farrux <i>QARSHI ABU ALI IBN SINO NOMIDAGI JAMOAT SALOMATLIGI TEXNIKUMI KATTA O'QITUVCHISI</i>	23
Bozorqulova Saboxon Raximqulova Sabo Mirzayeva Madina Mehmonova Marjona <i>EPILEPSIYA VA UNING ZAMONAVIY YECHIMI HAQIDA BILASIZMI?</i>	27
Keldiyeva Shahnoza Qirg'izov Husniddin Biloldinova Shohsanam <i>JADIDCHILIK HARAKATI, IJOD YO'LLARI VA JADIDLARNING HOZIRGI KUNDA TUTGAN O'RNI</i>	33
SH. Keldiyeva Qo'ldashova Nigoraxon Dadamirzayeva Xanifaxon No'monova Ismigul <i>O'ZBEKISTONNING O'ZIGA XOS TARAQQIYOT YO'LI</i>	40
D.A. Sunatova Z.B. Tursunova N.B. Sadikova <i>YUQORI TARTIBLI DIFFERENSIAL TENGLAMALAR MAVZUSINI O'QITISHDA PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH</i>	43
Sunatova Dilfuza Abatovna Rasulova Ra'no Nematullo qizi <i>MATEMATIK STATISTIKA ELEMENTLARI MAVZUSINI O'QITISHDA PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH</i>	47
Shokirova Oxistaxon Xusanboevna <i>IKKINCHI JAHON URUSHIDA O'ZBEK ASKARLARINING G'ALABAGA QO'SHGAN HISSASI</i>	50
Мўйдинжонов Хасанбой <i>"RAQAMLI TADBIRKORLIKNI BOSHQARISHDA INNOVATSIYALARNI LOYIHALASHTIRISH"</i>	54
Talipov M.A. Azlarov A.A. <i>O'ZBEKISTONDA TURIZMNING RIVOJLANISHIDA ESKI SHAHARNING O'RNI</i>	57
Nizomova Nargiza Aliyevna <i>DIALECT IS THE UNSEPERATABLE PORTION OF THE COUNTRY</i>	61
Ramazonova Madina Shavkatovna Tojmuratov Shuxratbek Dilmurodjon o'g'li Mirzayev Bekzod Toxirboy o'g'li Babajanov Jaloliddin Umidjon o'g'li <i>KONFIDENSIAL AXBOROTNING TASNIFI</i>	64
Ramazonova Madina Shavkatovna	70



