

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

QARSHI MUHANDISLIK IQTISODIYOT INSTITUTI

“Iqtisodiyot” fakul'teti

“Biznes va innovatsion menejment” kafedrası

Ro'yxatga olindi

№ 8

2022 yil “29” 08

“TASDIQLAYMAN”

O'quv-ishlari bo'yicha prorektor
dots. O.N. Bozorov



“MARKETING”

FAN SILLABUSI

Bilim sohasi:

400000-Biznes, boshqaruv va huquq

Ta'lim sohasi:

410000-Biznes va boshqaruv

Ta'lim yo'nalishi:

60411200 - Menejment (turmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim
yo'nalishi 2-kurs talabalari uchun mo'ljallangan

QARSHI – 2022 yil

Ushbu fan sillabusi Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti Kengashining 2022 yil _____dagi № _____-sonli yig'ilish qarori bilan tasdiqlangan namunaviy dastur asosida tuzilgan.

Tuzuvchi:
Murodova N.U. - "Biznes va innovatsion menejment" kafedrasida katta o'qituvchisi

Fan sillabusi Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti "Biznes va innovatsion menejment" kafedrasining 2022 yil "22" avgustdagi 01-son yig'ilishida muhokamadan o'tgan va "Iqtisodiyot" fakulteti Uslubiy Komissiyasida 2022 yil "24" avgustdagi 01-son yig'ilishida muhokama qilinib, tasdiqlangan.
Institut Uslubiy Kengashining 2022 yil "23" avgustdagi 1-son yig'ilishi qarori bilan o'quv jarayonida foydalanishga tavsiya etilgan.

O'quv-uslubiy boshqarma boshlig'i _____ dots. Sh.R. Turdiyev

"Iqtisodiyot" fakulteti
Uslubiy komissiyasi raisi: _____ dots. A.B. Qurbonov

"Biznes va innovatsion menejment" kafedrasida mudiri: _____ dots. A.N. Raximov

FAN SILLABUSI

QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI

"MARKETING" fani sillabusi

Fan/modul MARG6	O'quv yili 2022-2023	Semestr 3	ECTS - Kreditlar 6
Fan/modul turi Tanlov	Ta'lim tili O'zbek	Haftadagi dars soatlari 6	Jami yuklama (soat)
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	
Marketing	90	90	180

O'qituvchi haqida ma'lumot

Kafedra nomi	F.I.SH.	Biznes va innovatsion menejment
O'qituvchilar		Telefon nomeri
Ma'ruzachi	Murodova Nargiza Utkirovna	+998 907205687 e-mail nargiza_murodova@list.ru
Amaliy mashg'ulot	Murodova Nargiza Utkirovna	+998 907205687 nargiza_murodova@list.ru
Laboratoriya mashg'uloti		

I. Fanning mazmuni

Fanni o'qitishdan maqsad - talabalarda ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik yangilash va diversifikatsiya qilish, innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish, eksportga maxsulot chiqaradigan korxonalarning tashqi bozorlarda raqobatbardosh bo'lishini qo'llab-quvvatlash, qat'iy tejamkorlik tizimini joriy etish hamda jahon bozorida talab pasayib borayotgan bir sharoitda, ichki bozorda talabni rag'batlantirish hamda mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlash orqali xo'jalik yurituvchi subyektlarda marketing faoliyatini to'g'ri tashkil etish bo'yicha bilim va ko'nikma hosil qilishdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun fan talabalarni nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, iqtisodiy hodisa va jarayonlarga uslubiy yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashning shakllantirish vazifalarini bajaradi.

II. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetentliklar)

"Marketing" fanini o'zlashtirish jarayonida bakalavr quyidagilar bo'yicha nazariy bilimga ega bo'lishi kerak:

- Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyidagi talablar qo'yiladi. Talaba:
 - korxonalar doirasida marketing tizimining mohiyati; marketing xizmatlarining ahamiyati; marketing muhiti tushunchalari xaqida tasavvurga ega bo'lishi;
 - marketing konsepsiyasidan samarali foydalanish usullarini; korxonada raqobat muhitini shakllantirishni; marketing sohasidagi meyoriy xujjatlarini; bozorni segmentlash va xaridorlar turlarini aniqlashni; talab, taklif va bozor xajmini aniqlashni bilishi;
 - zamonaviy marketing konsepsiyalarini tadbqiq etish; bozor konyunkturasiini tadbqiq etish; tovar siyosatini samarali boshqarish; tovar raqobatchardoshligini oshirish; yangi tovarlarga narx belgilash; marketing kommunikatsiyasi elementlaridan foydalanish; reklama samaradorligini aniqlash ko'nikmalariga ega bo'lishi;
 - boshqaruv mehnatini ilmiy tashkil etish; menejer faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilish; mehnat jamoalarida xodimlarni boshqarish; nizolarni hal etish; talab, taklif va bozor xajmini aniqlash malakalariga ega bo'lishi kerak.

