

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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

SH.Dj. ERGASHXODJAEVA, A.N. SAMADOV,
N.E. ALIMXODJAYEVA, I.B. SHARIPOV

MARKETING KOMMUNIKATSIYASI

TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019

MUNDARIJA

KIRISH.....	14
1-BOB. MARKETING KOMMUNIKATSIYASINING NAZARIY ASOSLARI	16
1.1. Marketing kommunikatsiyasini o‘rganishning dolzarbligi	16
1.2. Kommunikatsiya axborot aloqalari jarayoni sifatida	17
1.3. Integrasiyalangan marketing kommunikatsiyalari kompleksi	21
1.4. Marketing kommunikatsiyasi kompleksi: elementlari, ularning shakllari va mazmuni	24
Nazorat va muhokama uchun savollar.....	29
2-BOB. MARKETING KOMMUNIKATSIYASI KOMPLEKSINI YARATISH VA BOSHQARISH	31
2.1. Marketing kommunikatsiyalari kompleksini ishlab chiqish	31
2.2. Integrasiyalangan marketing kommunikatsiyasini boshqarish	37
Nazorat va muhokama uchun savollar.....	47
3- BOB. SOTISHNI RAG‘BATLANTIRISH	48
3.1. Sotishni rag‘batlantirishning mohiyati hamda maqsadi	48
3.2. Sotishni rag‘batlantirish strategiyalari	53
3.3. Narx bilan bog‘liq rag‘batlantirish strategiyalari	56
3.4. Sotishni rag‘batlantirish tadbirlari haqida xabardor qilish usullari	60
Nazorat va muhokama uchun savollar.....	62
4-BOB. SHAXSIY SOTUV	63
4.1. Shaxsiy sotish mazmuni mohiyati va vazifalari	63
4.2. Ishbilarmonlik muloqoti uslubi	66
4.3. Shaxsiy sotishda telemarketingni ahamiyati	73
Nazorat va muhokama uchun savollar.....	75
5-BOB. PABLIK RILEYSHNZ CHORA-TADBIRLARI	76
5.1. Pablik rileyshnz tushunchasi va uning mohiyati	76
5.2. Korxonada pablik rileyshnz tashkil qilish	77
5.3. Pablik rileyshnz maqsadlari, vazifalari va funksiyalari	81
5.4. Pablik rileyshnz tadbirlarini tashkil qilish	83
Nazorat va muhokama uchun savollar.....	93