

TOP-300

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

TOSHKENT TO'QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT INSTITUTI

“TASDIQLAYMAN”



(Oliy Lektori)

« 28 »

2025 yil



FESHION MENEJMENT MARKETING
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 (milliy kostyum dizayni)

Fan/modul kodi FMM2504		Semestr 5	ECTS-kreditlar 4	
Fan/modul turi Tanlov		Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 4
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Fashion menejment marketing	48	72	120
2.	<p>I.Fanning mazmuni:</p> <p>Fanning maqsadi- talabalarni moda bozori segmentlari bilan tanishtirish, moda industriyasi rivojlanishida marketing va menejment vazifalarini o'rganish, zamonaviy brendlar yaratish va rivojlanish bosqichlarini o'rganish, modabiznesi ishlab chiqargan mahsulotlarni sotish uchun merchandayzing tadbirlarini o'rganish, savdo do'konlarini dizayn loyihasini tuzish uchun ijodiy tafakkurni tug'dirish va nazariy bilimlarni shakllantirishdan iborat.</p> <p>Fanning vazifasi – talabalarni moda industriyasi rivojlanishida marketing va menejment vazifalarini o'rganish, zamonaviy brendlar yaratish va rivojlanish bosqichlarini o'rganish, savdo do'konlarini dizayn loyihasini tuzish uchun ijodiy tafakkurni tug'dirish va nazariy bilimlarni shakllantirish vazifalarini bajaradi.</p> <p>II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>III. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>1-mavzu. Moda va biznes Moda tizimi. Moda industriyasining rivojlanish tarixi. Moda industriyasidagi yangi kasblar. Moda industriyasi va moda biznesining rivojlanish tendentsiyalari.</p> <p>2- mavzu: Marketing strategiyasini ishlab chiqish Marketing strategiyasining asosiy tushunchalari. Marketing strategiyasini ishlab chiqish jarayoni. Marketing strategiyasi 6P. Marketing tadqiqotlari usullari va bosqichlari.</p> <p>3-mavzu: Fashion branding “Brend” tushunchasi ta'riflari. Branding tarixi. “Brend” va “savdo belgisi”. Brend xususiyatlari va turlari. Brendni yaratish bosqichlari. Branding ob'ektlariga kora brendlar turlari.. Brendlar kollaboratsiyasi. O'zbekistonda branding rivojlanish tendentsiyalari va marketing kommunikatsiyalar.</p>			

4- mavzu. Brend firma uslubini yaratish

Brendga neyning. Brend logotipi va shiorini ishlab chiqish. Brend DNK sini yaratish (brendning vizual qismini ishlab chiqish).

5-mavzu: Moda mahsulotini ishlab chiqish.

Qadriyatlar va mahsulotning iste'molchi kutgan sifatga muvofiqligi. Kiyim sotib olayotganda asosiy ehtiyojlar. G'oya va konsept. Trendlilerlar. To'plam mudbordi va to'qimachilik mudbordi.

6-mavzu: Moda tendensiyalarini prognozlash

Moda tendensiyalari va trendlari. Modani bashorat qilish bosqichlari. Moda trendini prognoz qiluvchi kompaniyalar. Trend kitoblari va so'nggi moda tendensiyalari.

7- mavzu: Moda bozori iste'molchilarini segmentlash

Segmentlash turlarining tasnifi. Iste'molchilarni segmentlarga ajratish mezonlari. Moda bozori iste'molchilarini segmentlash modellari. Bozorni xulq-atvor xususiyatlari bo'yicha segmentlash. Iste'molchilarning psixotiplari. Iste'molchilarning xatti-harakatlarini tahlil qilish.

8-mavzu: Moda industriyasida merchandayzing

Merchandayzing tushunchasi. Merchandayzing maqsadi va vazifalari. Merchandayzing bo'limining vazifalari. Merchandayzingda aromamarketing, musiqa va yorug'lik. Vizual merchandayzing asosiy vositalari.

9-mavzu. Lyuks sinfidagi moda

Hashamatli moda mijozlari. Hashamatli va premium mahsulotlarni reklama qilish. Hashamatli va premium segmentlar uchun marketing. Premium segmentda PR.

10- mavzu: Raqamli moda-kelajak trendi

Raqamli moda dunyoda. Raqamli modaning barqarorligi. Raqamli modaning ekologiyaga ta'siri. Raqamli kiyim yaratish texnologiyasi. Raqamli inflyuenserlar va odamlarning raqamli nusxalarini yaratish, ularning moda industriyasidagi roli

11- mavzu: Moda marketingi va kommunikatsiya

Moda marketingi va kommunikatsiya – bu brendni bozorda ajratib ko'rsatish va iste'molchi bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilish jarayoni. Kommunikatsiya esa vizual materiallar, ijtimoiy tarmoqlar, moda tadbirlari va mashhur shaxslar bilan hamkorlik orqali amalga oshiriladi.