O'quv rejadagi boshqa fanlar bilan bog'liqligi

Mazkur fanni o'rganish uchun bakalavr-iqtisodchi davlat ta'lim standartlarida ko'zda tutilgan iqtisodiy fanlar bilan bevosita aloqada bo'ladi.

Fanni o'qitishda zamonaviy axborot va pedagogik texnologiyalar

Talaba "Marketing" fanini o'zlashtirishda ta'limning innovatsion usullaridan foydalanishi, yangi pedagogik, axborot va internet texnologiyalarini tadbqiq qilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Fanni o'zlashtirishda o'quv-uslubiy ta'minot (darslik, uquv va uslubiy qo'llanmalar, modul topshiriqlari)dan foydalanilish tavsiya etiladi. Ma'ruza va amaliy mashg'ulotlarda turli metod va vositalardan, xususan, aqliy xujum, klaster, amaliy ish va didaktik o'yinlar, portfolio, keys- stadi, shuningdek, kompyuter dasturlaridan (Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, TopS Business Integrator, Hyperion Enterprise, WebTrust, SysTrust) internet tizimlaridan foydalanish mumkin.

Fanni o'qitishda innovatsion pedagogik texnologiyalar, jumladan quyidagi interaktiv uslublardan, jumladan muhokama-munozara, jamoaviy muhokama yoki muammolar ruyxatini tuzish, vaziyatni o'rganish, tahlil qilish, bahs yoki munozaralar olib borish, tanqidiy fikrlash, rolli o'yinlar, kichik guruhlarda ishlash, aqliy hujum, klaster (tutam, bog'lam), baliq skeleti, ajurli arra, FSMU, bumerang, skarabey, kaskad, Veyer, pinbord, "T-sxema", delfi, blits-so'rov, "Nima uchun?" texnologiyalari, ma'ruza-anjuman texnikasi, BBXB (Bilaman, bilishni xohlayman, bilib oldim), konseptual va insert jadvallaridan keng foydalaniladi.

Fan bo'yicha ma'ruza matnlarini tayyorlashda chet mamlakatlar, jumladan Hamdo'stlik mamlakatlarida yangi chop etilib, "Internet" tizimi orkali tarqatilgan elektron darsliklar, o'quv qo'llanmalar va ma'ruza matnlaridan foydalaniladi. Shuningdek, ma'ruzalarni o'tishda elektron ma'ruzalardan, mavzularga mos multimediaali slaydlar va videofilmlardan foydalanish ko'zda tutiladi.

Amaliy mashg'ulotlarda elektron mashqlar va masalalar to'plamlaridan, kompyuterlar yordamida fan buyicha kompyuter o'yinlari, test savol-javoblari, laboratoriya mashg'ulotlarida esa qurilmalar va jihozlarning hamda texnologik jarayon kechishining kompyuterdagi elektron modellardan, virtual laboratoriyalardan foydalaniladi.

III. Ta'lim texnologiyalari va uslublari

- real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish;
- esse, tezis va maqolalar yozish;
- vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) yechish;
- jarayonli-yo'naltirilgan ta'lim;
- muhokamalarda ishtirok etish;
- kichik guruhlarda ishlash;
- loyiha ishi bajarish;
- mustaqil ishlarni bajarish;
- taqdimot tayyorlash;
- turli darajadagi testlarni yechish;
- so'rov o'tkazish.
- jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.

