

2-Modul nomi:

Marketing: Nazariya va amaliyotga kirish



2-Modul: Tarkib

1. Marketingning tabiati va ko'lami
2. Ijtimoiy marketing
3. Marketingda tadqiqot usullari
4. Marketingda tadqiqot usullari II
5. Marketingda axborot
6. Tashkiliy xulq-atvor
7. Marketingda kommunikatsiyalar strategiyasi
8. Raqamli marketing
9. PR (Jamoatchilik bilan aloqalar) va marketing
10. Marketingda reklama
11. Marketingda loyihalarni boshqarish
12. Nodavlat va notijorat tashkilotlar uchun marketing
13. Milliy xabardorlik kuni qanday o'tkaziladi?
14. O'tkazilgan Milliy xabardorlik kunini qanday baholash?
15. Ijtimoiy marketingning muvaffaqiyat hikoyalari

BIRINCHI HAFTA

Maqsadlar: Marketingning tabiati va ko'lamini, uning tarixiy rivojlanishi va sanoat va jamiyatdagi rolini tushunish va qadrlash.

Erishilgan maqsadlar: Birinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi marketing nima ekanligini bilib oladi, marketing evolyutsiyasi nazariyasidan xabardor bo'ladi va marketing tushunchalarini tushunadi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar va uskunalar
1-hafta. 1-dars	Marketingning tabiati va ko'lamini	<p>1. Marketingga kirish: nazariya va amaliyot – 20 daqiqa</p> <p>2. Marketing asoslarini tushuntirish – 20 daqiqa</p> <p>3. Marketing tushunchalarini muhokama qilish – 30 daqiqa</p> <p>4. Tushuntirilgan materialni o'rgatish - 30 daqiqa</p> <p>5. Tekshirish - 20 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishidagi etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Matt Lawson, M. L. (2019, January 15). 4 guidelines for the future of marketing -Think with Google. Retrieved July 8, 2019</p> <p>Ш.Запарходжаев, И.Иватов, Р.Аюпов. Маркетинг, Тошкент, “Иқтисодиёт”, 2011 йил, 132 бет</p> <p>Definition Marketing. (2019, June 25). Retrieved July 8, 2019, from https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp</p> <p>The five evolution eras of marketing (2017, August) Retrieved July 8, 2019, from http://hivestudio.net/the-5-evolution-eras-of-marketing/</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

IKKINCHI HAFTA

Maqsadlar: Ijtimoiy marketing nima ekanligini tushunish, ijtimoiy va tijorat marketingi o'rtasidagi farqlarni aniqlash va ijtimoiy marketingning asosiy xususiyatlarini baholash.

Erishilgan maqsadlar: Ikkinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi ijtimoiy marketing, uning maqsadli guruhlariga ta'sir qilishdagi roli, auditoriya segmentatsiyasi va xatti-harakatlarini o'zgartirish haqida tanqidiy tushunchalarni rivojlantirishi mumkin.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
2-hafta. 2-dars	Ijtimoiy marketing	1. Ijtimoiy marketingning bo'linishi – 20 daqiqa 2. Ijtimoiy marketingning asosiy xususiyatlarini ko'rsatish – 20 daqiqa 3. Ijtimoiy marketingning asosiy tushunchalari ni o'rganish – 30 daqiqa 4. Amaliy ish - 30 daqiqa 5. Tekshirish - 20 daqiqa	1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%; 2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%; 3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.	Materiallar: Taqdimot; Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p. Kotler P., Lee N. Social Marketing: Behavior Change for Social Good (6th Edition). Sage Publication. 2019. 625p. Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.

UCHINCHI HAFTA

Maqsadlar: Marketingda muhim tadqiqot usullarini bilish va tushunish, turli maqsadlar va maqsadli guruhlar uchun tegishli usullarni tanlash.

Erishilgan maqsadlar: Uchinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi marketing tadqiqotlari uchun mos tadqiqot usulini tanlashi mumkin bo'ladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
3-hafta. 3-dars	Marketingda tadqiqot usullari	<p>1. Marketingda tadqiqot usullari – 40 daqiqa</p> <p>2. Tadqiqot rejasini ishlab chiqish (seminar) – 40 daqiqa</p> <p>3. Tushintirilgan material bo'yicha shug'illanish – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Hague P., Cupman J., Harrison M., Truman O. Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight (3rd Edition). Kogan Page. 2016. 400 p.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

TO'RTINCHI HAFTA

Maqsadlar: Marketingda tadqiqot yondashuvlarini bilish va tushunish, turli maqsadlar va maqsadli guruhlar uchun tegishli tadqiqot vositalarini tanlash.

