

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

TOSHKENT T O'QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT INSTITUTI



**XALQARO MARKETING
FANINING O'QUV DASTURI**

Bilim sohasi:	400 000	– Biznes, boshqaruv va huquq
Ta'lim sohasi:	410 000	– Biznes va boshqaruv
Ta'lim yo'nalishi:	60411200	–Marketing

Toshkent-2025 y.

Fan/modul kodi XM1605		Semestr 6	ECTS-kreditlar 5	
Fan/modul turi Majburiy		Ta'lim tili O'zbek/rus	Haftadagi dars soatlari 4	
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Xalqaro marketing	60	90	150
2.	<p>I.Fanning mazmuni:</p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarda tashqi bozor haqida to'liq ma'lumot asosida marketing qarorlarini qabul qilish, har xil sharoitlarda marketing tadqiqotlarini o'tkazish va uni o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash bo'yicha mutaxassislikga mos bilim, ko'nikma va malakani shakllantirishdir.</p> <p>Fanni vazifasi - xalqaro marketingning o'ziga xos xususiyatlari, O'zbekiston Respublikasining jahon hamjamiyatiga kirishida tashqi iqtisodiy aloqalarning roli, xalqaro doirada biznesni tashkil etish uslublari, shart-sharoitlari va xalqaro korporatsiyalarning bu boradagi tajribalarini, shuningdek jahon bozorlaridagi to'qimachilik mahsulotlariga bo'lgan tajribalarini hamda jahon bozorlaridagi to'qimachilik mahsulotlariga bo'lgan talabni o'rganish va tahlil qilishni va u asosida eksport mahsulotlari savdosini tashkil etishning o'ziga xos xususiyatlarini zamonaviy elektron savdo, Intergnet-marketing, logistik marketing va xalqaro marketingning axborot ta'minoti kabi masalalarni nazariy va amaliy jihatdan o'rgatishdir.</p> <p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari):</p> <p>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Zamonaviy bosqichdagi xalqaro marketing O'zbekiston Respublikasida bozor iqtisodiyotining rivojlanish sharoitlarida tashqi iqtisodiy faoliyatning ahamiyati va vazifalari. Xalqaro marketing tushunchasi va mohiyati. Xalqaro marketingning o'ziga xos xususiyatlari.</p> <p>2-mavzu. Xalqaro marketingning turlari va tamoyillari Xalqaro marketingning o'ziga xos jihatlari va turlari. Xalqaro marketing tamoyillari va ular mohiyati. Xalqaro marketingni tashkil etish bosqichlari. Xalqaro marketing faoliyatining tashkil etish asosiy konsepsiyalari. Xalqaro bozorlarga kirib borish usullari.</p>			

3-mavzu. Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati va uning turlari. Xalqaro marketing sohasidagi asosiy muammolar.

4-mavzu. Xalqaro bozorda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy muhit

Xalqaro marketing muhiti. Xorijiy bozorlarga kirib borishning o'ziga xos xususiyatlari. Globallashuv sharoitida xalqaro savdo tizimi. Iqtisodiy marketing muhitini o'rganish. Siyosiy marketing muhiti. Siyosiy tartibni mezonlari. Xorijiy bozorlarda korxonalarining tashqi faoliyatini xuquqiy tartibga solish. Madaniy muhiti, milliy iste'mol madaniyatining xususiyatlari. Xalqaro marketingni tashkil etish.

5-mavzu. Xalqaro marketing konsepsiyasi

Xalqaro marketing faoliyatining jihatlarini. Marketingning xalqaro qoidalari. Firmaning xalqaro marketing faoliyatidagi asosiy vazifasi. Xalqaro marketingning maqsadi. Marketingning tashqi iqtisodiy aloqalar rivojlanishiga xos bo'lgan turlari. Xalqaro marketing tamoyil va usullari.

6-mavzu. Xalqaro marketing axborot tizimi

Marketing axborot tizimi konsepsiyasi. Marketing axborotlari olish zaruratini asoslab beruvchi tendensiyalar. Marketing axborot tizimining tarkibiy qismlari. Marketing axborot tizimining asosiy elementlari. Axborot to'plash usullari. Marketing axborot manbalari, boshqarish uchun ma'lumotlarni qayta ishlash va tayyorlash.

7-mavzu. Xalqaro bozorda marketing tadqiqotlari

Xalqaro marketingning o'ziga xos xususiyatlari. Mamlakatlar o'rtasidagi o'zaro aloqa va bog'liqlik darajasi. Xalqaro marketingi sohasida qabul qilinuvchi qarorlar. Xalqaro marketing tadqiqotlari. Xalqaro marketing tadqiqotlarining yo'nalishlari va uslublari. Jahon bozorini segmentlash. Xalqaro marketing sohasidagi asosiy muammolar.

8-mavzu. Xalqaro bozorni tanlash va tashqi bozorga chiqish strategiyalari

Xalqaro bozorda firmalar strategiyasi. Xalqaro marketing strategiyasi asosini tashkil etuvchi yondashuvlar. Tashqi bozorlarni o'rganish. Strategiyalarni ishlab chiqish va amalga oshirish mohiyati. Xalqaro bozorni prognozlash. Xalqaro bozorda joriy rejalashtirish va nazorat.