Tojmuratov Shuxratbek Dilmurodjon o'g'li., Mirzayev Bekzod Toxirboy o'g'li Babajanov Jaloliddin Umidjon o'g'li <i>RISKNI DAVOLASH USULLARI</i>	
K. Abrorova <i>ILK BOLALIKDAGI O'SISH DAVRINING ASOSIY FIZIOLOGIK VA PSIXOLOGIK OMILLARI.</i>	80
Shahnozaxon Keldiyeva Azimova Oynoza Xomidillayeva Gulira'no Abdusalomova Irodaxon <i>MUSTAQILLIK YILLARIDAO'ZBEKISTONDA TA'LIM SOHASIDA OLIB BORILGAN ISLOHOTLAR</i>	83
Ergashboyeva Sarvinoz, Shavkatbekova Sevara <i>JADIDCHILIK HARAKATI NAMOYONDALARI VA ULARNING FAOLIYATI</i>	86
Хабибуллина М.М Ахмедова Ф.А <i>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ - КАК СПОСОБ ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ</i>	89
Malikova Go'zal Tursunpo'latovna <i>KOPIRAYTING – MATN YOZISH SAN'ATI</i>	92
Zarina Komilova <i>BRENDING VA UNING TARKIBI</i>	99
Sheraliyev Sarvarbek Jumali o'g'li Haydarova Ruxshona Jaxongirovna <i>BOLALAR PSIXOLOGYASI VA BOLALAR PSIXOLOGYASIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR VA INTERNET MULOQOT</i>	103
Baliyeva Moxira Xurrambekovna <i>MAKTABGACHA TA'LIMDA ELEMENTAR MATEMATIKA MASHG'ULOTLARIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING AFZALLIKLARI.</i>	107
Рўзметов Зокиржон Комилжон ўғли <i>ПРОФИЛАКТИКА И СПЕКТРОМНИНГ ФУҚАРОЛАРНИНГ ЎЗИНИ ЎЗИБ ОШҚАРИШ ОРГАНЛАРИ ВА ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ</i>	110
Khajieva Gulbahor Yusupboyevna <i>ELECTRICAL PHENOMENA IN PHYSICS</i>	116
Egamberdiyeva Shahnoza Akbar qizi <i>AQLI ZAIF BOLALAR TA'LIMI VA TARBIYASINING PEDAGOGIK- PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI</i>	120
Egamberdiyeva Shahnoza Akbar qizi Aralova Iroda Melikuzi qizi <i>NUTQ KAMCHILIGIGA EGA MAKTABGACHA YOSHDAGI BOLALARDA AGRAMATIZM</i>	123
Karimova Anora Baxtiyevovna Choriyev Rustam Alisher o'g'li <i>TOG' JINSLARI VA ULARNING TURLARI</i>	127
Achilova Komila Egamqulovna <i>KICHIK VA O'RTA KORXONALAR UCHUN MOLIVAVIY REJALASHTIRISHNING AHAMIYATI VA AMALIYOTI</i>	132
Irgasheva Sojida G'olib qizi <i>MUZEYLAR IJTIMOIV VAZIFALARINING MADANIY TARAQQIYOTDAGI O'RNI VA AHAMIYATI</i>	136
Mo'mindjanova N.A. <i>PROFESSIONAL TA'LIM O'QUVCHILARINING KASBIY EKSTREMAL KOMPETENSIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.</i>	140
Gafurova Mushtariy Gayratjon qizi <i>DIRECTIONS AND DENOMINATION OF ECOLINGUISTICS</i>	143
Odinaxon Raxmanovna Parpiyeva Mavluda Mamasodiqovna Najmetdinova Djalalova Nigora Xusanovna <i>TOZA SUV VA SANITARIYA</i>	147