IV. Fan tarkibi (ma'ruza mashg'ulotlari)

№	Mavzular	Qisqacha mazmuni	soat
1.	Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari	Marketing mohiyati va ahamiyati. Marketingning vujudga kelish tarixi va uning rivojlanishidagi asosiy bosqichlar. Marketing nazariyasi konsepsiyasi va uning evolyusiyasi. Zamonaviy marketing tushunchasi bu – bozorga yo'naltirilgan ishlab chiqarish va sotuvni boshqarish tizimi. Marketing elementlari mazmuni va jarayoni. Marketing «miks» tushunchasi. Tovarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish jarayoni. O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash sharoitida marketing rivojlanish xususiyatlari.	4
2.	Marketingning funksiyalari, vazifalari va tamoyillari	Marketing asosiy tamoyillari. Marketing faoliyati va funksiyalari mazmuni. Marketing vazifalari. Tovar, narx, kommunikatsiya siyosati, tovarni harakatlantirish siyosati amalga oshirish. Talab holati va rivojlanishiga qarab marketing turlari. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida marketingni qo'llash tajribasi.	4
3.	Marketing tadqiqotlari va axborot tizimi	Axborot – marketingning asosi. Axborot tizimi. Axborot turlari va ularning tasnifi. Axborot to'plash usullari. To'plangan axborotni talqin qilish va qayta ishlash. Marketing axborotining	4

4.	Marketing tizimi va sohasi	asosiy elementlari. tartibga solib turishni takomillashtirish yo'llari. Marketing tizimi haqida tushuncha. Marketing turlari asosiy belgilari. Innovatsion marketing. Logistik marketing. Tarmoqlar marketing. Tovarlar marketingi. Xizmatlar marketingi. Ishlab chiqarish vositalari marketingi. Agromarketing, raqamli marketing, interaktiv marketing va boshqalar. Makromarketing va mikromarketing. Ichki va tashqi bozorlar marketingi. Xalqaro marketing. O'zbekistonda marketing faoliyatini tashkil etish. Tashqi muhit. Makromuhoit omillari: demografik, iqtisodiy, tabiat omillari, ilmiy-tehnika omillari, siyosiy huquqiy omillar, ijtimoiy-madaniy omillar. Bevosita o'zaro aloqalar: xaridorlar, raqobatchilar, ta'minotchilar, vositachilar, kontakt auditoriyalar.	2
5.	Strategik marketing	Marketingda strategik rejalashtirishning maqsad va vazifalari.Strategik rejalashtirishning asosiy tamoyillari. Strategik rejalashtirish bosqichlari.Taktik rejalashtirishning roli va o'imi. Marketing nazorati turi. Marketing tashishi	2
6.	Talabni qondirishni tadqiq etish va prognoz qilish	Talab tushunchasi, uning turlari, talabga ta'sir etuvchi omillar. Talabning elastikligi. Bozor elementlari. Bozor sig'imi. Bozor "kon'yunkturasi haqida tushuncha. Kon'yukturani shakllantiruvchi omillar. Bozor kon'yunkturasi asosiy ko'rsatkichlari: talab va taklif hajmi, narx, kon'yuktura kuzatishlari mazmuni va vazifalari. Bozor kon'yukturasi holati va uni baholash uslublari. Kon'yukturani shakllantiruvchi omillar.	4
7.	Bozor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitivlashtirish	Bozorni segmentlashning mohiyati va ahamiyati. Bozorni segmentlashning xususiyatlari. Bozorni segmentlash turlari.Bozorni segmentlashning asosiy tamoyillari. . Maqsadli bozor segmentlarini tanlash. Eng muhim bozor segmentlarini aniqlash. Tovarni bozorda joylashtirish.Segmentlash strategiyasini amalga oshirish.	4
8.	Raqobatli strategiyalar	Raqobat. Raqobat tushunchasi va mohiyati. Raqobat turlari va shakllari. Raqobatli ustunlik. Raqobatbardoshlik. Raqobatchilarni tahlili. Raqobatchilarni aniqlash. Raqobatchilarni baholash. "Yaxshi" va "Yomon" raqobatchilar. Marketing strategiyalariga yondashuvlar. Bozor lideri strategiyasi.	2
9.	Tovar siyosati	Tovar – ehtiyojlarni qondirish vositasi. Tovar assortimenti va sifat marketing tizimida. Raqobat	4

