

1.2.10

✓
O'zbekiston Respublikasi
Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi

K

Toshkent Davlat iqtisodiyot universiteti

A.Sh.Bekmuradov, M.S.Qosimova, B.J.Safarov, Sh.A.Musaeva

MARKETINGNI BOSHQARISH

Ma'm

Toshkent-2007

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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

**A.SH. BEKMURADOV, M.S. QOSIMOVA, B.J. SAFAROV,
SH.A. MUSAYEVA**

MARKETINGNI BOSHQARISH

**O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi o'quv-
metodik birlashmalar faoliyatini Muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan
"Marketing" ta'lim yo'nalishi talabalari uchun o'quv qo'llanma sifatida
tavsiya etilgan**

828 704

ТНУ
kutubxonasi

2/3

TOSHKENT - 2007

339.138 (07)
M 31

Bekmuradov A.Sh., Qosimova M.S., Safarov B.J., Musaeva Sh.A.
Marketingni boshqarish. O'quv qo'llanma. -Toshkent, 2006 y. bet.

Ushbu o'quv qo'llanmada keng qamrovlilik sharoitida marketingni boshqarishdagi asosiy tendensiyalari, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishning asosiy omillari, marketing kontsepsiyalari, bozor imkoniyatlari tahlili, marketingni rejalashtirish, marketing strategiyasini ishlab chiqish, marketingni tashkil etish, marketing nazorati kabi masalalarni yoritib berishga katta ahamiyat berilgan.

Tovar siyosatini boshqarish, savdo markasi, baho siyosatini boshqarish, chakana va ulgurji savdoni boshqarish, marketing logistikasi, marketing kommunikatsiyalari kompleksini yaratish va boshqarish masalalari atroflicha yoritib berilgan.

Qo'llanma oliy o'quv yurtlari talabalariga, magistrlar, aspirantlar, tadbirkorlar hamda marketingni boshqarish fani bilan qiziquvchi keng kitobxonlar ommasiga mo'ljallangan.

Ma'sul muharrir: iqtisod fanlari doktori, professor D.M.Muxiddinov.

Taqrizchilar: iqtisod fanlari nomzodi, dotsent A.N.Samadov.

iqtisod fanlari nomzodi, dotsent I.Axmedov.

Бекмуратов А.Ш., Касымова М.С., Сафаров Б.Ж., Мусаева Ш.А.
Управление маркетингом. Учебное пособие. -Ташкент, 2006 г стр.

В данном учебном пособии излагаются такие вопросы как, основные тенденции управления маркетингом в условиях глобализации, основные факторы удовлетворения потребностей потребителей, концепции маркетинга, анализ рыночных возможностей, планирование маркетинга, разработка маркетинговой стратегии, организация маркетинга, контроль маркетинга. Подробно освещены такие вопросы как, управление товарной политики, торговая марка, управление ценовой политикой, управление розничной и оптовой торговлей, маркетинговая логистика, создание и управление комплекса маркетинговых коммуникаций. Учебное пособие предназначено для студентов, магистров и аспирантов вузов, а также предпринимателям и всем интересующимся вопросам управления маркетинга.

Ответственный редактор: доктор экономических наук, профессор Д.М. Мухиддинов.

Рецензенты: кандидат экономических наук, доцент А.Н.Саматов.

кандидат экономических наук, доцент И.Ахмедов.

Bekmuradov A.Sh., Kasimova M.S., Safarov B.J., Musaeva Sh.A.
Management of marketing. The manual.- Tashkent. 2006, pages.

In data educational the grant such questions as, the basic tendencies of management by marketing in conditions of globalization, major factors of satisfaction of needs of consumers are stated, to the concept of marketing, the analysis of market opportunities, planning of marketing, development of marketing strategy, the organization of marketing, the control of marketing. The questions as, management of commodity policy, the trade mark, management of a price policy, management of retail and wholesale trade, marketing logistics, creation and management of a complex of marketing communications in detail are taken.

The manual is intended for students, masters and post-graduate students of high schools, and also to businessmen and all are interested by questions of management of marketing.

The Editor-in-chief: Doctor of Economics, professor D.M Muhiddinov

Reviewers: Cand.Econ.Sci., senior lecturer A.N.Samadov.

Cand Econ.Sci., senior lecturer I.Axmedov.