

---

# DEVELOPMENT SCENARIOS AND ALTERNATIVES IN THE MODERN SOCIETY

## International Conference

January 20, 2023, New York, USA



**International Conference**

**DEVELOPMENT SCENARIOS AND ALTERNATIVES  
IN THE MODERN SOCIETY**

---

*January 20, 2023, New York, USA*

*Conference Proceedings*

**B&M Publishing  
San Francisco, California, USA**

International Conference  
DEVELOPMENT SCENARIOS AND ALTERNATIVES IN THE MODERN SOCIETY •  
January 20, 2023

SEMANTICS OF ENGLISH APHORISMS	69
<i>Abulova Zilola Azimovna</i>	
ANALYSIS OF LEXICAL GRADUONYMY IN UZBEK AND ENGLISH	72
<i>Nematova Mohibegim Fazliddinovna</i>	
FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF STUDENTS OF MILITARY EDUCATION	74
<i>Hikmatov Anvar Izzatullaevich</i>	
DIDACTIC TASKS SOLVED WITH THE HELP OF MOBILE TECHNOLOGIES	76
<i>Ismoilova Makhsuma Narzikulovna</i>	
INTERDISCIPLINARY INTEGRATION IN MATHEMATICS LESSONS	79
<i>Khalilova Nilufar Tolibovna</i>	
LMS TIZIMLARI TAMOYILLARI	82
<i>Imomova Shafolat Mahmudovna</i> <i>Qosimova Yulduz Anvar qizi</i>	
BULUTLI XIZMAT KO'RSATISH PLATFORMALARI	85
<i>Namozova Nigina Shermat qizi</i> <i>Isomiddinov Bekzod Ozodjon o'g'li</i>	
BULUTLI HISOBLASHLAR VA BULUTLI XIZMAT KO'RSATISH PLATFORMALARINING TARIXIY JIHATLARI	88
<i>Qobilov Komil Hamidovich</i> <i>Muxsinova Mehriniso Shavkatovna</i>	
SOCIAL MEDIA MARKETING -INTERNET MARKETING VOSITASI	91
<i>Sadikova Firuza Safarovna</i> <i>Muxsinova Mehriniso Shavkatovna</i>	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR YORDAMIDA INNOVATSION RAQAMLI MAKTAB MODELI TASHKIL ETISH IMKONIYATLARI	94
<i>Turdiyeva Gavhar Saidovna</i> <i>Shoyimova Maftuna Sadreddinovna</i>	
CONTRASTIVE ANALYSIS OF LEXICAL MEANINGS OF WORDS	96
<i>Niyozova Shoirra Toirovna</i>	
THE ROLE OF ART LITERATURE IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES	98
<i>Baxronova Zulfiya Ravshanovna</i>	

## SOCIAL MEDIA MARKETING -INTERNET MARKETING VOSITASI

*Sodikova Firuza Safarovna*

\*Buxoro davlat universiteti Amaliy matematika va dasturlash texnologiyalari kafedrası o'qituvchisi (Buxoro, O'zbekiston).

*Muxsinova Mehriniso Shavkatovna*

\*\*Buxoro davlat universiteti Amaliy matematika (sohalar bo'yicha) mutaxassisligi magistri (Buxoro, O'zbekiston).

### *Abstract*

Maqolada SMM (Ижтимоий медиа маркетинг тушунчаси) va uning tamoyillari va vazifalari haqida ma'lumot berilgan.

*Key words:* Social Media Marketing, internet, ijtimoiy tarmoq, identifikatsiya, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Вконтакте, Одноклассники, «Мой мир», LinkedIn-Biznes.

doi: [http://doi.org/10.15350/L\\_2023\\_02/12](http://doi.org/10.15350/L_2023_02/12)

---

**Social Media Marketing** (Ijtimoiy tarmoqlarda marketing) mahsulotlar, tovarlar va xizmatlarni ijtimoiy tarmoqlarda tanitish, uni yurgizish. Social Media Marketing bevosita har xil jamoalar, jamiyatlar, foydalanuvchilar guruhlar bilan ishlash ham hisoblanadi. SMM hozirda nafaqat katta kompaniyalar, o'z bozorlari faollari, balkim, o'rta va kichik biznes vakillari ham keng miqyosida foydalanishmoqda. Uning yordamida ular, o'z mijozlari bilan qayta aloqani yo'lga qo'yishmoqda.

SMM (Social Media Marketing) — Internet marketing vositalaridan biri. SMM ning maqsadi - ijtimoiy tarmoqlardan mijozlarni jalb qilish. Marketing Sherpa statistikasi bo'yicha 18 dan 34 yoshgacha bo'lgan 95% insonlar o'zlari qiziqqan brendlarni aynan ijtimoiy tarmoqlar orqali kuzatadilar.