Erishilgan maqsadlar: To'rtinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi tadqiqot rejasini ishlab chiqishi mumkin bo'ladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
4-hafta. 4-dars	Marketingda tadqiqot usullari II	<p>1. Marketingda tadqiqot yondashuvlari (sifat va miqdoriy)– 40 daqiqa</p> <p>2. Marketing vositalari haqida ma'lumotni ifodalashni o'rganish – 40 daqiqa</p> <p>3. Tadqiqot rejasini ishlab chiqish (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Аюпов Р.Х., Шорахмедов Ш.Ш., Обломуродов Н.Х., Имомқориева Ш.Р. Маркетинг (ўқув қўлланма). Тошкент, СБОА, “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашриёт уйи, Тошкент, 2003 йил.</p> <p>Hague P., Cupman J., Harrison M., Truman O. Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight (3rd Edition). Kogan Page. 2016. 400 p.</p> <p>Дюсембекова Ж.М. Маркетинговые исследования. Учебное пособие. Алматы.- Экономика. – 2009- 189 с</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

BESHINCHI HAFTA

Maqsadlar: Axborot nima ekanligini bilish va tushunish, uning marketingga qo'llanilishi va axborot almashishning samarali usullari.

Erishilgan maqsadlar: Beshinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi axborotni boshqarish haqida bilib oladi va marketing uchun ma'lumot almashishning samarali usullarini tanlash imkoniyatiga ega bo'ladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
5-hafta. 5-dars	Marketingda axborot	<p>1. Marketingda axborotning rolini aniqlash - 40 daqiqa</p> <p>2. Axborotni boshqarishga kirish – 40 daqiqa</p> <p>3. Marketing uchun ma'lumot almashishning samarali usullarini o'rganish (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Jason Hall, J. H. (2019, April 10). What Will Digital Marketing Look Like in 10. ... Retrieved July 8, 2019, from https://fivechannels.com/what-will-digital-marketing-look-like-in-10-years/</p> <p>Backaler J. Digital Influence: Unleash the Power of Influencer Marketing to Accelerate Your Global Business. (1st edition). Palgrave Macmillan. 2018. 214p.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

OLTINCHI HAFTA

Maqsadlar: Tashkiliy xulq-atvor nima ekanligini, tashkilot xatti-harakatlarining xususiyatlari va maqsadlarini, odamlar va tashkilotlarning o'zaro ta'sirini bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: Oltinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi samaradorlikni oshirish va biznes maqsadlariga erishish uchun tashkiliy xatti-harakatlarning qiyinchiliklari va imkoniyatlarini tushuna oladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
6-hafta. 6-dars	Tashkiliy xulq-atvor	<p>1. Tashkiliy xulq-atvorga kirish - 40 daqiqa</p> <p>2. Tashkiliy xatti-harakatlarning xususiyatlari va maqsadlarini tasvirlash – 40 daqiqa</p> <p>3. Tashkiliy xatti-harakatlarning qiyinchiliklari va imkoniyatlarini taqsimlash (seminar)– 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Дорофеева Л.И. Организационное поведение.</p> <p>http://elibrary.sgu.ru/uch_lit/1149.pdf</p> <p>Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации. Учебник. - М.: КНОРУС, 2009, -656 стр.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

ETTINCHI HAFTA

Maqsadlar: Aloqa strategiyasi, tashkilot xatti-harakatlarining xususiyatlari va maqsadlari, odamlar va tashkilotlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: Ettinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi marketingdagi aloqa strategiyalarini tushuna oladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
7-hafta. 7-dars	Marketingda kommunikatsiyalar strategiyasi	<p>1. Marketingda kommunikatsiya strategiyasiga kirish - 40 daqiqa</p> <p>2. Marketing aloqa kanallari va vositalarining ta'rifi – 40 daqiqa</p> <p>3. Aloqa strategiyalari imkoniyatlari ni o'rganish (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Chernev A., Kotler P. Strategic Marketing Management (9th edition). Cerebellum Press. 2018. 296 p.</p> <p>Ranchhod, A., & Gurau, C. (2007). Marketing strategies: A contemporary approach. Harlow: Financial Times Prentice Hall.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

