

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



**Sh.Dj. Ergashxodjaeva, M.S. Qosimova,**  
**M.A. Yusupov**

# **MARKETING**

# **ASOSLARI**

*Darslik*

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi huzuridagi Muvofiqlashtiruvchi kengash tomonidan 5230400-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha) bakalavriat ta‘lim yo‘nalishida tahsil olayotgan talabalar uchun darslik sifatida tavsiya etilgan*

UO‘K: 347.214.21(075)

KBK: 67.404.1

K 98

Yo-18

**Ergashxodjayeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Darslik. - T.: «IQTISODIYOT», 2019. - 304 bet.**

Mazkur darslikda marketing asoslarining asosiy holatlari yoritilgan. Marketingni ijtimoiy-iqtisodiy asoslari batafsil bayon etilgan. Uning rivojlanish evolyusiyasi, konsepsiyalari, funksiyalari, vazifalari va turlari yozilgan. Marketing faoliyatini axborot ta‘minoti va marketing tizimi savollari muhokama etilgan. Marketing faoliyatini rejalashtirish, talabni qondirishni tadqiq etish va prognoz qilish masalalariga katta e‘tibor berilgan. Bozor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitsiyalashtirish masalalari, shuningdek, tovar, narx, sotish va kommunikatsiya siyosatlarini, raqobat va raqobatbardoshlik masalalari keng bayon etilgan. SHuningdek, darslikning har bir mavzusi bo‘yicha nazorat savollari, testlar va glossariy berilgan.

Mazkur darslik bakalavriatning “Marketing (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)” ta‘lim yo‘nalishi talabalari, magistrleri, iqtisodiy oliy ta‘lim muassasalari va fakultetlari o‘qituvchilari, qayta tayyorlash va malakasini oshirish kursi tinglovchilari, marketing sohasi bo‘yicha qiziquvchi keng kitobxonlar uchun mo‘ljallangan.

В учебнике освещены основные положения основ маркетинга. Подробно излагаются социально-экономические основы маркетинга. Описаны эволюционное развитие, концепции, функции, задачи и виды маркетинга. Обсуждаются вопросы информационного обеспечения маркетинговой деятельности и системы маркетинга. Особое внимание уделено вопросам планирования маркетинговой деятельности, исследования удовлетворения и прогнозирования спроса. Изложены широко вопросы рыночной сегментации и позиционирования товара на рынке, а также товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политики, конкуренция и конкурентоспособность. А также, по каждой теме даны контрольные вопросы, тесты для самопроверки и глоссарий.

Данный учебник предназначен для студентов бакалавриата по направлению “Маркетинг (по отраслям и сферам)”, магистров, преподавателей экономических вузов и факультетов, слушателей курса переподготовки и повышения квалификации, широкого круга читателей, интересующихся сферой маркетинга.

This textbook details actual problems as socio-economic bases, functions, tasks and types of marketing, system of marketing research and information system, marketing system, research of satisfaction and forecasting of demand, market segmentation and positioning of goods on the market, competitive strategies, commodity, price, marketing and communication policies, interactive marketing. This tutorial also provides a glossary, tests on topics.

The textbook is designed to bachelor and graduate students on the specialization “Marketing (by branches and spheres)”, listeners of retraining and advanced training courses, as well as a wide range of readers interested in marketing.

**ISBN: 978-9943-6062-4-1**

**UO‘K: 347.214.21(075)**

**KBK: 67.404.1**

© «IQTISODIYOT», 2019

© Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S.,  
Yusupov M.A., 2019