O.U. Kuldashev S.A. Suvanov <i>SIMMENTAL ZOTIGA MANSUB SIGIRLARDA JINSIY ORGANLAR FUNKSIYALARINI STEMULLASH VA SINXRONLASH</i>	150
SH.M.Samandarova Ahmedova Nafisa <i>THE FUNCTION OF WORKING WITH TEMPLATES IS HOW TO FIX TEMPLATES AND SOLVE PROBLEMS RELATED TO THEM</i>	154
О.И. Истамова <i>НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ГРАММАТИКИ И КАТЕГОРИЯ ГРАММАТИКАЛИЗАЦИИ</i>	157
D. A. Nasreddinov Sh. Z. Xayrullayeva <i>AHOLI SALOMATLIGINI TA'MINLASHDA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARINI XAVFSIZLIGNI O'RNI</i>	174
Махлиё Усманова Хаджаев Джуракуль <i>ВЛИЯНИЕ ЗАСУХИ НА ВСХОЖЕСТЬ СЕМЯН СОПТОВ ТРИТИКАЛЕ</i>	179
Sultanova Zulxumor Raximovna <i>TERMINALLARNING TURLARI, ULARDAN TO'G'RI FOYDALANISH TARTIB QOIDALARI VA SO'NGI RUSUMLARI</i>	183
Xojjiyeva Muazzam Toxirovna <i>OILADA TARBIYANING O'RNI</i>	187
Maxmudova Sharofatoy Nabiyevna <i>BIOLOGIYA DARSLARIDA JADVALLAR BILAN ISHLASH</i>	191
Бобоев С.Ғ Мухаммадиева Ш Тошпулатова Г.К <i>УСТОЙЧИВОСТЬ СЕМЬИ И ЛИНИИ ПОЛУЧЕННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ МЕЖГЕНОМНОЙ ГИБРИДИЗАЦИИ К ВИЛТУ</i>	195
Boboqulova Shaxlo Ikromova Omina Raxmatova Fotima <i>ILK O'SMIRLIK VA O'SPIRINLIK DAVRI PSIXOLOGIYASI</i>	197
Bozorova Gulmira Abdumalik qizi Eshqobilova Mohira Ilhom qizi <i>KICHIK MAKTAB YOSHIDA BOLA SHAXSINING RIVOJLANISH XUSUSIYATI</i>	202
Xurramova Sabrina <i>ILK BOLALIK DAVRIDA BOLALARNING PSIXIK RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI</i>	208
Ulug'berdiyeva Marjona Anvar qizi, Shodmonova Sayrigul Rahmon qizi Shokirova Rayhona Sanjar qizi, <i>ILK O'SPIRINLIK DAVRI PSIXOLOGIYASI</i>	213
Abdumo'minov Shahzod Mustafayev Nurbek Bozorov Azim <i>YOSH DAVRLARI PSIXOLOGIYASINING BOLA QOBILYATINING NAMOYON BO'LISHIDAGI O'RNI</i>	218
Hamdamov Elbek Shodmonov Sardor Saxatova Marjona <i>TARBIYA PSIXOLOGIYASI</i>	222
Xudoyberdiyeva Nilufar Ibragimova Gulzoda <i>MAKTABGACHA YOSH DAVRIDA BILISH JARAYONLARI RIVOJLANISHIGA XOS XUSUSIYATLAR</i>	226
Xoliqov Sardor Soatovich Norsaidova Barno Akram qizi Mahmadiyorova Shahnoza Ibodulla qizi	230



<i>GO'DAKLIK VA ILK BOLALIK DAVRIDA PSIXIK RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI</i>	
Xudaynazarova Malika Qurbonova Zarnigor Ro`ziboyeva Nozanin <i>ILK O`SPIRINLIK DAVRINING PSIXIK XUSUSIYATLARI</i>	235
Berdiyeva Zulfiya Muxiddinovna Gulyamova Jasmina Rustamova Ruxshona <i>PEDAGOGIK TEXNOLOGIYANING MUSTAQIL FAN SIFATIDA SHAKLLANISHIGA DOIR AYRIM MULOHAZALAR</i>	241
Xidoyatov Murod Batirovich <i>OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETINGNI O'RNI VA AHAMIYATI</i>	246
Xidoyatov Murod Batirovich <i>OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETINGNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI</i>	250
Сайжанов Исмаил <i>АНАЛИЗ БЕЗОПАСНОСТИ СЕТЕВЫХ ПРОТОКОЛОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБОРУДОВАНИИ CISCO</i>	255
Vozorova Dilshoda Zukhriddin kizi, <i>STRUCTURAL - SEMANTIC STUDY OF SLANG UNITS</i>	261
Жанабаев Арысланбек <i>АНАЛИЗ УГРОЗ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ИССЛЕДУЕМОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ/ОРГАНИЗАЦИИ</i>	266
Akbarov Iskandar Toxirjon o'g'li <i>AVTOMOBIL SANOATIDA ISHLATILADIGAN POLIMER MATERIALLARNING XUSUSIYATLARI</i>	274
Мухаммадаминов Сарвар Ашурметова Нигора <i>ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА</i>	282
Mirzajonova Saboxon Abjalilovna Abduraxmonova Mohinur Abduraxmon qizi <i>GIPOKSIYA VA GIPOKSIYAGA MOSLASHUV MEXANIZMLARI</i>	288
M.Abdulakimov B.Akhmatokhunov <i>DEVELOPMENT OF A LOGISTIC METHOD IN THE PLACEMENT OF URBAN PASSENGER TRANSPORT ROUTES.</i>	292



BRENDING VA UNING TARKIBI

Zarina Komilova

Buxoro davlat universiteti

O'zbek tilshunosligi va jurnalistika kafedrası o'qituvchisi

z.z.komilova@buxdu.uz

Annotatsiya: Ushbu maqolada brendlarning yaratish jarayonlari tarkibilari, ularga nom qo'yishda e'tibor berish kerak bo'lgan jihatlar, tovarlarning tarkibidagi asosiy jihatlar, brend nomini yaratishdagi qoidalar, brendlarning tasniflari va turlari haqida ma'lumotlar berildi. Qoidalar misollar keltirish orqali izohlab o'tildi.

