

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT TO‘QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT INSTITUTI**

Qo‘lyozma huquqida
UO‘K: 659.1.011.4:677.001.76

AXMEDOVA NAZOKAT ZIKIRILLO QIZI

**KORXONALARDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATI
SAMARADORLIGINI OSHIRISH**

08.00.11–Marketing (iqtisodiyot fanlari)

**Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori ilmiy darajasini
olish uchun yozilgan
D I S S E R T A T S I Y A**

Ilmiy rahbar: Muminova Nargiza Maxsudjonovna
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Toshkent – 2026

MUNDARIJA:

KIRISH	3
I BOB. KORXONALARDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATINING ILMIY NAZARIY ASOSLARI	12
1.1. Mediareklamaning nazariy-uslubiy asoslari.....	12
1.2. Mediareklama faoliyatining mazmuni, mohiyati va turlari.....	23
1.3. Mediareklamaning onlayn biznesdagi o‘rni.....	29
Birinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	40
II BOB. O‘ZBEKISTONDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATI SAMARADORLIGI TAHLILI	42
2.1. Korxonalarda mediareklamadan foydalanishda xorijiy mamlakatlar tajribasi tahlili.....	42
2.2. O‘zbekistonda mediareklama faoliyati holati tahlili.....	53
2.3. Korxonalarda mediareklama faoliyati samaradorlik ko‘rsatkichlari tahlili.....	70
Ikkinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	83
III BOB. YENGIL SANOAT KORXONALARIDA MEDIAREKLAMA FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	86
3.1. Korxonada mediareklamani rivojlantirishda marketpleyslardan foydalanishni takomillashtirish.....	86
3.2. Onlayn platformalarda korxonada mediareklama samaradorligini baholash usullarini takomillashtirish.....	104
3.3. To‘qimachilik korxonalarida mediareklama ko‘rsatkichlarini ekonometrik tadqiq qilish.....	116
Uchinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	132
XULOSALAR	134
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI	138
ILOVALAR	145