

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

UDK 339.138:378(575.1)

SHAMSHIYEVA NARGIZAXON NOSIRXO‘JA QIZI

**OLY TA‘LIM MUASSASALARIDA MARKETING FAOLIYATINI
TASHKIL ETISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11-Marketing

08.00.05 – Xizmat ko‘rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti

Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy maslahatchi: G.N. Axunova
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

TOSHKENT – 2024

MUNDARIJA

KIRISH.....	4
I BOB. OLIY TA’LIM MUASSASALARINING MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	17
1.1. Bozor subyektlarining marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish nazariyalari hamda zamonaviy konsepsiyalari.....	17
1.2. Oliy ta’lim muassasalari innovatsion iqtisodiyotning drayveri sifatida.....	39
1.3. Oliy ta’lim muassasalarining marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarishga ilmiy-nazariy yondashuvlar sharhi.....	50
I Bob bo’yicha xulosa.....	65
II BOB. OLIY TA’LIM MUASSASALARINING MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING ILMIY METODOLOGIK ASOSLARI	67
2.1. Oliy ta’lim muassasalari raqobatbardoshligini oshirishga yo’naltirilgan marketing faoliyatini tashkil etishning zamonaviy usul va yondashuvlari.....	67
2.2. Oliy ta’lim muassasalarining innovatsion ta’lim loyihalari asosida raqobatbardoshligini oshirishning marketing muammolari	84
2.3. Oliy ta’lim muassasalari marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish bo’yicha xalqaro tajribalari	96
II Bob bo’yicha xulosa.....	108
III BOB. OLIY TA’LIM MUASSASALARINING RIVOJLANISHI VA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH HOLATI	109
3.1. O‘zbekiston OTM larning ilmiy-texnik rivojlanish dinamikasi va marketing faoliyatini tashkil etish mexanizmlari.....	109
3.2. Oliy ta’lim muassasalarining intellektual salohiyati, ilmiy faoliyatini va innovatsion tizimlarini shakllanishi	124
3.3. Mahalliy OTM larning ilmiy-innovatsion mahsulotlarini tijoratlashtirish faoliyatini tashkil etish tizimi.....	133
III Bob bo’yicha xulosa.....	144

IV BOB. OLIY TA'LIM MUASSASALARINING MARKETING FAOLIYATINI SAMARALI TASHKIL ETISHNING STRATEGIK VA USTUVOR YO'NALISHLARI	147
4.1. Universitetlarning talabalarga moslashuvchan marketing strategiyalarini ishlab chiqishga yondashuvlar.....	147
4.2. Universitetlarning ilmiy-innovatsiyalar bozoriga samarali kirishga yo'naltirilgan marketing vositalarini ishlab chiqish.....	165
4.3. O'zbekiston universitetlari uchun Transformatsiya markazining konseptual modelini yaratish asosida raqobatbardoshligini oshirish	175
IV Bob bo'yicha xulosa.....	198
Xulosa.....	200
Foydalanilgan adabiyotlar	204