

559. 12/104/

E-5B

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA TIL XUSUSIY TA'LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**Sh.Dj. ERGASHXODJAEVA, M.S. QOSIMOVA,
M.A. YUSUPOV**

MARKETING

O'zbekiston Respublikasi oliy va o'rta xusus ta'lim vazirligi huzuridagi Muvofiqlashtiruvchi kengashining 52311000-Kasb ta'limi (yo'nalishlar bo'yicha), 5230100-Iqtisodiy 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 menejment, 5330200-Informatika va axborot texnologiyalari (tarmoqlar bo'yicha) bakalavriat ta'lim yo'nalishlarida tahsil olayotgan talabalar uchun darslik sifatida tavsiya etilgan

#503/30

TOSHKENT – IQTISODIYOT – 2018

UO'K: 339.138 (075)
KBK 65.050.9 (2)

Ergashxodjayeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing. Darslik
- T.: «IQTISODIYOT», 2018. – 315 bet.

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.

Mas'ul muharrir:

и.ф.д., проф. Б.Ходиев

Taqrizchilar:

и.ф.д., проф. М.Икрамов

и.ф.д., проф. Д.Суюнов

Эргашходжаева Ш.Дж., Касимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. –Т.:
«IQTISODIYOT». 2018. - 315 с.

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.

Ответственный редактор:

д.э.н., проф. Б.Ходиев

Рецензенты:

д.э.н., проф. М.Икрамов

д.э.н., проф. Д.Суюнов

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.

UO'K: 339.138 (075)
KBK 65.050.9 (2)

© «IQTISODIYOT» nashriyoti, 2018.
© Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S.,
Yusupov M.A., 2018.