9-mavzu. Xalqaro marketing tizimida tovar

Xalqaro bozorga etkazib beriluvchi tovarning umumiy tavsifnomasi. Tovarlarning siyosatining shakllanishi. Jahon bozorida tovarlarni qadoqlash va bezash. Tovarlarni sifati va raqobatbardoshligi. Raqobatbardoshlik va sifatini

ta'minlash tizimida sertifikatlash va standartlash. Eksport tovar siyosatining mohiyati. Eksport tovarning bozor salohiyatini belgilash. Eksport tovar assortimentini rejalashtirish. Eksport siyosatida tovarlarni o'rash, markalash va servis. Xalqaro savdoda servis xizmati.

10-mavzu. Xalqaro marketing sharoitlarida baho siyosati

Tashqi savdoda baho shakllanishining asosiy shakllari. Tashqi savdo baholarining shakllanishi. Eksport xarajatlari. INKOTERMS ta'minot bazisi asosidagi jahon baholari. Marketingda narxlarni hisoblash usullari. Eksport xarajatlari. INKOTERMS ta'minot bazisi asosidagi jahon baholari.

11-mavzu. Xalqaro savdo bitimlari

Xalqaro savdo bitimlarining turlari. Oldi-sotdi bitimlari. Tovar ayirboshlash bitimlari. Kliring kelishuvlari. Agentlik kelishuvlari. Lizing bitimlari. Injining kelishuvlari. Franchayzing kelishuvlari. Turli mamlakatlarda monopoliyaga munosabat va cheklangan savdo amaliyoti.

12-mavzu. Xalqaro bozorlarga chiqishning shakllari va usullari

Korxonalarining tashqi bozorga chiqishi bosqichlari. Xalqaro bozorlarga kirib borish usullari. Muntazam bo'lmagan eksport. Bevosita eksport. Bilvosita eksport. Korxonalarining xalqaro faoliyatini tashkil etish shakllari.

13-mavzu. Tovarlarini xalqaro bozorga yo'naltirish

Taqsimlash kanallari zaruriyati. Taqsimlash kanallari turlari. Taqsimlash kanallari tarkibiy tuzilmasi. Xalqaro bozorda tovarlarni ilgari surish muammolari.

14-mavzu. Kommunikatsiyaning xalqaro vositalari

Xalqaro marketing kommunikatsiya tizimi turlari. Zamonaviy reklama jarayonining o'ziga xos xususiyatlari. Reklama faoliyatining istiqbolli yo'nalishlari. Brending, direktmarketing. Jahon reklama bozori (holatining o'ziga xosliklari, tendensiyalar).

15-mavzu. Xalqaro marketingda o'tqazuvni rag'batlantirish

O'tqazuvni rag'batlantirish, uning mohiyati va vazifalari. O'tqazuvni rag'batlantirish, uning mohiyati va vazifalari. Jamoatchilik fikrini yaratish. «Pablik rileyshnz» tadbirlari. Tovar belgisi.

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

Amaliy mashg'ulotlari uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Zamonaviy bosqichdagi xalqaro marketing.
2. Xalqaro marketingning turlari va tamoyillari.
3. Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati.
4. Xalqaro bozorda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy muhit

5. Xalqaro marketing konsepsiyasi.
6. Xalqaro marketing axborot tizimi.
7. Xalqaro bozorda marketing tadqiqotlari.
8. Xalqaro bozorni tanlash va tashqi bozorga chiqish strategiyalari
9. Xalqaro marketing tizimida tovar.
10. Xalqaro marketing sharoitlarida baho siyosati.
11. Xalqaro savdo bitimlari.
12. Xalqaro bozorlarga chiqishning shakllari va usullari.
13. Tovarlarini xalqaro bozorga yo'naltirish.
14. Kommunikatsiyaning xalqaro vositalari.
15. Xalqaro marketingda o'tqazuvni rag'batlantirish.

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir o'qituvchi tomonidan o'tkazishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interaktiv usullar yordamida o'tilishi, 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. Zamonaviy bosqichdagi xalqaro marketing.
2. Xalqaro marketingning turlari va tamoyillari.
3. Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati.
4. Xalqaro marketing muhiti va uni tashkil etish.
5. Xalqaro marketing konsepsiyasi.
6. Xalqaro marketing axborot tizimi.
7. Xalqaro marketingning tahliliy funksiyasi.
8. Xalqaro bozorda marketing tadqiqotlari.
9. Xalqaro marketing strategiyasi.
10. Xalqaro marketing tizimida tovar.
11. Eksport tovar siyosati.
12. Xalqaro marketing sharoitlarida baho siyosati.
13. Marketingda narxlarni hisoblash usullari.
14. Xalqaro savdo bitimlari.
15. Kliring, agentlik kelishuvlari, lizing bitimlari.
16. Xalqaro bozorga yo'naltirilgan marketing xizmatini yaratish
17. Xalqaro bozorlarga chiqishning shakllari va usullari.
18. Chet el investitsiyalari
19. Tovarlarini xalqaro bozorga yo'naltirish.
20. Kommunikatsiyaning xalqaro vositalari.
21. Reklama byudjetini ishlab chiqish.
22. Xalqaro marketingda o'tqazuvni rag'batlantirish.