12-mavzu: Fashion PR va yangi mediyalar

Zamonaviy aloqa kommunikatsiyalari va PR kanallari. Moda sohasidagi PR va uning vositalari. Video, bosma ommaviy axborot vositalari va innovatsion texnologiyalar. O'zbekistonning media bozori.

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

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. Moda industriyasida innovatsiyalar
2. Yangi moda trendlarini tahlil qilish
3. Eko moda tendensiyalari
4. Maqsadli auditoriyani aniqlash
5. Mijoz avatarini yaratish
6. "Yashirin xaridor" marketing tadqiqoti
7. Brend firma uslubini yaratish
8. Brend nomini yaratish
9. Brend logotipi va shiorini ishlab chiqish
10. Moda brendini targ'ib qilish strategiyasini ishlab chiqish
11. Brend reklama kampeyni ishlab chiqish
12. Brend taqdimotini tayorlash

Amaliy mashg'ulotlar multimediya vositalari bilan jihozlangan auditoriyalardagi kichik guruhlar uchun alohida o'tkaziladi. Darslar faol va interaktiv usullar yordamida o'tkaziladi, videofilmlar, slaydlar qo'llaniladi, o'qitishning innovatsion usullari qo'llaniladi; Internet -resurslardan materiallar, mahorat darslari va taqdimotlar o'tkazish, jamoaviy loyiha ishlari, munozaralar, amaliy tadqiqotlar usullaridan foydalangan holda biznes o'yinlar, «Keys-stadi» texnologiyasi ishlatiladi, keyslar mazmuni o'qituvchi tomonidan belgilanadi.

IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Internet -kanallar va ularni targ'ib qilish usullari
2. Moda industriyasida brendni targ'ib qilish uchun onlayn vositalar.
3. SMM ijtimoiy media marketing
4. Brend veb -saytini yaratish va targ'ib qilish
5. O'zbekistonda reklama agentliklari faoliyati
6. Brandingda innovatsiyalar.
7. Xalqaro konsept-do'konlari
8. Brend mijozlarning sodiqligi
9. Elektron merchandayzing
10. Ekologik marketing

11. Brend reklamasi va PR
12. Qadoqlar ishlab chiqarishdagi innovasiyalar
13. Moda biznesida logistika menejmenti
14. Email-marketing va kontekstli reklama
15. Fashion tech va Big Data

Mustaqil ta'limning asosiy maqsadi talabalarda mustaqil fikrlash va bilimlarni amalda qo'llash, bilimlarni chuqurlashtirish, kengaytirish va o'quv materiallarini mustaqil o'zlashtirish qobiliyatlari va ko'nikmalarini shakllantirishdir. Moda industriyasi analitik va boshqaruv salohiyatiga hissa qo'shadigan, shuningdek, bozor tendentsiyalari va iste'molchilar odatlarini doimiy ravishda yangilab turadigan mustahkam ma'lumotga ega mutaxassislarni talab qiladi. Mustaqil ta'lim o'z-o'zini boshqarish, fashion marketing sohasida talabalarning yangi ijodiy g'oyalarni rivojlantirish uchun, moda biznesning iqtisodiy jihatdan yuqori samaradorligini ta'minlash uchun zarur bo'lgan qo'shimcha bilim va ko'nikmalarga ega bo'lish imkoniyatini beradi.

V. Ta'lim natijalari/Kasbiy kompetensiyalari

Talaba bilishi kerak:

Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyidagi talablar quyiladi:

- modaning vujudga kelishi;
- moda industriyasi shakllanishi va rivojlanishiga ta'sir etgan sabablarni, shakllantiruvchi vositalarni;
- marketing va menejmentning asosiy qonuniyatlari va qoidalari **haqida tasavvurga ega bo'lishi;**

- zamonaviy kompaniyalarning tashkiliy tuzilmasi;
- zamonaviy fashion-bayer vazifalari;
- iste'molchilarni psixoturlarga ajratish;
- merchandayzing tadbirlarini uyushtirish;
- savdo do'konlarini dizayn loyihasini ishlab chiqish;
- iste'molchilar psixologiyasining muhim xususiyatlaridan kelib chiqib savdo hududini rejalashtirish;

– reklama tadbirlarini uyushtirishni ***bilishi va ulardan foydalana olishi;***

- “marketing va menejment”ni asosiy tushunchalari;
- brend yaratish va rivojlantirish bosqichlarini qo'llab zamonaviy shaxsiy brendni yaratish;
- yangi ishlab chiqariladigan mahsulot zamonaviy moda tendentsiyalariga mos bo'lishini ta'minlash;
- kompaniyaning marketing strategiyasini ishlab chiqish;
- bozorning ma'lum segmenti uchun marketing tadqiqotlarini o'tkazish;
- mijozlar psixoturlariga qarab hizmat ko'rsatish;

	<p>-savdo do'konlar intererida ranglarni to'g'ri qo'llanishini nazorat qilish;</p> <p>- savdo do'konlarida tovarlarni to'g'ri joylashtirish, savdo hududini zonalarga bo'lish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishii kerak.</i></p> <p>-Zamonaviy brend yaratish va uni boshqarish ,yangi brendni o'ziga xos imidjini yaratish, zamonaviy moda tendentsiyalari to'qrisida to'g'ri ma'lumotlar olish, kompaniya taraqqiyoti uchun uzoqni ko'zlaydigan marketing strategiyasi va rejalarini ishlab chiqish, zamon talablariga mos raqobatbardosh va sifatli mahsulotlarni ishlab chiqarish, savdo joylarida merchandayzing tadbirlarini uyushtirish va savdo do'konini xaridorlarga zamon talablariga mos hizmat ko'rsatishini ta'minlash <i>malakalariga ega bo'lishii kerak.</i></p>
4.	<p>VI.Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aqliy hujum; • munozara; • keys-stadi; • kichik guruhlarda ishlash; • bahs-munozara; • ishbilarmon o'yin metodi; • taqdimot qilish; • individual ishlash.
5.	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Talaba mavzularni chuqur o'zlashtira olishi, mavzu mohiyatini tushunib mustaqil mushohada yurita olishi, mavzu yuzasidan o'z fikrini erkin bayon qila olishi, dars davomida faol ishtirok etishi, davomatning o'z o'rnida bo'lishi, berilgan vazifani topshirishi shart. Moda va brending bo'yicha qo'shimcha adabiyotlar, ommaviy axborot vositalari va internet ma'lumotlari orqali chuqur o'rganish va zamonaviy brendlar yaratishda qo'llash uchun bilimlari shakllangan bo'lishi kerak.Talaba yakuniy nazoratga o'z brendi loyihasini taqdimot qilishi kerak bo'ladi.</p>
6.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Филип Котлер. “Маркетинг 5.0.” [Матн]/ Филип Котлер; таржимон Умаров Жасур. – Тошкент: Hamroh books, 2023.-250 б. 2. Филип Котлер, Сегиавиан Айвен, Картаджайя Хермаван; Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения [перевод с английского А.Горман]. – Москва: Эксмо, 2024. – 272 с. – Атланты маркетинга). 3. Филип Котлер. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете.- Москва, Бомбора.2017. 4. Филип Котлер Основы маркетинга. Краткий курс – Москва, Вильямс.2019.

5. Ф. Котлер, К.Л.Келлер Маркетинг менежмент. 15-е изд. – СПб.: Питер, 2022. – 848 с.: ил. – (Серия «Классический зарубежный учебник»).

Qo‘shimcha adabiyotlar:

- 6. Жолобов В. Нейминг 3.0: как придумать и защитить название / – М.: Издательские решения, 2016. – 100 с.
- 7. Leslie Davis Burns, Kathy K. Mullet. The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing. - New York, Fairchild Books, 2020.
- 8. Martin M, Pegler, Anne Kong. Visual Merchandising and Display- New York, Fairchild Books, 2018.
- 9. Martin M, Pegler, Anne Kong. Visual Merchandising and Display- New York, Fairchild Books, 2018.
- 10. Владимир Давыдов, Андрей Гаврилов. Интернет – маркетинг. Настольная книга dijital-маркетолога
- 11. Дуглас Ван Прает .Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии.

Axborot manbalari:

- 12.<https://netology.ru/programs/branding#/presentation>
- 13.<https://vc.ru/flood/74402-iskusstvo-neyminga-kak-pridumat-nazvanie-kotoroe-polyubvat>
- 14.www.wonderzine.com
- 15.www.farfetch.com
- 16.www.notjustalabel.com
- 17.www.net-a-porter.com/ru/en/
- 18.www.buro247.ru

7. Fanning o‘quv dasturi Toshkent to‘qimachilik va yengil sanoat instituti o‘quv-uslubiy kengashining 2025 yil “27” 08 dagi “1”-sonli bayonnomasi bilan ma’qullangan.

8. **Fan/modul uchun mas’ullar:**
Z.A.Sobirova- TTESI “Moda va dizayn” kafedراس dosenti, PhD

9. **Taqrizchilar:**
U.S.Rahmatullayeva - TTESI, «Moda va dizayn» kafedراس prof.,f.f.n.
S.U. Pulatova - BMTI, “Yengil sanoat texnologiyasi” kafedراس professori.

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.

Nö	OTM nomi	QS	THE	Havolalar	Sillabusdagi mavzu nomi	Chet el universiteti Sillabuslaridagi mavzular
1	Indian Institute of technology Delhi	125	196	https://home.iitd.ac.in/index.php	1,2,3,6,7-mavzular: Moda va biznes Marketing strategiyasini ishlab chiqish Fashion branding Moda tendensiyalarini prognozlash Moda bozori iste'molchilarini segmentlash	Expanding into emerging markets, distribution channels in emerging markets, advertising and its relationship with design, ecosystem mapping to define the elements impacting innovation and design decisions, marketing basics for designers, marketing campaign, mapping out strategy, design thinking and business challenges
2	Politecnico di Milano	111	226	https://www.polimi.it/en/education/laurea-programmes	Moda marketingi va kommunikatsiya	Integrated Communication Projects / Studio Work Packaging & Product Communication Principles of Design / Communication