Kalit so'zlar: *branding, tovar, logotip, slogan, korporativ qahramon, firma belgisi va b.*

Amerika marketing assotsiatsiyasining ta'rifiga binoan "Brend (ingl. "Brand")-muayyan sotuvchi yoki sotuvchilar guruhi tovarlari va xizmatlarini ularning raqobatchilaridan ajratib turish maqsadida hosil qilingan nom, so'z, ifoda (ingl. brand name), belgi, ramz yoki dizaynerlik qarori, ularning kombinasiyasidir".

Kengroq va erkinroq ma'noda olib qaraganda brend tovar yoki xizmatni ularning barcha o'lchamlari, tavsiflar, foydalanuvchi tomonidan qabul qilinadigan va u tovarga nisbat beradigan tasavvurlar yig'indisi (tovar imiji, ingl. Brand image), shuningdek, brend egalari tomonidan iste'molchiga va'da qilingan biror ustunlik bilan birga o'z ichiga oladi. Shunday qilib, bunday tushunishda brend – tovarga iste'molchilar "yopishtiradigan" "tasavvurdagi yorliq" va unga uni yaratuvchilar kiritadigan mazmundir.

Brendning yuqorida aytib o'tilgan ikki tarkibi haqida gapirish mumkin. Bular: brend nomi (brand name) va brend imiji (brand image)dir. Keyingi vaqtda mutaxassislar ushbu tushunchaning boshqa tarkibiy qismlarini ham aytishmoqda. Masalan, brend-mif - kommunikator kompaniyaning korporativ afsonasi.

"Brend" terminining yuqorida keltirilgan sharhi shuni ko'rsatadiki, brendni asosiy tashkil qiluvchi uning egasining imiji hisoblanadi. Kompaniyaning imiji firma murakkab tavsiflari va unga nisbatan chetdan, ya'ni auditoriya munosabatining majmuidan iborat. Firmaning muvaffaqiyatli imiji asosida quyidagi tarkibiy qismlar yotadi:

- Axloqiy prinsiplar.
- Firmaning bosh vazifasi (missiyasi).
- Korporativ falsafa.
- Kompaniyaning uzoq muddatga mo'ljallangan maqsadlari.
- Xulq-atvor va tashqi ko'rinish andozalari.

Ko'rinib turibdiki, kompaniyaning imijini shakllantirish marketing usullari bilan emas, balki menejment vositalari bilan amalga oshiriladi.

Brendning muhim tashkil qiluvchilari sifatida kommunikatorning firma uslubini ham ko'rib chiqish mumkin. Lekin shuni yodda tutish kerakki, firma uslubi – firma imijining tashqi aks etishi, xolos. Uning asosiy vazifasi – brendni ko'zga ko'rinarli qilish va faqat ushbu firmaga xos qilishdir.



Ba'zi hollarda mutaxassislar mintaqaviy (mahalliy) brendlar, ya'ni mamlakatning muayyan hududida ommaviy bo'lgan belgilarni ham ajratib ko'rsatishadi. Brand name tariqasida brend egalari bo'lgan firma nomlari ham tovar belgilarining muayyan nomlari ham ishlatilishi mumkin. Ba'zi tovarlar markasi nomining mashhurligi ko'pincha ishlab chiqaruvchi firmalarning nominikidan kam emas.

