

Top-300

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV TA‘LIM FAN, VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**TOSHKENT TO‘QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT  
INSTITUTI**

**“TASDIQLAYMAN”**



(OTM rektori)

«28» 08 2025 yil

**REKLAMA VA DIZAYN  
FANINING O‘QUV DASTURI**

Bilim sohasi: 200 000 - San‘at va gumanitar fanlar

Ta‘lim sohasi: 210 000 - San‘at

Ta‘lim yo‘nalishi: 60210400 –Dizayn (poyabzal va aksessuarlar dizayni)

**Toshkent – 2025**

<b>Fan/modul kodi</b> RD2505		<b>Semestr</b> 5	<b>ECTS-kreditlar</b> 5	
<b>Fan/modul turi</b> tanlov		<b>Ta'lim tili</b> O'zbek, Rus		<b>Haftadagi dars soatlari</b> 4
1.	<b>Fanning nomi</b>	<b>Auditoriya mashg'ulotlari (soat)</b>	<b>Mustaqil ta'lim (soat)</b>	<b>Jami yuklama (soat)</b>
	<b>Reklama va dizayn</b>	60	90	150
2.	<p><b>I. Fanning mazmuni:</b>  Reklama va dizayn fanining maqsadi charm buyumlarini ishlab chiqarish korxonalarida zamonaviy reklama vositalardan to'liq va unumli foydalanish masalalarini yechish uslublariga o'rgatishdir.– Talabalarni reklama texnologiyalari va reklamada dizayn nazariyasi va amaliyoti asoslari bilan tanishtirish. Kursni o'zlashtirish reklama strategiyasini ishlab chiqishda, reklama va axborot materiallarini yaratishda, reklama kampaniyasini tashkil etish va o'tkazishda, reklama faoliyatining huquqiy masalalarini hal etishda olingan bilim, ko'nikma va malakalardan foydalanishni o'z ichiga oladi.</p> <p><b>Fanning vazifasi</b> - uni o'rganuvchilarga:  talabalarda "Reklama va dizayn" fanidan hal qilinadigan vazifalarning mazmuni va xususiyatlari haqida umumiy tasavvur hosil qilish;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zamonaviy bozor reklama beruvchilarga qo'yayotgan talablar bilan tanishtirish;</li> <li>- reklama biznes jarayoni va bu jarayonning asosiy bosqichlari haqida tushuncha berish</li> </ul> <p><b>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari):</b>  <b>Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi</b></p> <p><b>1-mavzu Fanining mazmuni, predmeti va metodi.</b>  -zamonaviy reklamanning predmeti va mohiyati, vazifalari va funksiyalari, marketing kommunikatsiyalari tizimidagi o'rni;  -reklama dizaynining evolyutsiyasi.</p> <p><b>2-mavzu Marketing kommunikatsiya texnologiyalari.</b>  -reklama tasnifi: to'g'ridan-to'g'ri reklama, jamoatchilik bilan</p>			

aloqalar, savdoni rag'batlantirish, to'g'ridan-to'g'ri marketing, onlayn reklama, ko'rgazma faoliyati, mahsulotni joylashtirish, branding;

-reklama turlarini reklama ob'ektiga, reklama yo'nalishiga, reklama xabarining xarakteriga, maqsadli auditoriyaga ta'sir qilish usuliga, qamrab olingan bozor segmentiga, moliyalashtirish manbasiga va boshqalarga qarab tasniflash.

### **3-mavzu Reklama aloqasi ishtirokchilari.**

-"Reklama kampaniyasi" atamasining ta'rif;

-reklama kampaniyasi rejasining asosiy bosqichlari;

-reklama aloqasining asosiy ishtirokchilari: reklama beruvchilar, reklama vositachilari, reklama ma'lumotlarini tarqatish vositalari, reklama iste'molchilari;

-reklama kommunikatsiyasining ikkilamchi ishtirokchilari: tadqiqot, marketing, konsalting tashkilotlari, ishlab chiqarish tuzilmalari va boshqalar;

-reklama kampaniyasi uchun maqsadlarni belgilash. Reklama maqsadlarining turlari. Iste'molchi auditoriyasini segmentatsiyalash belgilari.