		va tovar raqobatbardoshligi. Tovarning hayotiylik davri va uning asosiy bosqichlari. Yangi tovar tushunchasi. Yangi tovarni baholash mezonlari. Tovarni bozorga samarali joriy qilish jarayoni.	
10.	Narx siyosati	Narxning mohiyati va ahamiyati. Narx siyosatini shakllantirish. Narx darajasini hisob-kitob qilish usullari. Tovarning hayotiylik davriga qarab narx o'zgarishi. Narxning rag'batlantirish xususiyatlaridan foydalanish. Yangi tovarlar uchun narx strategiyasi.	4
11.	Sotish siyosati	Savdo nazariyasi va uni rivojlanishi. Savdoning iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy ahamiyati. Chakana savdo. Ulgurji savdo. Vositachini tanlash va sotish tarmog'ini shakllantiruvchi omillar. Savdoda sotuvchi, iste'molchi va vositachilarni rag'batlantirishusullari. Firmaning sotish siyosati va uni rivojlanirish tendensiyalari. Sotish siyosatining vazifasi. Sotish kanalini shakllantirish. Tovar harakati bo'yicha qarorlarni shakllantirish.	4
12.	Kommunikatsiya siyosati	Kommunikatsiya tushunchasi. Talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirishda kommunikatsiyaning ahamiyati. Kommunikatsiya va sijitish marketingning muhim elementidir. Savdo reklamasi iqtisodiy-ijtimoiy mohiyati va ahamiyati. Servis xizmatini tashkil etishda reklama xususiyatlari. Imidj. Marketing kommunikatsiyasi rejas.	4
13.	Interaktiv marketing	To'g'ridan-to'g'ri marketing. To'g'ridan-to'g'ri marketingning yangi modellari. To'g'ridan-to'g'ri marketingning ustunliklari va rivojlanishi. Mijozlarning ma'lumotlar bazasi va To'g'ridan-to'g'ri marketing. To'g'ridan-to'g'ri marketing shakllari. To'g'ridan-to'g'ri pochta tarqatuv asosidagi marketing. Telemarketing. Internet marketing. Marketing va internet. Integratsiyalashgan marketing.	2
Jami			44

Amaliy mashg'ulotlar

"Marketing" fani bo'yicha amaliy mashg'ulotlarning kalendar tematik rejas

T/r	Amaliy mashg'ulot mavzulari	soat
1	Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari	4
2	Marketingning funksiyalari, vazifalari va tamoyillari	4
3	Marketing tadqiqotlari va axborot tizimi	4

4	Marketing tizimi va sohasi	2
5	Strategik marketing	2
6	Talabni qondirishni tadqiq etish va prognoz qilish	4
7	Bozor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitivlashtirish	4
8	Raqobatli strategiyalar	4
9	Tovar siyosati	4
10	Narx siyosati	4
11	Sotish siyosati	4
12	Kommunikatsiya siyosati	4
13	Interaktiv marketing	2
Jami		46

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.

Laboratoriya mashg'ulotlari

Laboratoriya mashg'ulotlari rejalashtirilmagan.

V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Talaba mustaqil ishining asosiy maqsadi – o'qituvchining rahbarligi va nazoratida muayyan o'quv ishlarini mustaqil ravishda bajarish uchun bilim va ko'nikmalarni shakllantirish va rivojlantirish.

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

Talabalar mustaqil ta'limining mazmuni va hajmi

T/r	Mustaqil ta'lim mavzulari	Ajratilgan soat
1.	"Marketing" fanining predmeti, mazmuni va vazifalari	6
2.	Marketingni rivojlantirish evolyusiyasi va konsepsiyasi	6
3.	Marketing tamoyillari vazifalari, funksiyalari va turlari.	6
4.	Marketing muhiti	6
5.	Marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash	8
6.	Marketing dasturi	6
7.	Strategik va taktik rejalashtirish, marketing nazorati	6
8.	Bozor konyunkturasini tadqiq etish va bashorat qilish	8
9.	Bozor segmentatsiyasi va xaridorlar turlari	6
10.	Marketingda tovar va tovar siyosati	6

11.	Marketingda narx va narx siyosati	8
12.	Marketingda sotish siyosati va rag'batlantirish siyosati	6
13.	Marketingda kommunikatsiya siyosati	6
14.	Marketingda raqobat va raqobatbardoshlik	6
Jami		90

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyiha ishi, esse, tezis yoki ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.

VI. Talabalar bilimni baholash mezonlari va kreditlarni olish uchun talablar

Fanga oid nazariy materiallar ma'ruza mashg'ulotlarini ma'ruzalarda ishtirok etish va kredit-modul platformasi orqali ma'ruzalarni mustahkamlash hamda belgilangan test savollarga javob berish orqali amalga oshiriladi.

Amaliy va laboratoriya mashg'ulotlari bo'yicha amaliy ko'nikmalar hosil qilish va o'zlashtirish mashg'ulotlarga to'liq ishtirok etish va modul platformasi orqali topshiriqlarni bajarish natijasida nazorat qilinadi.