“Brend”, “branding” tushunchalari ko'pincha “savdo markasi” kategoriyasi bilan uyg'un holda tasavvur qilinadi. Ayni paytda savdo markasi rasmiy-yuridik tushunchadir. Savdo markasining asosiy vazifasi – muayyan ishlab chiqaruvchi, sotuvchining mahsulotini identifikasiyalash, uning egasiga savdo markasidan foydalanishda yuridik ustunlik berish, uni noqonuniy raqobatga qarshi kurash vositasi sifatida qo'llashdir.

Firma uslubi quyidagi tarkibiy qismlardan iborat.

1. Tovar belgisi.
2. Firma shrift yozuvi (logotip).
3. Firma bloki.
4. Firma shiori (slogan).
5. Firma rangi (ranglari).
6. Firma shriftlarining to'plami.
7. Korporativ qahramon.
8. Doimiy kommunikant (firma qiyofasi).
9. Firmaning boshqa konstantlari.

Tovar belgilari ko'psonliligi va har xilligi bilan ajralib turadi. Tovar belgisining asosiy beshta turini ajratib ko'rsatishadi:

a) so'zli tovar belgisi. Yaxshi eslab qolinishi bilan tavsiflanadi. Standart yozilgan holda ham, o'ziga xos grafik ishlatilgan holda (logotip) ham ro'yxatga olinishi mumkin.

b) tasviriy tovar belgisi firmaning o'ziga xos rasmi, emblemasidir.

v) hajmli tovar belgisi – uch o'lchamda ro'yxatga olingan belgi.

g) tovushli tovar belgisi yaqin o'tmishda radiostansiyalar va telekompaniyalarga xos edi.

d) aralash tovar belgisi yuqorida keltirilgan barcha turlarni uyg'unlashtirishi mumkin.

Firma shriftli yozuvi (logotip) – firma, tovar guruhi nomi qisqartmasining o'ziga ishlanishidir. Qoida tariqasida logotip 4–7 harfdan iborat bo'ladi.

Firma bloki firma uslubi bir nechta elementlarining an'anaviy, ko'p qo'llanilayotgan uyg'unligidir. Ko'pincha bu tasviriy tovar belgisi, tovar emblemasi va logotipdir.

Firma shiori (slogan) har doim qo'llanib kelinadigan firmaning o'ziga xos chaqirig'idir. Ba'zi sloganlar tovar belgisi sifatida ro'yxatga olinadi. Slogan firma faoliyatining asosiy prinsiplarini o'z ichiga olishi mumkin.

Firma rangi ham, agar ushbu rang tovar belgisi sifatida tegishlicha ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa, huquqiy himoyaga ega bo'lishi mumkin. U oq-qora variantda ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa, u holda tovar belgisi har qanday rangda qayta ishlanganda himoyaga ega bo'ladi.

Firma shriftlarining to'plami marka qiyofasining turli xususiyatlarini ta'kidlashi, firma uslubini shakllantirishga o'z hissasini qo'shishi mumkin. Shrift “erkakcha” yoki “ayollarga



xos”, “yengil” yoki “og‘ir”, “nozik” yoki “qo‘pol”, “mustahkam”, “ishchan” tarzda qabul qilinishi mumkin.

Korporativ qahramon – shakllantirilayotgan firma nufuzining muhim qismidir. O‘z vakili, maqsadli auditoriyalar bilan aloqalardagi vositachisi (kommunikant)ning qiyofasini ishlab chiqara turib, kommunikator go‘yo o‘z qiyofasini shakllantiradi. Korporativ qahramon, shuningdek, iste‘molchining hayolij-ideal obrazini ham mujassamlashtirishi mumkin.

Doimiy kommunikant korporativ qahramondan farqli ravishda real shaxs hisoblanadi. Bu firma tomonidan uning adresatlari bilan aloqa qilish uchun tanlab olingan real shaxsdir. Bu tushunchaga berilgan «kompaniyaning yuzi», «brend-imij», «firma ikonasi» ta‘riflari keng tarqalgan.

