

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

MARKETING

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

Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S.,

Yusupov M.A.

MARKETING

O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi huzuridagi Muvofiqlashtiruvchi kengash tomonidan 5111000-Kasb ta‘limi (yo‘nalishlar bo‘yicha), 5230100-Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha), 5230200-Menejment (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha), 5231400-Statistika (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha), 5231600-Mehnat iqtisodiyoti va sotsiologiyasi, 5231700-Kadrlar menejmenti, 5231900-Korporativ boshqaruv, 5330200-Informatika va axborot texnologiyalari (tarmoqlar bo‘yicha) bakalavriat ta‘lim yo‘nalishlarida tahsil olayotgan talabalar uchun darslik sifatida tavsiya etilgan

**TOSHKENT
«IQTISODIYOT»
2018**

UO‘K: 347.214.21(075)

KVK 67.404.1

K 98

Yo-18

Marketing. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. - O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi - T.: «IQTISODIYOT», 2018. - 361 bet. ISBN: _____

Ushbu darslikda marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari, funksiyalari, vazifalari va turlari, marketing tadqiqotlari va axborot tizimi, marketing tizimi, strategik marketing, talabni qondirishni tadqiq qilish va prognoz qilish, bozor segmentasiyasi va tovarni bozorda pozitsiyalashtirish, raqobatli strategiyalar, tovar, narx, sotish va kommunikatsiya siyosatlarini, interaktiv marketing kabi dolzarb muammolar batafsil bayon etilgan. Shuningdek, ushbu darslikda izohli lug‘at, mavzular bo‘yicha testlar keltirilgan.

Mazkur darslik bakalavriatning barcha ta’lim yo‘nalishi talabalari uchun mo‘ljallangan.

В данном учебнике подробно освещены актуальные проблемы как социально-экономические основы, функции, задачи и виды маркетинга, система маркетинговых исследований и информационная система, система маркетинга, исследование удовлетворения и прогнозирование спроса, рыночная сегментация и позиционирование товара на рынке, конкурентные стратегии, товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политики, интерактивный маркетинг. В данном учебнике также приводятся глоссарий, тесты по темам.

Данный учебник предназначен для студентов по всем направлениям бакалавриата.

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.

This textbook is intended for students in all areas of the undergraduate program.

© Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A., 2018

© «IQTISODIYOT», 2018