### **4-mavzu Reklama turlari.**

-brend reklamasi.

-savdo va chakana savdo;

-korporativ.

### **5-mavzu Reklama vositalari.**

-reklama vositalari;

-matbuotdagi reklama;

-audiovizual reklama vositalari;

-to'g'ridan-to'g'ri pochta orqali reklama;

-tashqi reklama. Televizion reklama va radio reklama.

### **6-mavzu Internetda reklama.**

-onlayn reklamaning o'ziga xos xususiyatlari;

-ijtimoiy tarmoqlarda samarali reklamaning xususiyatlari;

-marketing vazifasiga qarab reklama tarqatish vositalarini tanlash.

**7-mavzu Reklama matnlarini ishlab chiqish asoslari.**

- reklamada ijodiy kontseptsiya va innovatsiyalar;
- reklama tilining maqsadli auditoriyaga bog'liqligi;
- reklama xabari, uning tuzilishi;
- fikrlash va mantiq;
- reklamada ijodkorlik;
- reklamada shior. Shior yoki rasm ustuvorligi.

**8-mavzu Reklamada grafik dizaynning roli.**

- reklama grafik dizayn turlari;
- brend dizayni.
- vizual identifikatsiyani yaratish - korporativ identifikatsiya, logotip, brend kitobi;
- paket-mahsulotning tashqi ko'rinishi marketingning asosiy vositalaridan biridir;
- reklama chop etish. Tasvir- harakat dizayni.

**9-mavzu Vizual aloqa nazariyasi.**

- noyob sotish taklifi nazariyasi;
- ijtimoiy semiotika, rang, shakl, tasvirlarga hissiy va intellektual reaksiya, til va tasvirning kombinatsiyasi, tasvir va reklama konteksti;

**10-mavzu Dizaynda tipografika.**

- shrift tasnifi. shakl va rangning harflarga ta'siri;
- bosma reklama matni;
- reklama matnining asosiy kompozitsion elementlari: sarlavha, sarlavha, asosiy matn.

**11-mavzu Zamonaviy reklama grafik vositalari.**

- Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, CorelDraw.

**12-mavzu Reklamada 3D poyabzal va charm buyumlarni loyihalash dasturlaridan foydalanish**

- MIND CAD, Shoe maker, 3D ICad.

**13-mavzu Savdo belgilari va korxonaning korporativ**

**identifikatori.**

- tasvir texnologiyasi;
- tovar belgisi va uning vazifalari;
- tovar belgilarining asosiy turlari: og'zaki, tasvirli, uch o'lchovli, tovushli, kombinatsiyalangan va boshqalar;
- tovar belgisi qonuni;
- franchayzing, korporativ identifikatsiyani shakllantirish;
- korporativ identifikatsiyaning asosiy elementlari: tovar belgisi, logotip, korporativ blok, shior, korporativ ranglar, shriftlar va boshqa nuqtalar. korporativ uslubning tashuvchilari;
- korporativ identifikatsiya tasvirni yaratish vositasi sifatida. rag'batlantiruvchi suvenirilar.

**14-mavzu Mashhur poyabzal brendlari va reklama.**

-poyabzal kompaniyalari uchun korporativ identifikatsiyaga misollar.

**15-mavzu Reklamada neyro tarmoqlardan foydalanish.**

-neyron tarmoqlarning turlari. neyron tarmoqlarda matn va tasvirlarni yaratish.

**III. Amaliy mashg'ulotlarni tashkil etish bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar:**

Amaliy mashg'ulotlar uchun tavsiya etiladigan mavzular:

- Grafikaviy dasturlar bilan tanishib chikish. Rastr va vektor grafikalmiishlash prinsiplarni o'rganish Adobe (Photoshop, Illustrator, CorelDraw, Adobe Illustrator);
- Grafikaviy dasturlarda poyabzal (aksesuarlarning) reklama plakatini yaratish;
- Mind CAD dasturi yordamida poaybzal (aksesuarlar) ishlab chiqaruvchi qorxonaning elektron katalogini yaratish;
- Poaybzal (aksesuarlarni) ishlab chiqaruvchi korxonaning logotipini (reklama esdalik sovg'alarni) grafikaviy dasturlarda yaratish;
- Korxonona aydentikasi. Poyabzal (aksesuarlar) ishlab chiqaruvchi korxonaning reklama atributlarini yaratish;
- Poyabzal va aksesuarlar jurnalini muqovasini neyro tarmoq yordamida yaratish.

