

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM
VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**A.SH. BEKMURADOV, A.A. MUSALIYEV,
SH.I. XASHIMXODJAYEV**

AXBOROT BIZNESI

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi oliy o‘quv yurtlararo ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi kengashi tomonidan o‘liy o‘quv yurtlarining “Iqtisodiyotda axborot texnologiyalari va tizimlari” magistratura mutaxassisligi talabalari uchun o‘quv qo‘llanma sifatida tavsiya etilgan

TOSHKENT - “IQTISODIYOT” – 2019

Bekmuradov A.Sh., Musaliyev A.A., Xashimxodjayev Sh.I. Axborot biznesi: O‘quv qo‘llanma. – T.: «IQTISODIYOT», 2019. – 159 b.

Axborot biznesining hamda axborot mahsulotlari va xizmatlari marketingi asoslari va shakllanish konsepsiyalari ochib berilgan.

Axborot mahsulotlari va xizmatlari bozorining asosiy tushunchalari, tuzilmasi, tarkibi va mazmuni, axborot mahsulotlari va xizmatlari marketingining asosiy qoidalari hamda marketing qarorlarini qabul qilish texnologiyasi ko‘rib chiqilgan. Marketing axborot tizimlarini yaratish asoslari yoritilgan.

Taqrizchilar:

A.T. Shermuxamedov, fizika-matematika fanlari doktori, professor;

A.A. Almuradov, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent.

Раскрываются основы и концепции формирования информационного бизнеса, а также маркетинга информационных продуктов и услуг. Рассматриваются основные понятия, состав, структура и содержание рынка информационных продуктов и услуг, основные положения маркетинга информационных продуктов и услуг, а также технология принятия маркетинговых решений. Освещаются основы построения маркетинговых информационных систем.

Рецензенты:

A.T. Шермухамедов, доктор физико-математических наук, профессор;

A.A. Алмурадов, кандидат экономических наук, доцент.

The basics and concepts of the formation of the information business, as well as the marketing of information products and services are revealed. The basic concepts, composition, structure and content of the market of information products and services, the main provisions of the marketing of information products and services, as well as technology for making marketing decisions are considered. The basics of building marketing information systems are highlighted.

Reviewers:

A.T. Shermukhamedov, doctor of physical and mathematical sciences, professor;

A.A. Almuradov, candidate of economic sciences, associate professor.

ISBN-000000

УДК: 0000000

ББК 0000000

© «IQTISODIYOT», 2019.

© A.Sh. Bekmuradov, A.A. Musaliyev,

Sh.I. Xashimxodjayev, 2019