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

3.	<p>V. Ta'lim natijalari/Kasbiy kompetensiyalari Magistr bilishi kerak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - xalqaro marketingning nazariy va uslubiy asoslari; xalqaro marketingning asosiy tamoyillari; xalqaro marketingning mohiyati; xalqaro marketing va uni rivojlanishini asosiy bosqichlari; xalqaro marketingning asosiy vazifalari va turlari; xalqaro marketing faoliyatini axborot bilan ta'minishi; xalqaro marketing dasturi haqida tasavvurga ega bo'lishi; - xalqaro bozor kon'yunkturasini o'rganish va bashorat qilish; xalqaro doirada tovar, narx, sotish, reklama, kommunikatsiya siyosatini yurgizish; xalqaro bozorni segmentlash, baholarni shakllanishi va iste'molchilarga servis xizmat ko'rsatish; xalqaro marketingni rejalashtirish; tashqi bozorlarda tovar va xizmatlar sotilishini kengaytirish imkoniyatlari va uni paqobatga bardosh bera olish haqida bilishi va ulardan foydalana olishi; - xalqaro marketingni tarkibiy tuzilishi va uni boshqarishni tashkil etish; tashqi iqtisodiy faoliyatda marketingni qo'llay olish bo'yicha ko'nikmalariga ega bo'lishi; - xalqaro marketing tadqiqotlarini tashkil etish; xalqaro bozor kon'yunkturasini o'rganish va bashorat qilish malakasiga ega bo'lishi kerak.
4.	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • interfoal keys-stadilar; • kichik guruhlarda ishlash; • taqdimotlar qilish; • jamoa bo'lib ishlas; • vedio materiyallar tayyorlash; • individual ishlash.
5.	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan mavzular haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ishni topshirish.</p>
6.	<p>Asosiy adabiyotlar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Nazarova F.M., Karimova R.N., Xalqaro marketing: Darslik. – T., 2019. – 345 b. 2. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik. – T., 2019. – 361 b. 3. Эргашходжаева Ш.Д. Халқаро рақобат. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2013. – 252 бет. 4. Икрамов М.А., Салимов С.А. Международный маркетинг: учеб. пособие для для ВУЗов. – Т.: Изд-во Нац. Библи. Узбекистана им. А. Навои, 2010. – 276 с. 5. Черенков В.И. Международный маркетинг: Учеб. Пособие. – СПб.: Знание, 2016. – 546 с.

Qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-sonli Farmoni. // www.lex.uz.
2. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. Toshkent, «O'zbekiston», 2017 yil, 488 bet.
3. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash-yurt tarqqiyoti va xalq farovonligining garovi. Toshkent, «O'zbekiston», 2017 yil, 48 bet.
4. Boltabayev M. To'qimachilik sanoatida marketing strategiyasi. – T.: FAN, 2004. – 224 b.
5. Абаев А.Л., Алексунин В.А. Международный маркетинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.Л. Алексунин В.А. Абаев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 362 с.
6. Моисеева Н. К. Международный маркетинг. Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2018. - 320 с.

Axborot manbalari:

1. www.gov.uz - O'zbekiston Respublikasi hukumati portali.
2. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
3. www.mineconomu.uz - O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi sayti.
4. www.cer.uz - Iqtisodiy tadqiqotlar markazi sayti.
5. www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika Qo'mitasi sayti.
6. www.exponenta.ru - Iqtisodiy-matematik modellashirish bo'yicha Rossiya Federatsiyasi sayti.

7. Fanning o'quv dasturi Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat institut Kengashining 2025 yil "27" 08 dagi "1"-sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan.

8. **Fan/Mavzu uchun mas'ullar:**
Muminova N.M. - TTYeSI "Buxgalteriya hisobi va marketing" kafedrası professori, DSc.

9. **Taqrizchilar:**
Davlyatov B.A. – TTYeSI, "Buxgalteriya hisobi va marketing" kafedrası dotsenti, PhD.
Isayev R.A.-TTYeSI "Iqtisodiyot va menejment" kafedrası professori, DSc.

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.

N ^o	OTM nomi	QS	THE	Havolalar	Sillabusdagi mavzu nomi	Chet el universiteti Sillabuslaridagi mavzular
1	University of Surrey	244	-	https://catalogue.surrey.ac.uk/2024-5/module/MANM011/SEMR1/ICF	4-mavzu. Xalqaro bozorda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy muhit	Political, Economic, and Socio-Cultural Environment
					8-mavzu. Xalqaro bozorni tanlash va tashqi bozorga chiqish strategiyalari	Process of Selecting an International Market