Amaliy mashg'ulotlarini tashkil etish yuzasidan kafedra tomonidan ko'rsatma va tavsiyalar ishlab chiqiladi. "Poyabzal va aksessuarlarni loyihalash" fanidan amaliy mashg'ulotlarni tashkil etishda nazariy-amaliy bilimlarni uzviylik va uzluksizlikda tashkil etilishiga e'tibor qaratish, mashg'ulotlarni moda tendentsiyasiga hamohang tarzda ishlab chiqarish korxonalarini bilan birgalikda tashkil etishga alohida e'tibor qaratish zarur.

#### **IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar:**

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

- Qo'shimcha adabiyotlar, moda jumallari, internet ma'lumotlaridan, foto suratlardan loyihalash uchun ma'lumotlar bazasini tayyorlash (marketing tadqiqotlari);
- Internet saytlaridan loyihalash uchun ma'lumotlar to'plash;
- Reklama tarixi;
- Tasvirli reklama va mahsulot reklamasi o'rtasidagi farq;
- Milliy poyabzal va aksessuarlar brendlari va ularning reklamasi;
- Telegram va Instagramda reklama vositalari.

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.

3 **V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar):**

«Reklama va dizayn» fanining o'rganish jarayonida talaba:

- Reklamaning axborot, hissiy va ekspress komponentlarini kodlashning maqbul usullaridan foydalangan holda olingan bilimlarni ijodiy umumlashtirish, uni poyabzalva aksessuarlar dizayn loyixasida ishlatishga *ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak;*

- mahsulot uchun reklama kontseptsiyasini ishlab chiqish vazifalarini, mahsulot uchun dizayn konsepsiyasi, dizayn - tushunchalar va reklama kontseptsiyasining o'zaro ta'sirini;

reklama dizaynining ijtimoiy-psixologik asoslari haqida *tasavvurga ega bo'lish;*

- ijodiy tasavvurni rivojlantirish, loyihalashni ijodiy vazifasini echish uchun turli ijodiy manbaalarni va kreativ yo'llarni topish, evristikani turli usullarining o'rganish va ularni dizayn-loyihalasini ishlab chiqishda qo'llash bo'yicha ko'nikmalar hosil qilishdir.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zamonaviy axborot va kompyuter texnologiyalaridan foydalangan holda reklama murojatining o'ziga xos dizayn loyixasini, brendni murakkab ob'ekti sifatida reklama dizaynining yaratish <i>malakalariga ega bo'lishi kerak.</i></li> </ul>
4.	<p><b>V. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• amaliy mashg'ulotlari;</li> <li>• interfoal keys-stadilar;</li> <li>• kichik guruhlarda ishlash;</li> <li>• taqdimotlar qilish;</li> <li>• jamoa bo'lib ishlash;</li> <li>• video materiyallar tayyorlash;</li> <li>• individual ishlash.</li> </ul>
5.	<p><b>VI. Kreditlarni olish uchun talablar:</b></p> <p>Fanga oid amaliy tushunchalarini to'liq o'zlashtirish, fan yuzasidan mustaqil fikrlay olish, mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish, nazorat turlari bo'yicha berilgan topshiriqlarni o'z vaqtida topshirish.</p>
6.	<p><b>Asosiy adabiyotlar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Марочкина С.С. Реклама: учебное пособие. / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева. –М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 239с.</li> <li>2. Социальная реклама: учеб. пособие для студентов вузов / [Л.М. Дмитриева и др.]; -под.ред. Л.М. Дмитриевой. – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2015. – 271с.</li> <li>3. АКИ ШОКОЛАТ. Footwear design. Laurence king publishing. ISBN: 978 1 5669 745 3. Laurence King Publishing Ltd 2012. -P. 193</li> <li>4. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие /</li> <li>5. Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015.- 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2</li> <li>6. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л.Е.</li> <li>7. Трушина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с. :</li> </ol> <p><b>Qo'shimcha adabiyotlar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Козлова Т.В. Обувь и костюм. Учебное пособие. ИНФРА-М. 2019. - 100 с.</li> </ol>