SAKKIZINCHI HAFTA

Maqsadlar: Raqamli marketing nima ekanligini, uning turlari va uning marketing maqsadlarida qo'llanilishini bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: Sakkizinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi marketingda raqamli texnologiyalardan foydalanishi mumkin bo'ladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
8-hafta. 8-dars	Raqamli Marketing	<p>1. Marketingda raqamli texnologiyalar ni tushuntirish - 40 daqiqa</p> <p>2. Raqamli marketing va Internetni mashq qilish – 40 daqiqa</p> <p>3. Marketingda ijtimoiy tarmoqlarni muhokama qilish (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Neher K., Byers M., et al. Digital Marketing That Actually Works the Ultimate Guide: Discover Everything You Need to Build and Implement a Digital Marketing Strategy That Gets Results. 2019. 300p.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

TO‘QQIZINCHI HAFTA

Maqsadlar: Jamoatchilik bilan aloqalar nima ekanligini, marketingda, shu jumladan ijtimoiy marketingda PR (Jamoatchilik bilan aloqalar) imkoniyatlaridan qanday foydalanishni bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: To'qqizinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi marketingdagi PRning rolini va ijtimoiy dasturlar va tadbirlar uchun PRni qanday qo'llashni tushunishi mumkin..

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
9-hafta. 9-dars	PR va marketing	1. PR nima? - 40 daqiqa 2. PRning o'rni va ta'siri (seminar) – 40 daqiqa 3. Tushintirilgan material bo'yicha shug'illanish – 40 daqiqa	1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%; 2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%; 3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.	Materiallar: Taqdimot; Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p. McDonald J. Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business. CreateSpace Independent Publishing Platform; Workbook edition. 2019. 452p. Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.

O'NINCHI HAFTA

Maqsadlar: Reklama nima ekanligini, ommaviy axborot vositalarining turlarini, reklama maqsadlarini qanday belgilashni va reklama samaradorligini baholashni bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: O'ninchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi marketingda reklamaning o'rni va reklama maqsadlarini qanday belgilash va reklama samaradorligini baholashni tushunadi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
10-hafta. 10-dars	Marketingd a reklama	<p>1. Ommaviy axborot vositalarining reklama turlarini tavsiflash va taqqoslash - 40 daqiqa</p> <p>2. Reklama maqsadlarini belgilash – 40 daqiqa</p> <p>3. Reklama samaradorligin i baholash (seminar) – 40 min</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Минко И.С., Степанова А.А. Маркетинг: Учеб.пособие/Под ред. И.С. Минко.:СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. 155с.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

O'N BIRINCHI HAFTA

Maqsadlar: Loyiha, loyiha boshqaruvi nima ekanligini, marketingda loyiha yondashuvidan qanday foydalanishni bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: O'n birinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi loyihani boshqarish tamoyillarini tushunishi va marketing bo'yicha loyiha uchun taklif ishlab chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
11-hafta. 11-dars	Marketingd a loyiha boshqarish	1. Loyiha boshqaruviga kirish - 40 daqiqa 2. Loyihalar turlarini taqsimlash – 40 daqiqa 3. Tushintirilgan material bo'yicha shug'illanish – 40 daqiqa	1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%; 2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%; 3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.	Materiallar: Taqdimot; Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p. Р. Ньютон. Управление проектами от А до Я. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Пабlishерз, 2009. – 180 с. Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.

O'N IKKINCHI HAFTA

Maqsadlar: Nodavlat va notijorat tashkilot nima ekanligini bilish va tushunish, notijorat marketing uchun noyob marketing aralashmasini yaratish.