Hozirga axborot asrida esa oliy ta'lim muassasalari talabalari misolida qaraydigan bo'lsak, ular SMM ga katta qiziqish bilan qaraydilar, jumladan kontent yaratish, mobil ilova va o'yinlar yaratadilar va tarmoq bo'ylab tarqatadilar.

Ijtimoiy tarmoq - ijtimoiy grafikalar tomonidan tasvirlangan ijtimoiy munosabatlarni qurish, aks ettirish va tashkil etish uchun mo'ljallangan platforma, onlayn xizmat yoki web-sayt. Axborot texnologiyalari sohasidagi "ijtimoiy tarmoq" atamasi interaktiv foydalanuvchi web-saytiga tegishli bo'lib, uning mazmunini tarmoq a'zolarining o'zlari to'ldiradilar. Bu ta'rif sotsiologiyada qo'llanilganidan farq qilib, "ijtimoiy tarmoq" atamasi odatda ijtimoiy ob'ektlar bo'lgan tugunlar guruhidan iborat ijtimoiy struktura va ular o'rtasidagi bog'lanishlar tushuniladi. Sayt bir guruh foydalanuvchilarga umumiy qiziqish bilan birlashtirilgan muloqot qilish imkonini beruvchi avtomatlashtirilgan ijtimoiy muhitdir.

Ijtimoiy tarmoqning asosiy tamoyillari: 1) identifikatsiya-o'zingiz haqida ma'lumot belgilash qobiliyati (umum o'rta ta'lim, institut va universitet, tug'ilgan sana, sevimli mashg'ulotlar, kitoblar, filmlar, ko'nikmalar va boshqalar.); 2) saytda mavjudligi-saytda kim borligini ko'rish va boshqa ishtirokchilar bilan muloqotga kirishish qobiliyati; 3) munosabatlar-ikki foydalanuvchi (do'stlar, oila a'zolari va boshqalar) o'rtasidagi munosabatni tasvirlash qobiliyati; 4) aloqa-boshqa tarmoq a'zolari bilan muloqot qilish qobiliyati

(shaxsiy xabarlarini yuborish, materiallarni sharhlash); 5) guruhlar-ijtimoiy tarmoq ichida qiziqish jamoalarini shakllantirish qobiliyati; 6) reputatsiya (obro') - boshqa ishtirokchining maqomini aniqlash, ularning ijtimoiy tarmoq ichidagi xatti-harakatlarini kuzatish qobiliyati; 7) almashish-muhim materiallar (rasmlar, hujjatlar, havolalar, taqdimotlar va boshqalar) bilan bo'lishish imkoniyati.) boshqa ishtirokchilar bilan.

Zamonaviy dunyoda o'qituvchilardan o'z fanini o'qitishda ijtimoiy tarmoqlar imkoniyatlaridan foydalanish talab etiladi.

Foydalanuvchilar va talabalar foydalanadigan ijtimoiy tarmoqlar ro'yxatini ko'rib chiqamiz: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Вконтакте, Одноклассники, «Мой мир», LinkedIn-Biznes va professional ijtimoiy tarmoq, Pinterest-Tasvirlarni nashr qilish va almashish uchun platforma, Discord- Geymerlarning muloqot qilishi uchun platforma, Reddit-Yangiliklarga e'tibor qaratilgan ijtimoiy tarmoq, SoundCloud-Musiqachilar va Didjeylar uchun.

Quyida eng ommabop ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilarining oylik sonini ko'rish-ingiz mumkin.

Eng mashhur ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari oylik soni

Ijtimoiy tarmoq	Faol foydalanuvchilar
Facebook	2.45 milliard
Youtube	2 milliard
Instagram	1 milliarddan ortiq
TikTok	800 million
Twitter	340 million
Pinterest	322 million

Ijtimoiy media marketing katta auditoriyaga erishish uchun eng oson yo'lidir. Hozirgi kunda dunyo aholisining yarmi, 3,8 mlrd. kishi ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadi. Bundan tashqari, bu raqam doimiy ravishda o'sib bormoqda. Shuning uchun, ijtimoiy platformalar maqsadli auditoriyani jalb qilishi va uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish uchun katta imkoniyatlar yaratadi.



#### **Mashhur ijtimoiy tarmoqlar.**

SMMning asosiy maqsadi - biznes bo'lib, ko'proq pul olib qirishdir. Ta'lim uchun esa SMMdan maqsadli foydalanishdir. Bu maqsadga turli yo'llar bilan erishadilar: Ijtimoiy media auditoriya orasida manfaatdor foydalanuvchilar uchun qidiruv; Bir jamoa yaratish; Muallif ishtirokisiz tarmoqlar bo'yicha tarqatiladigan kontentni nashr qilish. E'tiborni jalb qilish uchun foydali maqola va videolarni baham ko'rish.

#### *References*

- [1] Фещенко А.В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития // Открытое и дистанционное образование. 2011. № С. 44-50.

