TOП-300

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

TOSHKENT TO'QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT INSTITUTI

"TASDIQLAYMAN"

________ (DFN ismi)

202_ yil "28" 08

"FESHION MENEJMENT VA MARKETING" FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	700 000	– Muhandislik, ishlov berish va qurilish sohalari
Ta'lim sohasi:	720 000	– Ishlab chiqarish va ishlov berish sohalari
Ta'lim yo'nalishi:	60720700	– Yengil sanoat muhandisligi (tikuvchilik sanoatida kreativ loyihalash va innovatsion texnologiyalar)

<table>
<tr><td colspan="2">Fan/modul kodi
FMM2604</td><td colspan="2">Semestr
6</td><td colspan="2">ECTS-kreditlar
4</td></tr>
<tr><td colspan="2">Fan/modul turi
Tanlov</td><td colspan="2">Ta'lim tili
O'zbek, rus</td><td colspan="2">Haftadagi dars soatlari
4</td></tr>
<tr><td rowspan="2">1.</td><td colspan="2">Fanning nomi</td><td>Auditoriya mashg'ulotlari (soat)</td><td>Mustaqil ta'lim (soat)</td><td>Jami yuklama (soat)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Feshion menejment va marketing</td><td>48</td><td>72</td><td>120</td></tr>
<tr><td>2.</td><td colspan="5">

I.Fanning mazmuni:

Fanni o'qitishdan maqsad –talabalarda moda segmentlari bilan tanishtirish, moda industriyasi rivojlanishida zamonaviy innovatsiyalar va tadbirkorlik kommunikasiyalarni rolini o'rganish, zamonaviy brendlar yaratish va ularni taqdim qilishni o'rganish, marketing tadqiqotlarini o'tkazish, zamonaviy moda tendensiyalari to'g'risida to'g'ri ma'lumotlar olish, savdo joylarda merchendayzing tadbirlarini o'rganish, savdo do'konlari dizayn loyihasini tuzish, bozorni tahlil qilish, zamonaviy internet savdo to'g'risida nazariy va amaliy bilimlarini shakllantirishdan iborat.

Fanning vazifasi – talabalarda moda industriyasi bozorining turli segmentlaridagi marketing kommunikasiyalari sohasidagi bilim va ko'nikmalarni o'z ichiga olgan kelajakda muxandis texnologlarning kasbiy faoliyatiga yo'naltirilgan kompetensiyalararini shakllantirishdan iborat. Olingan bilimlar yosh mutaxassislarga nafaqat moda to'plamini yaratish, balki ularni bozorda targ'ib qilish, tovar aylanmasi bilan shug'ullanish va moda industriyasida tadbirkorlik va ishbilarmonlikni boshqarish imkoniyatini beradi:

- Marketing tadqiqotlari asosida konkret kiyim modellariga talabni o'rganish; modani prognoz qilish;
- Tikuvchilik sanoatida biznesni loyihalash, biznes rejalar tuzish;
- Tikuvchilik sanoatida kiyim brendini shakllantirish, targ'ib qilish;
- Iqtisodiy samaradorligi yuqori bo'lgan kolleksiyalarni loyihalash, prognoz qilish, assortiment matritsasini shakllantirish;
- Ishlab chiqarishni rejalashtirishda logistika tizimini shakllantirish;
-Yangi modellarni ishlab chiqarishni rejalashtirishning optimal variantlarini aniqlash.

</td></tr>
</table>

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari):
II.I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi

1-Mavzu. Kirish. Moda, uslub va kostyum tarixi.
XXI asrning mashxur brendlari.
Moda, uslublar va kostyumlar tarixi. Mavjud brendlar va kiyim uslublarini o'rganish. Louis Vuitton. Dolce & Gabbana. Chanel. Christian Dior.

2-Mavzu. Moda fenomeni. Jahon moda tendentsiyalari.
Moda tendentsiyalarini aniqlash uchun ma'lumot to'plash. Moda tendentsiyalarini rejalashtirish.

3-Mavzu. Moda industriyasida menejment va marketing.
XXI asrda marketing va menejment tushunchasi. Fashion menejment va marketing fanining vujudga kelish tarixi. Marketing va dizayn.

4-Mavzu. Moda industriyasida menejment asoslari.
Boshqaruv qarorlarini qabul qilish usullari. Kompaniya ichidagi bo'limlar bilan ishlash. Biznes muloqot.

5-Mavzu. Modellik biznesi va uni boshqarish.
Modellik biznesi. Modellik biznesida brendni boshqarish. Model biznesida brend va uni rivojlantirish strategiyasi.

6-Mavzu. Marketingni boshqarish tizimlari va texnologiyalari.
Moda namoyishlarini tashkil etish. Moda namoyishlari qanday paydo bo'ldi va ular nima uchun brendlarga kerak

7-Mavzu. Fashion olamida kolleksiyalarni tanqidlash.
Fashion tanqidchilar, moda nashirlarida tanqidchilarni o'rni.

8-Mavzu. Digital marketing.
DIGITAL marketing texnologiyalari. SMM tizimlari va texnologiyalari. Intellektual xizmat ko'rsatish texnologiyalari.

9-Mavzu. Moda va uslub sohasida Fashion merchendayzing.
Styling va vizual merchandaysing. Fashion bayerlar.