Erishilgan maqsadlar: O'n ikkinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi notijorat marketingning rolini muhokama qilishi, notijorat tashkilot uchun strategik marketing rejasini ishlab chiqishi mumkin.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
12-hafta. 12-dars	Nodavlat va notijorat tashkilotlar uchun marketing	<p>1. Notijorat sektori uchun marketing tamoyillari, tushunchalari va usullariga tayanish - 40 daqiqa</p> <p>2. Notijorat tashkilotda strategik marketing rejasini ishlab chiqish – 40 daqiqa</p> <p>3. Noyob marketing aralashmasini yaratish (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Iqbal S. A Practical Guide to NGO and Project Management: Non-Profit management. 2019. 317 p.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

O'N UCHINCHI HAFTA

Maqsadlar: Milliy xabardorlik kuni nima ekanligini bilish va tushunish, inklyuziv madaniyatga bag'ishlangan Milliy xabardorlik kunini tashkil qilish va o'tkazish uchun marketing strategiyalaridan qanday foydalanish.

Erishilgan maqsadlar: O'n uchinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi Milliy xabardorlik kunini tashkil qilishi va o'tkazishi mumkin bo'ladi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
13-hafta. 13-dars	Milliy xabardorlik kunini qanday o'tkaziladi?	<p>1. Milliy xabardorlik kuni nima, maqsad va strategiyalar. - 40 daqiqa</p> <p>2. Milliy xabardorlik kuni uchun strategiyalarni ishlab chiqish – 40 daqiqa</p> <p>3. Manfaatdor tomonlar bilan ishlash (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Hague P., Cupman J., Harrison M., Truman O. Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight (3rd Edition). Kogan Page. 2016. 400 p.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

O'N TO'RTINCHI HAFTA

Maqsadlar: Inklyuziv madaniyatga bag'ishlangan Milliy xabardorlik kuni misolida ijtimoiy tadbirlar va kampaniyalarni qanday baholashni bilish va tushunish.

Erishilgan maqsadlar: O'n to'rtinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi o'tkazilgan Milliy xabardorlik kunini baholashi mumkin.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
14-hafta. 14-dars	Milliy xabardorlik kunini qanday baholash?	<p>1. Ijtimoiy tadbir yoki kampaniyani baholash nima? - 40 daqiqa</p> <p>2. Baholash usullarini – 40 daqiqa</p> <p>3. Milliy xabardorlik kunini baholash (seminar) – 40 daqiqa</p>	<p>1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%;</p> <p>2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%;</p> <p>3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.</p>	<p>Materiallar:</p> <p>Taqdimot;</p> <p>Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing (17th Edition). Pearson. 2015. 736 p.</p> <p>Hague P., Cupman J., Harrison M., Truman O. Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight (3rd Edition). Kogan Page. 2016. 400 p.</p> <p>Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.</p>

O'N BESHINCHI HAFTA

Maqsadlar: Muvaffaqiyatli ijtimoiy marketing kampaniyalari uchun ishlatiladigan asosiy yondashuvlarni bilish va tushunish, muvaffaqiyatli hikoyalarni tanqidiy baholash.

Erishilgan maqsadlar: O'n beshinchi hafta tugagandan so'ng, talaba yoki ishtirokchi muvaffaqiyatli rejani yaxshiroq tushunish va ishlab chiqish uchun tanqli ijtimoiy marketing kampaniyalarini tanqidiy baholaydi.

Qo'shimcha izohlar:

Hafta / Dars	Dars mavzusi	Mashqlar	Baholash	Tavsiya etilgan materiallar yoki asbob-uskunalar
15-hafta. 15-dars	Ijtimoiy marketingning muvaffaqiyat hikoyalari	1. Ijtimoiy marketingning muvaffaqiyat hikoyalarni o'rganing - 40 daqiqa 2. Munozara – 40 daqiqa 3. Tanqidiy baholash (seminar)– 40 daqiqa	1. Darsdagi tadbirlarda ishtirok etish (rol o'yinlari, muhokamalar): 10%; 2. Darsdagi mashqlar, amaliy ishlar, amaliy mashg'ulotlar, testlar va h.k: 10%; 3. Jamoa ishida etakchilik uchun bonus: 5%.	Materiallar papkasida saqlanadigan materiallar: Taqdimot; Ferrell, O.C. (2005). A Framework for Understanding Organizational Ethics, in Business Ethics: New Challenges for Business Schools and Corporate Leaders. R.A. Peterson and O.C. Ferrell (eds.) Armonk, New York: M.E. Sharpe, 3-17. Homburg, C., H. Krohmer and J.P. Workman. (2004). A Strategy Implementation Perspective of Market Orientation, Journal of Business Research, Vol. 57, 1331-1340. Uskunalar: noutbuk, proyektor, doska, markerlar.