Firmaning boshqa konstantlari. Ularning ro‘yxati doimiy ravishda kengayib bormoqda Jumladan bunday konstantlar sirasiga hozircha kam uchrayotgan firma bayrog‘i, firma madhiyasi, korporativ afsona va shu kabilarni kiritish mumkin.

Ta‘kidlash joiz, boshida nomoddiy hisoblangan branding sohibiga mablag‘ keltiradi yoki o‘zini o‘zi qoplay oladi. Brendning qiymati brend-tovar narxi farqi va analogik brend tovarlar narxlari o‘rtasidagi farqning, sotilayotgan miqdor ko‘paytmasiga qarab belgilanadi. Bundan tashqari ancha ommalashgan brendlarda promoushn uchun ham harajat kamroq bo‘ladi. Global branding jahonda sifat va mashhurligi bilan ajralib turadi. Shuning uchun taniqli jahon brendlari O‘zbekistonda u qadar qiyinchiliklarga duch kelishmadi. Chunki ular ko‘pgina davlatda o‘z nomlari va ovozlari ega bo‘lganliklari uchun bizning mamlakatda bayon qilib berishdi xolos. Raqobatchilar savdosini kamaytirish va o‘z savdosini ko‘paytirish imkoniyatlardan biri brend hisoblanadi. Mana shu sabab ham ko‘pgina yangi ishlab chiqaruvchilarga qiyinchilik tug‘diradi. Branding samaradorligini baholash qiyin. Bozorlarda to‘satdan shu brendga o‘xshash bo‘lgan mahsulotlar paydo bo‘lib qoladi. Bu bilan ular bor talabni, aynan aytilayotgan vaqtda yangrashning bir xilligi bilan tortib olishmoqchi bo‘lishadi. Ammo har doim yodda tutish zarurki, brend mahsulotga berilayotgan xarakteristikaga mos tushishi darkor. Agar mahsulot sifati va unga taaluqli xizmatlar yomonlashsa, u holda brend salbiy tasavvurga sabab bo‘ladi. Bunday holatga tushib qolgan brendni esa iqtisodiy tomondan qayta tiklash nihoyatda mushkuldir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. qizi Komilova Z. Z. INTERNET TILI VA USLUBI //Educational Research in Universal Sciences. – 2023. – T. 2. – №. 10. – C. 216-221.
2. Komilova Z. Z. Q. JAMIYAT TARAQQIYOTIDA AXBOROTLASHGANLIK AHAMIYATI //Scientific progress. – 2023. – T. 4. – №. 3. – C. 87-91.
3. Komilova Z. MAIN FEATURES OF JOURNALISTIC TEXT //Евразийский журнал социальных наук, философии и культуры. – 2023. – Т. 3. – №. 9. – С. 7-8.
4. Toirova, Guli, et al. "Corpus Linguistics: Study of Folk Parem with The Participation of Zoonyms."



5. Guzal Malikova. (2023). Easy and Convenient Presentation of Information Modern Method. Eurasian Journal of Media and Communications, 19, 1–6. Retrieved from
6. Go'zal, Malikova, and Sharofiddinova Mahtob. "IJTIMOIY TARMOQLAR TILI VA USLUBI." Innovations in Technology and Science Education 2.10 (2023): 152-9. Zarina Komilova. "Jamiyat taraqqiyotida axborotlashganlik ahamiyati" Scientific Progress. 2023.
7. Socio-Political and Economic Efficiency of E-Government Zarina Komilova Zafar qizi International Journal of Culture and Modernity ISSN 2697-2131, Volume
8. Malikova Go'zal. (2023). KUZATUV — JURNALISTIKANING AN'ANAVIY USULI SIFATIDA. Innovations in Technology and Science Education, 2(15), 76–80. Retrieved from <https://humoscience.com/index.php/itse/article/view/1899>
9. <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/branding>
10. <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-branding/>
11. <https://cyberleninka.ru/article/n/branding-osobennosti-ispolzovaniya>