10-Mavzu. Moda sanoati brendi.
Brending. Benchmarking texnologiyalari. Moda olamidagi asosiy brendlar. Moda brendlarining o'ziga xos xususiyatlari. Brend arxitekturasini yaratish. Rebrending. Brendlarni soxtalashtirish va taqlid qilish muammosi

	11-Mavzu. Moda sanoati brendlarining reklama va PR targ'iboti. Moda sanoatida reklamaning o'rni. Ommaviy axborot vositalarida reklama. Onlayn va oflayn mahsulotni reklama qilish. O'zaro ta'sir va hamkorlik marketing tizimlari. **12-Mavzu. Kiyim ishlab chiqish sanoatida biznes modellar. Assortiment siyosati.** Moda bozorining segmentlari. Moda mahsulotini yaratish sikli. Moda mahsulotlarini chiqarish tizimi. Mahsulot guruhlari. Assortiment rejasi. Mavsumiy sotuvlar. Moda assortimentining muvaffaqiyatiga ta'sir qiluvchi omillar. Mahsulotning hayotiy sikli. **III. Seminar mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar** Seminar mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi: 1. **Moda bozorining marketing tahlili**. 2. **Biznes loyihani ishlab chiqish.** 3. **Biznes rejani shakllantirish.** 4. **Yillik sotuvni rejalashtirish**. 5. **Brendning moliyaviy modelini hisoblash**. 6. **Brend moliyaviy boshqaruvi**. Reklama samaradorligini hisoblash. 7. **Biznez rejada harajatlarni aniqlash**. 8. **Biznes hisobotni rasmiylashtirish.** Seminar mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jixozlangan auditoriyada bir akadem guruxga bir o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi lozim. Mashg'ulotlar faol va intyeraktiv usullar yordamida o'tkazilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq. **IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar.** **Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:** 1. Moda industriyasidagi asosiy brendlar. 2. Zamonaviy moda industriyasida biznes turlari. 3. Moda industriyasida raqamli marketing. Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.
3.	**V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar):** «Fashion menejment va marketing» fanini o'zlashtirish jarayonida talaba: - moda industriyasida biznesni tashkil qilish va rivojlantirish aspektlari to'g'risida tasuvvurlarga ega bo'lishi; - tadbirkorlikda marketing tadqiqotlarini o'tkazish va assortimentni belgilash;

	- assortimentlar turiga asosan biznes loyixalar ishlab chiqish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.
4.	**VI.Ta'lim texnologiyalari va metodlari:** • ma'ruzalar; • amaliy mashg'ulotlar; • interfaol keys-stadilar; • kichik guruhlarda ishlash; • taqdimotlar qilish; • jamoa bo'lib ishlash; • video materiallar tayyorlash; • individual ishlash.
5.	**VII. Kreditlarni olish uchun talablar:** Fanga oid nazariy va amaliy tushunchalarini to'liq o'zlashtirish, fan yuzasidan mustaqil fikrlay olish, mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular boyicha magistr talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish, nazorat turlari boyicha berilgan topshiriqlarni o'z vaqtida topshirish.
6.	**Asosiy adabiyotlar** 1. Котлер Ф., Виноградов А.Р. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: Учебное пособие., 7-е изд. М. 2010. 211 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебное пособие. М.:Издательский дом "Vilyams", 2007. 656 с. 3. Toni Xayns, Margaret Bryus. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. 2011г. 4. Чигиринова М.В., Титова М.Н., Любименко А.И. Менеджмент в индустрии моды и Арт-объектов. Учебное пособие. Санкт-Петербург. 2020 5. В. В. Герасименко, М. С. Очковская. Бренд-менеджмент. Учебное пособие. Москва. 2016. **Qoshimcha adabiyotlar** 1. Xodiyev B., D.Qosimova. Korporativ boshqaruv. O'qul qo'llanma. 2012 y. 144 b. 2. Muxitdinov X.A., Sobirov A.A. Boshqaruv nazariyasi. Darslik. Cho'lpon nomidagi nashriyot matbaa uyi. Toshkent. 2012. 3. Jurnal «Fashion Italian style». **Internet saytlari** 1. http://ziyonet.uz 2. http://titli.uz – Toshkent to'qimachilik va yengil sanoati instituti sayti. 3. http:// - сайт о бренд менежменте, учебные материалы. 4.http://www. – исследовательский центр брендменеджмента и бренд

	технологий. 5. http://journal .html - jurnal «Brendmenedjment». 6. www. marketing. (sayt o marketinge). 7. www. catalog. – каталог образовательных ресурсов сети интернет. 8. http://www. / - Internet-ensiklopedii. 9. http://www. / - WhoWhatWear. 10. http://www.vogue.com/fashion-shows/. 11. https://www.topuniversities.com/world-university-rankings/2024?page=2 12. ttps://www.yonsei.ac.kr/en_sc/index.jsp
7.	Fanning o'quv dasturi Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat institut Kengashining 202__ yil "____" ____________dagi "____"-sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan.
8.	Fan/modul uchun mas'ullar: Baxridinova D.A. – TTYESI, «Tikuv buyumlari texnologiyasi va raqamli injiniring» kafedrasi dotsenti, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori.
9.	Taqrizchilar: M.B.Tashmuhamedova – Nurtex MChJ raxbari D.X.Isayeva – TTYESI, "Moda va dizayn" kafedrasi dotsenti, PhD.

№	OTMnomi	QS	THE	Havolalar	Sillabusdagi mavzu nomi	Chet el universiteti Sillabuslaridagi mavzular
1	Yonse Universiteti	76	-	https://www.topuniversities.com/world-university-rankings/2024?page=2 https://www.yonsei.ac.kr/en_sc/index.jsp	6-7-mavzu to'liq olingan	Marketingni boshqarish tizimlari va texnologiyalari, Fashion olamida kolleksiyalarni tanqidlash