	<p>2. Козлова Т.В. Основы художественного проектирования изделий из кожи. Учебное пособие. ИНФРА-М. 2019. - 192 с.</p> <p>3. Журнал “Кожевенно-обувная промышленность”</p> <p>4. Журналы “Style”, Vogue, ARS Sutorya</p> <p><b>Axborat manbalari:</b></p> <p>1. <a href="https://en.sjtu.edu.cn/admission">https://en.sjtu.edu.cn/admission</a></p> <p>2. <a href="https://www.os-design.ru/blog/advertisement">https://www.os-design.ru/blog/advertisement</a></p> <p>3. <a href="https://www.shoes-magazine.com/post/mindcad-shoe-design-in-russian">https://www.shoes-magazine.com/post/mindcad-shoe-design-in-russian</a></p> <p>4. <a href="https://pentaschool.ru/news/rol-graficheskogo-dizajna-v-reklame">https://pentaschool.ru/news/rol-graficheskogo-dizajna-v-reklame</a></p> <p>5. <a href="https://andata.ru/blog/marketing/ispolzovanie-neirosetey-v-reklame">https://andata.ru/blog/marketing/ispolzovanie-neirosetey-v-reklame</a></p> <p>6. <a href="https://mindrepublic.ru/graficheskij-dizayn/">https://mindrepublic.ru/graficheskij-dizayn/</a></p> <p>7. <a href="https://tornado-reklama.ru/news/vidy-reklamnogo-dizayna">https://tornado-reklama.ru/news/vidy-reklamnogo-dizayna</a></p>
7	<p>Fanning o'quv dasturi Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat institut Kengashining 2025 yil “<u>27</u> <u>08</u>” dagi “<u>1</u>”-sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan.</p>
8.	<p><b>Fan/modul uchun mas'ullar:</b></p> <p>M.Ilxamova - TTYSI, «Charm va poyabzal muhandisligi» kafedrası dotsenti, PhD</p> <p>D. Tursunova - TTYSI, «Charm va poyabzal muhandisligi» kafedrası dotsenti, PhD</p>
9.	<p><b>Taqrizchilar:</b></p> <p>N.Rasulov - “NAFIS” MCHJ direktori</p> <p>N.Mirzayev - TTYSI, «Charm va poyabzal muhandisligi» kafedrası professori, DSc.</p>

**Mazkur o'quv dasturi dunyoning e'tirof etilgan xalqaro QS va THE reytinglarida nufuzli TOP-300 talikka kirgan quyidagi oliy ta'lim tashkilotlarining ta'lim dasturlari asosida ishlab chiqilgan.**

<b>N<sup>o</sup> N<sup>o</sup></b>	<b>OTMnomi</b>	<b>QS</b>	<b>THE</b>	<b>Havolalar</b>	<b>Sillabusdagi mavzu nomi</b>	<b>Chet el universiteti Sillabuslaridagi mavzular</b>
1	<b>Shanghai Jiao Tong University</b>	47	-	<a href="https://dl.ojocv.gov.et/admin_/book/Footwear%20Design.pdf">https://dl.ojocv.gov.et/admin_/book/Footwear%20Design.pdf</a>	4-mavzu to'liq olingan	Types of advertising. Brand advertising. Trade and retail advertising. Corporate advertising.
2	<b>Shanghai Jiao Tong University</b>	47	-	<a href="https://dl.ojocv.gov.et/admin_/book/Footwear%20Design.pdf">https://dl.ojocv.gov.et/admin_/book/Footwear%20Design.pdf</a>	14-mavzu to'liq olingan	Famous footwear brands and advertising. Examples of corporate identity for footwear companies