Mustaqil ta'lim mavzulari modul platformasi orqali berilgan mavzular bo'yicha topshiriqlarni bajarish (test, referat va boshqa usullarda) bajariladi.

Fan bo'yicha talabalar test usulida oraliq nazorat va og'zaki (yoki test) usulida yakuniy nazorat topshiriladi.

Talabalar bilimi O'zbekiston Respublikasi OO'MTVning 2018 yil 9 avgustdagi 9-2018-son buyrug'i bilan tasdiqlangan "Oliy ta'lim muassasalarida talabalar bilimni nazorat qilish va baholash tizimi to'g'risidagi Nizom" asosida baholanadi.

Talabalar bilimni quyidagi mezonlar asosida:

talaba mustaqil xulosa va qaror qabul qiladi, ijodiy fikrlay oladi, mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qo'llay oladi, faning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda — 5 (a'lo) baho;

talaba mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qo'llay oladi, faning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda — 4 (yaxshi) baho;

talaba olgan bilimni amalda qo'llay oladi, faning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda — 3 (qoniqarli) baho;

talaba fan dasturini o'zlashtirmagan, faning (mavzuning) mohiyatini tushunmaydi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega emas deb topilganda — 2 (qoniqsiz) baho bilan baholanadi.

Yakuniy nazorat turini o'tkazish va mazkur nazorat turi bo'yicha talabalarining bilimni baholash o'quv mashg'ulotlarini olib bormagan professor-o'qituvchi tomonidan amalga oshiriladi.

Fan dasturida berilgan baholash mezonlari asosida fanni o'zlashtirgan talabalarga tegishli ta'lim yo'nalishi (magistratura mutaxassisligi) o'quv rejasida ushbu fanga ko'rsatilgan kredit beriladi.

VII. Asosiy va qo'shimcha o'quv adabiyotlar hamda axborot manbalari

Asosiy adabiyotlar

1. Ergashxodjaeva Sh.DJ., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta mahsus vazirligi - T.: Iqtisodiyot, 2018.-315 b.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Котлер, А.Гари. - М.: «Вильямс», 2016. - 752 с.
3. Ergashxodjaeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: Iqtisodiyot, 2019.-305 b.

Qo'shimcha adabiyotlar

4. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi - T.: O'zbekiston, NMIU, 2017
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "2017-2021 yillardagi O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasi" to'g'risidagi PF-4947-sonli Farmoni. - O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2017y. www.lex.uz
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 30 oktabrdagi PF-5564-sonli "Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi Farmoni. - // Xalq so'zi, 2018-yil 31 oktabr, №225 97183)
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 7 martdagi "Iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga innovatsiyalarni joriy etirish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi PQ-3698-sonli qarori. - Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 09.13.2018y.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 21 noyabrda PQ-4022-sonli "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora tadbirlari to'g'risida" gi qarori. - Qonun xujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 22.11.208y.
9. Mirziyoyev Sh. M. Asosiy maqsadimiz - mamlakatimizni yanada taraqqiy ettirish va xalqimiz farovonligini yuksaltirishdir. - / Xalq so'zi, 2017 yil 28-aprel, №84 (6778).
10. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. England, 2016, Paperback: 720pages, Pearson
11. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United States of America 2012y
12. Kotler F., Armstrong G., Vong V., Sonders Dj. Основы маркетингаб 5-е европейское изд. Учебник. - М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2013.-752с.
13. Маркетинг: основы, закономерности, перспективы развития: учебное пособие / М.Г. Подопригора, Е.Л. Макарова; Южный федеральный университет. - Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2016.-86с.
14. Маркетинг: учеб. Пособие / Ю.Ю. Сулова, У.В.Щербенко, О.С. Веремеенко, О.Г.Алешина.- Красноярск: Сиб.федер. ун-т, 2018. - 380с.
15. Soliyev A., Buzrukhonov S. Marketing, Bozorshunoslik. Darslik. - T.: Iqtisod-Moliya, 2010/-424b.
16. Щегорцов В.А., Таран В.А., Шойгу И.А., Щегорцев М.В. Основы маркетинга: учебник для вузов. -М.: Дело, 2016.-414с.
17. Yusupov M.A., Abduraxmonova M.M. Marketing. O'quv qo'llanma. -T.: Iqtisodiyot, 2012-190b.

Axborot manbalari

18. www.gov.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
19. www.uz.a.uz - O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti
20. www.cer.uz - Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
21. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi