

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI  
ILMIY DARAJALAR BERUVCHI DsC. 03/30.12.2020.I.16.02  
RAQAMLI ILMIY KENGASH ASOSIDAGI BIR MARTALIK ILMIY  
KENGASH**

---

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**HOJIYEVA IRODA AVEZOVNA**

**RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA IJTIMOIIY MEDIA  
MARKETING (SMM) FANINI O‘QITISHNING INNOVATSION  
LOYIHALASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH  
(iqtisodiyot ta‘lim yo‘nalishi misolida)**

**13.00.02-Ta‘lim va tarbiya nazariyasi va metodikasi**

**PEDAGOGIKA FANLARI BO‘YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD)  
DISSERTATSIYASI AVTOREFERATI**

**Toshkent – 2024**

**Pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi  
avtoreferati mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по  
педагогическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of Doctor of philosophy (PhD) of a  
pedagogical science**

**Hojiyeva Iroda Avezovna**

Raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketing (SMM) fanini o'qitishning innovatsion loyihalash metodikasini takomillashtirish (iqtisodiyot ta'lim yo'nalishi misolida)..... 3

**Хожиева Ирода Аvezовна**

Совершенствование инновационных проектных методов обучения социального медиа маркетинга (СММ) в условиях цифровой экономики (на примере экономического образования) ..... 25

**Khojjeva Iroda Avezovna**

Improving innovative project-based methods of teaching social media marketing (SMM) in the digital economy (on the example of economic education)..... 49

**E'lon qilingan ishlar ro'yxati**

Список опубликованных работ  
List of published works..... 56

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI  
ILMIY DARAJALAR BERUVCHI DsC. 03/30.12.2020.I.16.02  
RAQAMLI ILMIY KENGASH ASOSIDAGI BIR MARTALIK ILMIY  
KENGASH**

---

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**HOJIYEVA IRODA AVEZOVNA**

**RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA IJTIMOYIY MEDIA  
MARKETING (SMM) FANINI O'QITISHNING INNOVATSION  
LOYIHALASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH  
(iqtisodiyot ta'lim yo'nalishi misolida)**

**13.00.02-Ta'lim va tarbiya nazariyasi va metodikasi**

**PEDAGOGIKA FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD)  
DISSERTATSIYASI AVTOREFERATI**

**Toshkent – 2024**

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida  
B2023.4.PhD/ped6632 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bajarilgan.  
Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, ingliz, rus (rezyume) Ilmiy kengashning web-sahifasida  
(www.tsue.uz) va "Ziyonet" Axborot-ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

**Ilmiy rahbar:**

**Xakimova Muxabbat Fayziyevna**  
pedagogika fanlari doktori, professor

**Rasmiy opponentlar:**

**O'sarov Jabbor Eshbekovich**  
pedagogika fanlari doktori, professor

**Shodiyeva Matlyuba Jo'rayevna**  
pedagogika fanlari doktori, dotsent

**Yetakchi tashkilot:**

**Buxoro davlat universiteti**

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi  
DsC. 03/30.12.2020.I.16.02 raqamli Ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengashning 2024-yil "10"  
12 soat 14:00 dagi majlisida bo'lib o'tadi (manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov  
ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-01-49, faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdiu@tsue.uz).

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining Axborot-resurs markazida tanishish  
mumkin (153 raqam bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-  
uy. Tel.: (99871) 239-01-49, faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdiu@tsue.uz

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "16" 11 kuni tarqatildi.  
(2024-yil "15" 11 dagi 39 — raqamli reyestr bayonnomasi).



**G.Q. Abduraxmanova**  
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash  
raisi, i.f.d., professor

**O.D. Djurabayev**  
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash  
ilmiy kotibi, i.f.d., dotsent

**Sh.D. Ergashxodjayeva**  
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash  
qoshidagi Ilmiy seminar raisi i.f.d.,  
professor

## **KIRISH (falsafa fanlari (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)**

**Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati.** Jahonda ijtimoiy media marketingning ommalashishida yangi kasblarning paydo bo'lishi, mutaxassislarni tayyorlash jarayonlariga yangicha qarash, internet olamida ishlash uchun yangi kompetensiyalarni o'zlashtirish kabi tendensiyalari kuzatilmoqda. Xalqaro mehnat tashkiloti bergan ma'lumotlarda "ijtimoiy media marketing sohasidagi jarayonlar ta'siri ostida mamlakatlar va mintaqalar aholisining kasbi o'zgarishi, mehnat bozorida mehnat resurslari ta'minoti, odamlarning kasb tanlashdagi xulq-atvori stereotiplari o'zgarib bormoqda"<sup>1</sup> deyilgan. Shu ma'noda bo'lajak iqtisodchilarda ijtimoiy media marketing bilan ishlash ko'nikmalarini rivojlantirish, raqamli kompetensiyalarni shakllantirish, darslarni loyihalar vositasida amalga oshirishga qaratilgan mexanizmni takomillashtirish zarurati paydo bo'lmoqda.

Jahonda raqamli kasblarning paydo bo'lishi, ijtimoiy media olamida yangicha kasbiy-axloqiy tushunchalarning aktuallashuvi, loyihalar bilan ishlash ko'nikmalarining zarurati bu sohadagi tadqiqotlarning jadallashuviga sabab bo'lmoqda. Xususan, ta'lim jarayonida loyihalar integratsiyasi, raqamli kommunikatsiyada hissiyotlarni boshqarish, ijtimoiy media marketing bilan ishlashda insoniy qadriyatlarni saqlab qolish, o'qish jarayoni uchun ijtimoiy media hamda sun'iy intellektni qo'llashda akademik halollik, filantropik g'oyalarni targ'ib etish bu boradagi tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

Yangi O'zbekistonda ta'lim sifatini oshirish, mutaxassislarni internet olamida paydo bo'layotgan yangi zamonaviy kasblarga tayyorlash, amaliyot hamda ta'lim jarayonini loyihaviy integratsiyalash, talabalarda loyihalash metodikasi asosida o'qitishning mazmun-mohiyatini takomillashtirish, talabalarning raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish, bo'lajak iqtisodchilarning raqamli kompetensiyalari va muloqot kompetensiyalarini shakllantirish, o'quv metodik resurslarni yaratishning dolzarb yo'nalishlariga e'tibor kuchaytirildi va salmoqli natijalarga erishildi. Bunda "Uzluksiz ta'lim tizimini yanada takomillashtirish, yuqori malakali kadrlar tayyorlash, ta'lim sifatini tubdan oshirish"<sup>2</sup> ustuvor vazifalar etib belgilandi. Tadqiqot ishi bo'lajak iqtisodchilarning raqamli kompetensiyalarini akseologik rivojlantirishga oliy ta'lim muassasalarida loyihalash metodikasini qo'llash imkoniyatlarini kengaytiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-son "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida", 2020-yil 29-oktyabrdagi PF-6097-son "Ilm-fanni 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida", 2019-yil 29-apreldagi PF-5712-son "Xalq ta'limi tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish Konsepsiyasi to'g'risida", 2019-yil 8-oktyabrdagi PF-5847-son "Oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish Konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 20-apreldagi PQ-2909-son "Oliy ta'lim tizimini yanada

<sup>1</sup> NON-STANDARD EMPLOYMENT AROUND THE WORLD/ Copyright © International Labour Organization 2016.

<sup>2</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2017. № 6(766). 70-modd.

rivojlantirish to‘g‘risida”gi, 2020-yil 27-fevraldagi PQ–4623-son “Pedagogik ta‘lim sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarorlari kabi hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya muayyan darajada xizmat qiladi.

**Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga bog‘liqligi.** Mazkur dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. “Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, huquqiy, iqtisodiy, madaniy, ma‘naviy-ma‘rifiy rivojlantirishda, innovatsion g‘oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo‘llari” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

**Muammoning o‘rganilganlik darajasi.** Ilmiy tadqiqotlar tahlili mutaxassislik fanlaridan bilimlarni turli metodikalar orqali shakllantirish, o‘zini o‘zi rivojlantirishni yo‘naltirishga tayyorlash masalasi har tomonlama ishlab chiqilganligini ko‘rsatadi. Shu jumladan, pedagogik nazariyada talabalarni loyihalash metodi orqali tayyorlash masalalarini o‘rganish uchun ma‘lum asoslar shakllantirilgan. Mamlakatimiz pedagog olimlaridan A.I.Ashirova, D.N.Ashurova, B.S.Axrarov, N.N.Alimov, Sh.D.Dilshodbekov, G.S.Ergasheva, G.K.Izetayeva, A.F.Ismailov, L.Golish, A.A.Kaxxarov, B.B.Ma‘murov, D.N.Mamatov, M.X.Mahmudov, F.R.Muradova, U.A.Nasritdinova, A.M.Po‘latov, I.M.Rasulov, A.K.Raximov, T.Saparbayev, I.Q.Shamsiyeva, D.I.Shayzakova, D.E.Toshtemirov, M.B.Urazova, J.E.Usarov, J.O.Xakimov, A.Z.Xamroyev<sup>3</sup>larning oliy ta‘lim muassasalarida ta‘lim texnologiyalari, innovatsion loyihalashtirish metodlari, pedagogik hamda axborot texnologiyalarini ta‘lim jarayoniga tatbiq etishga doir tadqiqotlari amalga oshirilgan.

Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligi mamlakatlari olimlaridan ta‘limda loyihalashtirish metodida innovatsion faoliyat muammolari haqida I.V.Abramova, D.S.Asakayeva, A.A.Auzan, K.Barishnikov, Yu.V.Belousov, V.V.Gerasimenko, Yu.I.Gribanov, E.A.Grigoriyeva, G.Golovenchik, S.Glazev, Ye.V.Kruchay, L.V.Lapidus, S.M.Markova, M.M.Morozova, E.A.Makarova, X.P.Matasheva,

---

<sup>3</sup> Ashirova A.I. Axborot tizimlarini loyihalash fanidan dasturiy qobiq yaratish va ta‘limda foydalanish metodikasi (texnika oliy o‘quv yurtlari misolida) Ped.fan.nom. ... diss. – T., 2009. – 138 b. Ashurova D.N. Oliy ta‘lim tizimida innovatsion dasturiy-didaktik majmualar asosida o‘qitishni takomillashtirish (“Algebra va sonlar nazariyasi” fani misolida) 13.00.02(Matematika) diss– T., 2019. – 151 b., Axarrov B.S. Iqtisodiyot yo‘nalishidagi bakalavrlarni tayyorlashda “Axborot xavfsizligi” kursini o‘qitish metodikasi: 13.00.02 –Ta‘lim va tarbiya nazariyasi va metodikasi (Informatika) diss– T., 2019. – 164 b., Alimov N.N Kasb-hunar kollejlari talabalarini texnik ijodkorlik faoliyatiga tayyorlash metodikasi (Umumkasbiy fanlarni o‘qitish misolida) 13.00.08 diss– T., 2009. – 229 b. Dilshodbekov Sh.D. Kompyuter grafikasi asosida muhandislik grafikasi fanlarini o‘qitishning innovatsion usuli 13.00.02. diss– M., 2020. – 171 s., Ergasheva G.S. Umumiy o‘rta ta‘lim maktab biologiya darsliklari o‘quv materiallarini loyihalashning didaktik asoslari 13.00.02. diss– T., 2006. – 174 s., Izetayeva G.K. Oliy ta‘lim muassasalarida matematik analiz o‘quv fanini modulli texnologiya asosida o‘qitish metodikasi (“Matematika” ta‘limi yo‘nalishi misolida)13.00.02.diss– T., 2018. – 124b , Ismailov A.F. Akademik litseylarda tarix fanini o‘qitishning innovatsion texnologiyalarini takomillashtirish 13.00.02.diss– T., 2018. – 169b. , Kaxxarov A.A. Chizma geometriya va muhandislik grafikasi fanini o‘qitishda talabalar fazoviy tasavvurini multimediali kompyuter texnologiyalari asosida rivojlantirish 13.00.02.diss– T., 2021. – 184b. Ma‘murov B.B. Bo‘lajak o‘qituvchilarda akmeologik yondashuv asosida ta‘lim jarayonini loyihalash ko‘nikmalarini rivojlantirish tizimi,13.00.01.diss– T., 2018. – 264b., Mamatov D. N. Elektron axborot ta‘lim muhitida kasbiy ta‘lim jarayonlarini pedagogik loyihalashtirish,13.00.06 diss– T., 2017. – 143b., Mahmudov M. X. Ta‘limni didaktik loyihalashning nazariy asoslari,13.00.01.diss–T.,2004.–265b., Muradova F.R. Kasb-hunar kollejlarda “Informatika va axborot texnologiyalari” fanini o‘qitishda didaktik o‘yinlardan foydalanish metodikasini takomillashtirish, 13.00.02.diss–T.,2018.–148b., Nasritdinova U.A. Kompyuter grafikasi fanini o‘qitishda uch o‘lchamli modellashirish vositasidan foydalanish metodikasi, 13.00.02. diss–T., 2018.–160b., Po‘latov A. M. Talabalar bilimi darajasini prognoz qilish va undan foydalanish metodikasi (“Informatika va informatsion texnologiya” fanini o‘qitish misolida) 13.00.02. diss–T.,2005.–140b., Rasulov I.M. Talabalarining loyihalash madaniyatini kompyuter texnologiyalari vositasida rivojlantirish, 13.00.01. diss–T.,2018.–196b., Raximov A.K. Talabalarda tabiiy-ilmiy dunyoqarashni rivojlantirish metodikasini takomillashtirish (“Evolutsion ta‘limot” fanini o‘qitish misolida) 13.00.02. diss–T.,2019.–296b., Saparbayev T. Akademik litseylarda fizika o‘qitishni takomillashtirishning noan‘anaviy metodikasi (aniq fanlar yo‘nalishi misolida) 13.00.02. diss–T.,2011.–156b., Shamsiyeva I.Q. Umumiy o‘rta ta‘lim maktablarida jismoniy tarbiya darslarini zamonaviy yondashuvlar asosida loyihalash, 13.00.01. diss–M.,2019.–168b, Shayzakova D.I. Shaxsga yo‘naltirilgan texnologiyalar va zamonaviy usullar asosida kimyo fanini o‘qitish mazmunini takomillashtirish (Umumiy o‘rta ta‘lim maktablari misolida), 13.00.02. diss–T., 2020.–194b., Toshtemirov D.E. Kasb-hunar kollejlarda “informatika”ni o‘qitish uchun ta‘lim portali yaratish va undan foydalanish metodikasi, 13.00.02. diss–T.,2012.–150b. Xamroyev A.R. Ona tili ta‘limida talabalarining ijodiy faoliyatini loyihalashtirish, 13.00.05. diss–T.,2020. –248b.

V.Obidenkova, O.N.Ryabova, K.L.Svechnikov, O.I.Timofeeva, G.A.Zabelina, O.V.Chernova<sup>4</sup>ning ilmiy ishlarida o‘z ifodasini topgan.

Xorijlik olimlardan M.E.Grin, Ch.R.Gariyees, D.R.Jonson, M.Jennifer, J.R.Mergendoller, K.L.Mahaffey, T.L.Tomas, D.Tapskott, J.L.Vulf, S.J.Xartzler, J.A.Xetzberg, R.A.Sher<sup>5</sup> tadqiqotlarida loyihalash metodikasini rivojlantirish, texnologik tayyorgarlik malakalari va qobiliyatlarini rivojlantirish masalalari o‘rganilgan.

Biroq, alohida ta‘kidlash lozimki, bu ishlar iqtisodiy oliy ta‘lim muassasalari talabalarida ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash metodikasi orqali o‘qitishni takomillashtirish o‘quv tarbiya jarayonining yagona tizimiga aylantirilmagan.

**Tadqiqotning dissertatsiya bajarilgan oliy ta‘lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog‘liqligi.** Dissertatsiya tadqiqoti Jizzax politexnika instituti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasining OT-F1-049 raqamli “Talabalarda assertiv xulqni shakllantirishning ijtimoiy-psixologik xususiyatlari” (2017-2021yy.) mavzusidagi grant loyihasi doirasida bajarilgan.

**Tadqiqotning maqsadi** raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketing (SMM) fanini o‘qitishning innovatsion loyihalash metodikasini takomillashtirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

**Tadqiqotning vazifalari:**

raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash metodikasi orqali o‘qitishning pedagogik imkoniyatlarini aniqlash;

raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingni (SMM) o‘qitishning innovatsion loyihalash metodikasini takomillashtirish;

raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingni (SMM) loyihalash asosida o‘qitishning modelini takomillashtirish;

innovatsion loyihalash metodikasi orqali ijtimoiy media marketingni o‘qitishni rivojlantirish samaradorligini oshirish.

**Tadqiqotning obykti sifatida** raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketing (SMM) fanini o‘qitishning innovatsion loyihalash metodikasini takomillashtirish belgilanib, pedagogik tajriba-sinov ishlariga Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Farg‘ona davlat universiteti va Guliston davlat universitetlarining 425 nafar talabalari jalb etilgan.

---

<sup>4</sup> Морозова М.М. Метод проектов как феномен образовательного процесса в современной школе, 13.00.01. дисс–М.,2005.–231б, Макарова Э.А. Профессиональная подготовка научно-педагогических кадров в аспирантуре в условиях гибридинизации образования, 13.00.08. дисс–М.,2021.–203б, Маташева Х.П. Совершенствование маркетинговой деятельности при использовании Интернет-технологий, 08.00.05.дисс–М.,2009.–186б Обиденкова В.К. Интернет-проектирование как средство профессиональной подготовки студентов педагогических вузов, 13.00.08. дисс–М.,2017.–254б., Рябова О.Н. Организационно-педагогические условия использования метода проектов в учреждениях дополнительного образования тема, 13.00.01. дисс–Т.,2004.–247б., Свечников К.Л. Реализация метода проектов в гуманитарной науке, 13.00.01. дисс–М.,2004.–235с., Тимофеева О.И. Другой в философско-антропологическом контексте: проблема различия, 13.00.02. дисс–М.,2018.–269с.,Забелина Г.А. Метод проектов в системе высшего профессионального образования, 13.00.01. дисс–М.,2009.–168с., Чернова О.В. Краевие задачи для эллиптических систем первого порядка на плоскости, 01.01.02. дисс–М., 2019.–103с., Чернова О.В. Краевие задачи для эллиптических систем первого порядка на плоскости, 01.01.02. дисс–М., 2019.–103с.

<sup>5</sup> Social Media Technology Usage in Project-Based Learning: A Case Study”.diss– USA., 2020. – 230б., Tapskot D. (1998). Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation. New York: McGraw Hill. xii +338. ISSN 0-07-063361-4. Web site: www.growingupdigital.com, Woolf, "The Impact of Project-Based Learning on Student Attitudes and Perceptions of Science" 2007, University of California, Berkeley, 13 p. Scherr, "Project-Based Learning in Physics: A Study of Student Understanding and Engagement" 2008, University of California, Berkeley, 16 p.

**Tadqiqotning predmeti:** raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketing (SMM) fanini o‘qitishning innovatsion loyihalash metodikasini takomillashtirishning ijtimoiy pedagogik shart-sharoitlari, vositalari, shakl va metodlari.

**Tadqiqotning usullari.** Tadqiqot jarayonida mavzuga oid pedagogik va ilmiy - metodik manbalar, didaktik materiallar, o‘quv reja va dasturlar, o‘quv-me‘yoriy hujjatlar, darslik va o‘quv-metodik adabiyotlarni o‘rganish va tahlil qilish, suhbat, kuzatish, anketa so‘rovi, test, modellashtirish, ekspert baholash, pedagogik tajriba, tadqiqot natijalarini matematik-statistik qayta ishlash metodlaridan foydalanildi.

**Tadqiqotning ilmiy yangiligi** quyidagilardan iborat:

raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash orqali o‘qitishning pedagogik imkoniyatlari ijtimoiy media marketingni organik ommalashtirish mohiyati brendga sadoqat trendlarini aniqlash asosida ochib berilgan;

ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash metodikasi talabalarning tanqidiy fikrlash kompetensiyalarini jamiyatga g‘amxo‘rlik qila oladigan, foydalanuvchilarga yordam ko‘rsatadigan brend yoki mahsulot atrofida hamjamiyat yaratishning raqamli-tezkor imkoniyatlarini aniqlash asosida takomillashtirilgan;

ijtimoiy media marketingni loyihaviy o‘qitish modeli talabalarda raqamli kommunikatsiya, tanqidiy fikrlash, loyihalar bilan ishlash darajasini ijobiy brendlar namunasi orqali insonparvarlik qadriyatlarini rivojlantirish asosida takomillashtirilgan;

innovatsion loyihalash orqali ijtimoiy media marketingni o‘qitishni rivojlantirish samaradorligi talabalarning raqamli muloqot jarayonida hissiy-emotsional empatiyasini virtual guruh loyihalarida birgalikda ishlatish asosida oshirilgan.

**Tadqiqotning amaliy natijalari** quyidagilardan iborat:

innovatsion loyihalash metodikasidan foydalanish orqali rivojlantirishga mo‘ljallangan o‘quv-uslubiy ishlanmalar yaratilgan va amalda qo‘llangan;

oliy ta‘lim muassasalari barcha ta‘lim yo‘nalishlari o‘quv rejasidagi fanlarni o‘qitishda innovatsion loyihalash metodikasi orqali darslarni tashkil etish loyihasi, loyihalash metodikasini takomillashtirish modeli va algoritmi ishlab chiqilgan hamda o‘quv jarayoniga tatbiq etilgan;

“Innovative pedagogy”, “Zamonaviy ta‘limda kreativ texnologiyalar” nomli o‘quv qo‘llanmalar nashr etilgan. Interaktiv ta‘lim asoslari nomli elektron o‘quv qo‘llanma mazmuniga singdirilgan.

**Tadqiqot natijalarining ishonchligi** foydalanilgan yondashuvlar, usullar va texnologiyalar ilmiy-metodik asoslanganligi, nazariy ma‘lumotlarni ilmiy manbalardan olinganligi, tajriba-sinov ishlari natijalarining samaradorligi matematik-statistik tahlil vositasida aniqlanganligi, xulosa va tavsiyalarning amaliyotga joriy etilganligi hamda vakolatli tashkilotlar tomonidan tasdiqlanganligi bilan izohlanadi.

**Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati.** Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati shundan iboratki, raqamli iqtisodiyot sharoitida fanlarni innovatsion loyihalash metodikasi orqali o‘tish jarayonini tizimli va izchil tashkil etgan holda talabalarning darsga motivatsiyasini va faolligini rivojlantirishning mazmun va mohiyati, asosiy tushunchalari, zaruriyati, ta‘limning sifati va samaradorligiga ta‘siri nazariy-ilmiy asoslanganligi hamda zamonaviy yondashuvlar, texnologiyalar va



vositalar bilan boyitilganligi bo‘lib, bu ta‘lim nazariyasining rivojlanishiga ma‘lum hissa qo‘shishi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati shundaki, tadqiqotlar natijasida talabalarning raqamli-muloqot kompetensiyalarini rivojlantiruvchi ijtimoiy media vositalari orqali o‘qitish loyihasi, faolligini rivojlantirish modeli va algoritmi, smart texnologiyalar bilan o‘qish modeli ishlab chiqilgan va ular o‘quv jarayonida qo‘llanmoqda. Tadqiqot natijalaridan oliy ta‘lim muassasalari o‘quv-tarbiya jarayonida talabalarni kasbiy faoliyatga tayyorlashda, loyiha ishlab chiqish va o‘tkazishda, fandagi motivatsiyasi va faolligini rivojlantirishda, umuman olganda ta‘lim ishtirokchilarini “o‘qish, izlanish, yaratish, o‘qitish va o‘rgatish” tamoyillari bo‘yicha faoliyat yuritishida foydalanish mumkin.

### **Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi:**

raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash orqali o‘qitishning pedagogik imkoniyatlari ijtimoiy media marketingni organik ommalashtirish mohiyati brendga sadoqat trendlarini aniqlashga oid takliflar 60112400-“Professional ta‘lim” (60310100-Iqtisodiyot), 60112400-“Professional ta‘lim” (Menejment-60411200), bakalavriat ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan “Innovative pedagogy” nomli o‘quv qo‘llanma (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti 2023-yil 31-maydagi 169-sonli buyrug‘i, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi oliy ta‘limni rivojlantirish tadqiqotlar markazi tomonidan 10.11.2023-yil 02/01-01-157-sonli ma‘lumotnomasi) mazmuniga singdirilgan. Natijada, raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash orqali o‘qitishning pedagogik imkoniyatlari ijtimoiy media marketingni organik ommalashtirish mohiyati brendga sadoqat trendlarini aniqlashga oid takliflardan foydalanib o‘quv faoliyatini sifat jihatdan takomillashtirish imkoniyati yaratilgan;

ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash metodikasi talabalarning tanqidiy fikrlash kompetensiyalarini jamiyatga g‘amxo‘rlik qila oladigan, foydalanuvchilarga yordam ko‘rsatadigan brend yoki mahsulot atrofida hamjamiyat yaratishning raqamli-tezkor imkoniyatlarini aniqlash asosida takomillashtirishga oid takliflar 60112400-“Professional ta‘lim” (60310100-Iqtisodiyot), 60112400-“Professional ta‘lim” (Menejment-60411200) bakalavriat ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan “Zamonaviy ta‘limda kreativ texnologiyalar” nomli o‘quv qo‘llanma (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori 2023-yil 26-iyundagi 211-sonli buyrug‘iga asosan nashrga tavsiya etilgan, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi oliy ta‘limni rivojlantirish tadqiqotlar markazi tomonidan 10.11.2023-yil 02/01-01-157-sonli ma‘lumotnomasi) mazmuniga singdirilgan. Natijada, ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash metodikasi talabalarning tanqidiy fikrlash kompetensiyalarini jamiyatga g‘amxo‘rlik qila oladigan, foydalanuvchilarga yordam ko‘rsatadigan brend yoki mahsulot atrofida hamjamiyat yaratishning raqamli-tezkor imkoniyatlarini aniqlash asosida takomillashtirish imkoniyati kengaytirilgan;

ijtimoiy media marketingni loyihaviy o'qitish modeli talabalarda raqamli kommunikatsiya, tanqidiy fikrlash, loyihalar bilan ishlash darajasini ijobiy brendlar namunasi orqali insonparvarlik qadriyatlarini rivojlantirish asosida takomillashtirishga oid takliflar 60112400-“Professional ta‘lim” (60310100-Iqtisodiyot), 60112400-“Professional ta‘lim” (Menejment-60411200) bakalavriat ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan “Zamonaviy ta‘limda kreativ texnologiyalar” nomli o‘quv qo‘llanma (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori 2023-yil 26-iyundagi 211-sonli buyrug‘i, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi oliy ta‘limni rivojlantirish tadqiqotlar markazi tomonidan 10.11.2023-yil 02/01-01-157-sonli ma‘lumotnomasi) mazmuniga singdirilgan. Natijada, ijtimoiy media marketingni loyihaviy o‘qitish modeli talabalarda raqamli kommunikatsiya, tanqidiy fikrlash, loyihalar bilan ishlash darajasini ijobiy brendlar namunasi orqali insonparvarlik qadriyatlarini rivojlantirish asosida takomillashtirish imkoniyati kengaytirilgan;

innovatsion loyihalash orqali ijtimoiy media marketingni o‘qitishni rivojlantirish samaradorligi talabalarining raqamli muloqot jarayonida hissiy-emotsional empatiyasini virtual guruh loyihalarida birgalikda ishlatish asosida oshirishga oid takliflar 60112400-“Professional ta‘lim” (60310100-Iqtisodiyot), 60112400-“Professional ta‘lim” (Menejment-60411200), bakalavriat ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan “Innovative pedagogy” nomli o‘quv qo‘llanma (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti 2023-yil 31-maydagi 169-sonli buyrug‘iga asosan nashrga tavsiya etilgan, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi oliy ta‘limni rivojlantirish tadqiqotlar markazi tomonidan 10.11.2023-yil 02/01-01-157-sonli ma‘lumotnomasi) mazmuniga singdirilgan. Natijada, foydalanilgan takliflar asosida innovatsion loyihalash orqali ijtimoiy media marketingni o‘qitishni rivojlantirish samaradorligi talabalarining raqamli muloqot jarayonida hissiy-emotsional empatiyasini virtual guruh loyihalarida birgalikda ishlatish asosida oshirish imkoniyati yaratilgan.

**Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi.** Tadqiqot natijalari 2 ta xalqaro va 2 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokama qilingan.

**Tadqiqot natijalarining e‘lon qilinganligi.** Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 20 ta ilmiy ishlar, jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan. Respublika ilmiy nashrlarida 8 ta, 4 tasi respublika ilmiy jurnallarida va 4 tasi xorijiy jurnallarda maqola nashr etilgan.

**Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi.** Dissertatsiya ishi kirish, uchta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati va ilovalardan tashkil topgan bo‘lib, umumiy hajmi 125 sahifadan iborat.

## DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

**Kirish** qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi asoslangan, tadqiqotning O‘zbekiston Respublikasida fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor

yoʻnalishlariga mosligi koʻrsatilgan, muammoning oʻrganilganlik darajasi, tadqiqotning dissertatsiya bajarilgan oliy taʼlim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bogʻliqligi bayon etilgan, tadqiqotning maqsadi, vazifalari, shuningdek, obyekt va predmeti aniqlangan hamda ilmiy-amaliy ahamiyati, natijalarning ishonchligi, amaliyotga joriy qilinishi, aprobatsiyasi, eʼlon qilinganligi, tuzilishi va hajmi masalalari oʻz aksini topgan.

Dissertatsiyaning birinchi bobi **“Oliy taʼlim muassasalari talabalarida ijtimoiy media marketing fanini innovatsion loyihalash metodikasi orqali oʻqitishning nazariy-metodologik asoslari”** deb nomlanib, unda boʻlgʻusi iqtisodchilarni raqamli iqtisodiyotga tayyorlash - ijtimoiy pedagogik muammo sifatida, oliy taʼlim muassasasi talabalarida ijtimoiy media marketingni loyihalash metodi orqali oʻqitishning mezonlari va parametrlari, loyihalash metodikasi orqali boʻlajak iqtisodchilarning ijtimoiy media marketing haqidagi shakllangan bilim, malaka, koʻnikmalarining hozirgi holati bayon qilingan.

Bugungi kunda Respublikamizdagi oliy taʼlim muassasalarida taʼlimning sifati va samaradorligini oshirishga alohida ahamiyat berilmoqda, zero raqamli iqtisodiyotni jadal surʼatlarda oshib borishi oliy taʼlimdan faqat mutaxassislikka yoʻnaltirilgan tor doiradagi mutaxassislarni emas, balki har taraflama keng bilimlarga ega, yaʼni universal mutaxassislarni tayyorlashni talab qilmoqda. Zamonaviy jamiyat hayotning barcha jabhalariga kirib borayotgan raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishini boshidan kechirmoqda. Bu boʻlajak iqtisodchilarni raqamli iqtisodiyot bilan bogʻliq yangi muammolar va talablarga tayyorlash zaruriyatini keltirib chiqaradi. Biroq, bu jarayon murakkab ijtimoiy-pedagogik muammo boʻlib, alohida eʼtibor va talabalarni oʻqitish va tayyorlashning samarali strategiyalarini ishlab chiqishni talab qiladi.

Boʻlajak iqtisodchilarni raqamli iqtisodiyotga tayyorlashning ijtimoiy-pedagogik muammosi ham talabalar va oʻqituvchilarning qarshiligini yengish zarurati bilan bogʻliq. Ulardan baʼzilar yangi texnologiyalardan foydalanishga tayyor boʻlmasligi yoki amaliy ahamiyatini koʻrmasligi mumkin. Shu bois talabalarni ragʻbatlantirish va oʻquv jarayoniga jalb etishning samarali usullarini ishlab chiqish, shuningdek, oʻqituvchilarni qoʻllab-quvvatlash va malakasini oshirish muhim ahamiyatga ega. Bunda loyihalash metodikasini qoʻllash juda muhim omil boʻlib xizmat qiladi.

Yurtimiz olimlaridan J.O.Xakimov ilmiy ishida “loyihalash jarayonlarini avtomatlashtirilgan kompleks darajalarini ajratib koʻrsatib, ularni past, oʻrtacha, keng miqyosli turlarga boʻladi va virtual laboratoriya sharoitida loyihalash konstruktorlik topshiriqlar tizimini taklif etadi”<sup>6</sup>. Bizning fikrimizcha, ushbu taklif maqsadga muvofiq boʻlib, bunday yondashuv talabalarning modulli, kompetensiyaviy, mantiqiy koʻnikmalarini yanada takomillashtiradi. A.R.Xamroyevning tadqiqot ishida “oʻqish faoliyatini munosabatlar nuqtayi nazaridan ikki bosqichga ajratadi. Birinchi bosqich bu shartli belgilar bilan toʻqnashuvdir, ikkinchi bosqichni esa, shartli belgilar yordamida berilgan mazmunni oʻziga oid sohaga koʻchirish deb koʻrsatgan”<sup>7</sup>. Bizning

<sup>6</sup> Xakimov J.O. Boʻlajak kasb taʼlimi oʻqituvchilarining axborot-kommunikatsion tayyorgarligini kompyuterli loyihalash vositalari asosida takomillashtirish, 13.00.05. diss–T.,2021.–218b.

<sup>7</sup> Xamroyev A.Z. Ona tili taʼlimida talabalarning ijodiy faoliyatini loyihalashtirish, 13.00.05. diss–T.,2020. –248b.

fikrimizcha, munosabatlarga berilgan olimning ushbu taʼrifini oʻquv faoliyatining har qanday bosqichida qoʻllash mumkin, zero iqtisodiyot sohasida ham taʼlim olayotgan talabalar avvalo iqtisodiyotga oid termin va kategoriyalarni shartli belgilar koʻrinishida qabul qilib olishadi soʻngra esa, ushbu oʻrganganlari taʼsiri oqibatida oʻzlari faoliyat olib borayotgan sohada qoʻllashlari mumkin.

I.Q.Shamsiyevaning tadqiqot ishida esa, “fanlarni oʻtishda loyihalash jarayonida talabalarning mantiqiy fikrlashini oshirishga xizmat qiladigan, ularning intellektual qobiliyatlarini rivojlantiruvchi metodikalarni qoʻllashni tavsiya etadi”<sup>8</sup>. Olimning ushbu fikri boʻljak iqtisodchilarni ham zamon bilan hamnafas keng dunyoqarashli va mantiqiy fikrlay oladigan kadrlar qilib tarbiyalash uchun dolzarb vazifa boʻlib, hisoblanadi.

A.I.Ashirovaning ilmiy ishida “talabalarning loyiha oldi tahlili, loyihalash vosita va usulini tanlash, masalaning qoʻyilishi, axborot taʼminoti va axborotni qayta ishlash texnologiyasini yarata olish qobiliyatlariga alohida urgʻu berilgan. Ammo taʼkidlash joizki, ushbu ishlanmalar faqatgina boʻlgʻusi pedagoglarning oʻqish faoliyatlariga yoʻnaltirilgan”<sup>9</sup>. Shu nuqtayi nazardan ushbu koʻnikmalarni boʻlgʻusi iqtisodchilarda ham takomillashtirish zarurligi bizning tadqiqotimizning yoʻnalishlaridan biri hisoblanadi. M.X.Maxmudov “boʻlgʻusi mutaxassislarni tayyorlashda didaktik loyihalashni ijtimoiy buyurtma sifatida tasavvur etishni taklif etadi”<sup>10</sup>.

“*Raqamli kompetensiya*” atamasi Yevropa Komissiyasi tomonidan 2006-yilda “*Yevropa Ittifoqi va raqamli savodxonlik*” dasturi doirasida kiritilgan. *Raqamli kompetensiya* – bu hayotning turli sohalarida raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish uchun zarur boʻlgan bilim, koʻnikma va malakalar yigʻindisidir. U kompyuter, dasturiy taʼminot, internet, ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta, multimedia texnologiyalari va boshqa raqamli vositalar bilan ishlash qobiliyatini oʻz ichiga oladi. *Raqamli kompetensiya* bugungi dunyoda muhim kompetensiya hisoblanib, koʻplab kasblarda ishlash va jamoat hayotida ishtirok etish uchun talab qilinadi.

Bizning taʼrifimizcha, *raqamli kompetensiya* – bu turli muammolarni hal qilish uchun raqamli texnologiyalardan foydalanish qobiliyati. U nafaqat dasturlar va ilovalarni bilish, balki axborot bilan ishlash, uni tahlil qilish va olingan maʼlumotlar asosida qaror qabul qilish qobiliyatini ham oʻz ichiga oladi.

Raqamli kompetensiyaning tarkibiy qismlarini ajratib koʻrsatish muhim hisoblanadi, zero ular kadrlar tayyorlashda muhim unsur hisoblanadi (1-rasm).

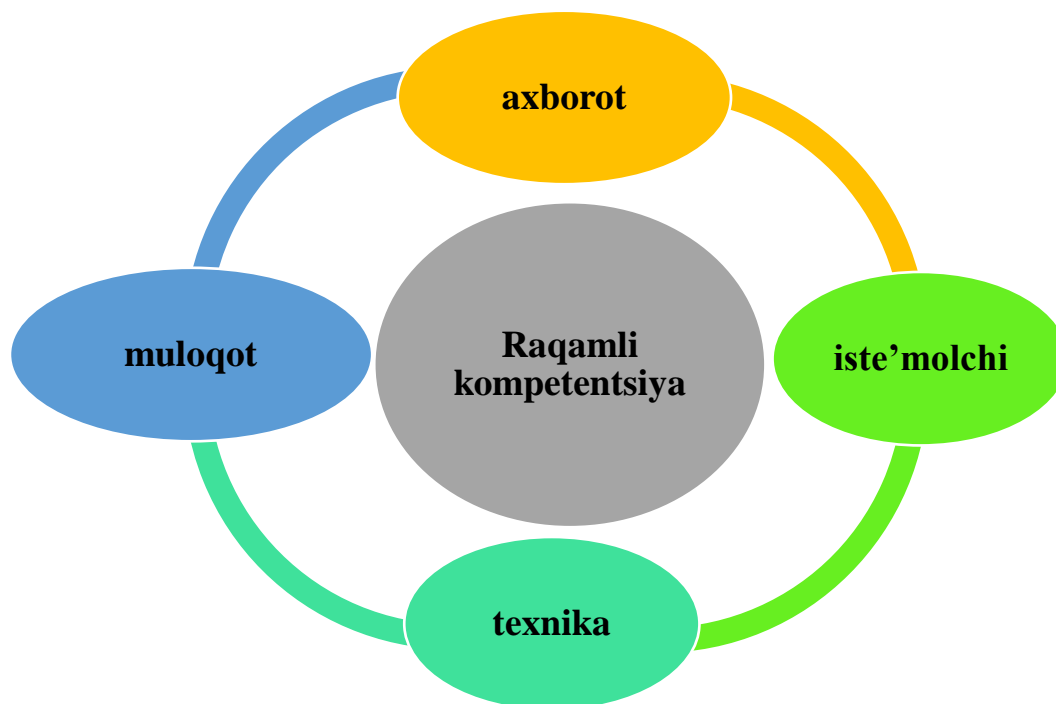
Ijtimoiy media marketingi fanining paydo boʻlish tarixi 2000-yillarda birinchi ijtimoiy tarmoqlar paydo boʻlishi bilan boshlanadi. Oʻsha paytda koʻpchilik kompaniyalar ijtimoiy tarmoqlardan faqat tasvirni qoʻllab-quvvatlash va obroʻni boshqarish uchun foydalangan. Biroq, tez orada ijtimoiy tarmoqlar toʻgʻridan-toʻgʻri marketing uchun ham ishlatilishi mumkinligi maʼlum boʻldi. Bu yoʻnalishdagi dastlabki qadamlar 2005-yilda MySpace kompaniyasi Myads dasturini ishga

<sup>8</sup> Shamsiyeva I.Q. Umumiy oʻrta taʼlim maktablarida jismoniy tarbiya darslarini zamonaviy yondashuvlar asosida loyihalash, 13.00.01. diss–M.,2019.–168b.

<sup>9</sup> Ashirova A.I. Axborot tizimlarini loyihalash fanidan dasturiy qobiq yaratish va taʼlimda foydalanish metodikasi (texnika oliy oʻquv yurtlari misolida) Ped.fan.nom. ... diss. – T., 2009. – 138 b.

<sup>10</sup> Mahmudov M. X. Taʼlimni didaktik loyihalashning nazariy asoslari,13.00.01.diss–T.,2004.–265b.

tushirganida qo'yildi, bu esa korxonalariga foydalanuvchi sahifalarida reklama qilish imkonini berdi. Tez orada Feysbuk, Twitter va LinkedIn kabi boshqa ijtimoiy tarmoqlar paydo bo'ldi.



**1-rasm. Raqamli kompetensiyaning tarkibiy qismlari<sup>11</sup>**

2010-yilda ijtimoiy media marketingi marketing bo'yicha o'quv dasturlariga kiritilgan alohida intizomga aylandi. Xuddi shu yili birinchi ijtimoiy media marketing assotsiatsiyasi, ijtimoiy media klub tashkil etildi. Vaqt o'tishi bilan ijtimoiy media marketingi tobora ommalashib, talabga ega bo'ldi. Kompaniyalar o'z mahsulotlari va xizmatlarini ilgari surish uchun ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalana boshladilar, marketologlar esa ijtimoiy tarmoqlar bilan ishlashning yangi strategiyalari va usullarini ishlab chiqishni boshladilar.

Bugungi kunda ijtimoiy media marketingi brendlar va mahsulotlarni ilgari surishning eng muhim vositalaridan biri hisoblanadi.

Ijtimoiy media marketingini organik ommalashtirish:

Ijtimoiy media marketingining organik ommalashuvi obunachilar bilan haqiqiy aloqa orqali ijtimoiy tarmoqlarda brend mavjudligining tabiiy o'sishi va tarqalishini anglatadi. Shu ma'noda brendning sodiqligini shakllantirish mijozlar bilan mazmunli aloqalarni yaratish, qimmatli kontentni taqdim etish va platformalar bo'ylab doimiy brend obro'sini saqlashni o'z ichiga oladi.

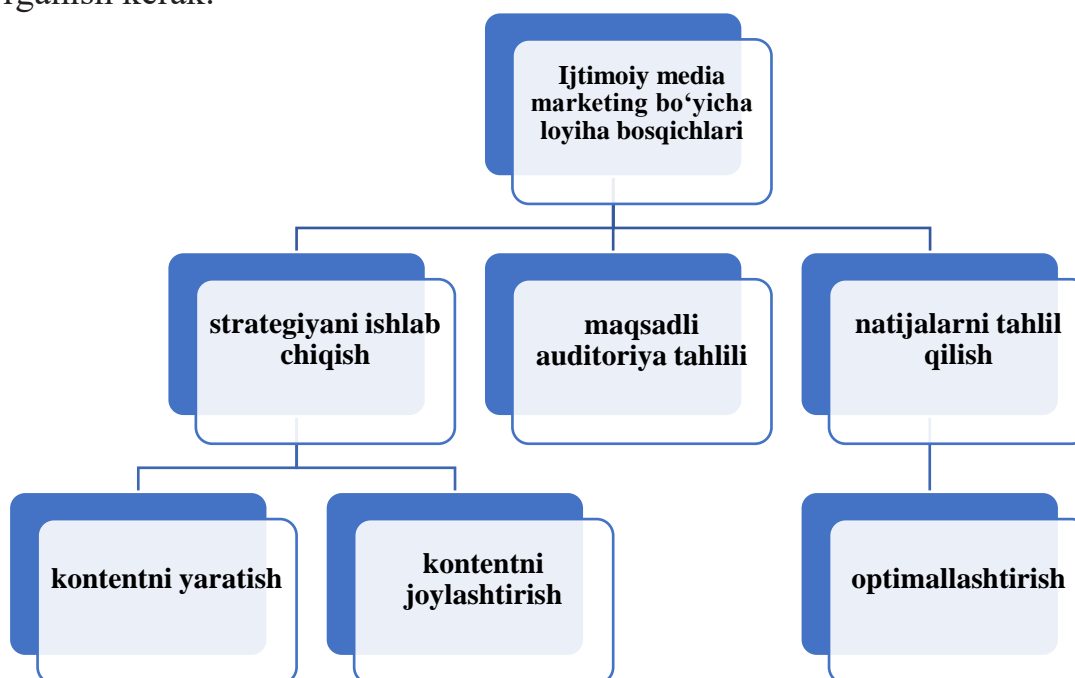
Brendga sodiqlik tendensiyalari: shaxsiylashtirish: kontentni individual imtiyozlar va xatti-harakatlarga moslashtirish mijozlarning sodiqligini oshirishi va takroriy biznesni boshlashi mumkin; haqiqiylik: iste'molchilar o'z auditoriyasi bilan shaffof muloqot qiladigan va chinakam ishtirok etadigan haqiqiy brendlarga tobora ko'proq jalb qilinmoqda; hamjamiyatni barpo etish: obunachilar o'rtasida hamjamiyat tuyg'usini rivojlantirish brendga sodiqlikni kuchaytirilishi va brendni himoya qilishni

<sup>11</sup> Muallif tomonidan takomillashtirilgan.

rag'batlantirishi mumkin; ijtimoiy media marketing sa'y-harakatlarini bir nechta kanallar bo'ylab birlashtirish uzluksiz mijozlar tajribasini yaratishi va brendga sodiqlikni kuchaytirishi mumkin.

Dissertatsiyaning **“Oliy ta'lim muassasalari talabalarida ijtimoiy media marketingni innovatsion loyihalash metodikasi orqali o'qitishning mazmuni, shart-sharoitlari”** deb nomlangan ikkinchi bobida talabalarda innovatsion loyihalash metodikasi orqali ijtimoiy media marketingni onlayn o'qitishning shart-sharoitlari, bo'lajak iqtisodchi mutaxassislarning loyihalash metodikasi asosida ijtimoiy media marketing haqidagi bilimlarining shakllanish ko'nikmalari va metodlari, innovatsion loyihalash metodikasining nazariy modeli kabilar bayon qilingan.

Ijtimoiy media marketingi bugungi kunda dunyoviy ommaviy axborot vositalaridan foydalangan holda tadqiqot olib borishga teng bo'lgan marketing tarmog'idir. Ijtimoiy tarmoqlar kundalik hayotning bir qismidir. Feysbuk, Instagram, Twitter, Yutub, Line, LinkedIn, Pinterest va boshqalar kabi virtual platformalar orqali o'zaro aloqalar ijtimoiy media texnologiyalarining barcha turlariga yo'naltirilganligi va xatti-harakatlarining ta'sirchan kuchga egaligini ko'rsatadi. Bu shuni anglatadiki, ta'sirchan platformalar insonlar orasida juda mashhur. Hozirgi kunda ko'plab mijozlar o'z vaqtlarini ma'lumot qidirishdan tortib to mahsulotni yakuniy xarid qilishgacha bo'lgan turli maqsadlarda ijtimoiy va raqamli tarmoqlarda o'tkazishmoqda. Ushbu o'zgarishlarga javoban, marketologlar o'zlarining reklama byudjetlarining katta qismini raqamli marketingga sarflamoqdalar. Shuning uchun bunga talab ortib bormoqda. Shu sababli, ushbu istiqbolda masofaviy ta'lim shartlarini o'rganish kerak.



**2-rasm. Ijtimoiy media marketingni o'qitish bo'yicha loyiha bosqichlari<sup>12</sup>**

Ijtimoiy media marketing fanini o'qitishda loyihalashning quyidagi bosqichlarini aniqladik (2-rasm.)

<sup>12</sup> Muallif tomonidan takomillashtirilgan.

Ijtimoiy media marketingini o'rgatish bo'yicha loyihalar odatda quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

Maqsadli auditoriyani tahlil qilish: talabalar ma'lum bir brend yoki kompaniyaning maqsadli auditoriyasi kim ekanligini va ularni jalb qilishda qanday marketing strategiyalari samarali bo'lishi mumkinligini aniqlashni o'rganadilar.

Strategiyani ishlab chiqish: bu bosqichda talabalar muayyan brend yoki kompaniya uchun uning maqsadlari va maqsadli auditoriya ehtiyojlarini hisobga olgan holda ijtimoiy media strategiyasini ishlab chiqishni o'rganadilar.

Kontent yaratish: talabalar maqsadli auditoriyaning strategiyasi va manfaatlariga mos keladigan ijtimoiy tarmoqlar, jumladan, matnlar, fotosuratlar va videolar uchun kontent yaratishni o'rganadilar.

Kontentni joylashtirish: bu bosqichda talabalar Feysbuk, Instagram, Twitter va LinkedIN kabi turli ijtimoiy platformalarda kontentni qanday joylashtirishni o'rganadilar.

Natijalarni tahlil qilish: talabalar o'zlarining strategiyasi samaradorligini aniqlash va kerakli tuzatishlarni kiritish uchun layklar, sharhlar, ulashishlar va konvertatsiyalar soni kabi ko'rsatkichlardan foydalangan holda ijtimoiy media kompaniyalari natijalarini tahlil qilishni o'rganadilar.

Optimallashtirish: ushbu bosqichda talabalar samaradorligini oshirish va yaxshi natijalarga erishish uchun o'zlarining bilim va tajribasidan foydalangan holda ijtimoiy media kompaniyalarini optimallashtirishni o'rganadilar.

Shunday qilib, bo'lg'usi iqtisodchi talabalarining ijtimoiy media marketing sohasidagi bilim, ko'nikma va qobiliyatlarining sifati ta'lim sohasidagi asosiy vazifalardan birini tashkil etadi. Bu sifatni baholash uchun turlicha loyihalash usullaridan foydalanish mumkin.

Virtual guruh loyihalarida hissiy empatiyani oshirish: tomoshabin shaxsini rivojlantirish: talabalarni maqsadli auditoriya personajlarining hissiy nuanslarini o'rganishga undash, kontent yaratish strategiyalari haqida ma'lumot beruvchi empativ tushunchalarni rivojlantirish; birgalikda kontent yaratish: talabalar ijtimoiy media kampaniyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish uchun hamkorlik qiladigan virtual guruh loyihalariga yordam berishi, xabar almashish va vizuallarga hissiy empatik kontentni kiritishni ta'kidlash; fikr-mulohaza va analiz: talabalarni o'z kampaniyalarining hissiy ta'sirini baholashga undaydigan konstruktiv qaytar aloqa munosabatlarini va aks ettiruvchi mashqlarni targ'ib qilish, tomoshabinlar ishtirokini chuqurroq tushunishga yordam berish.

Raqamli muloqotda hissiy empatiyadan birgalikda foydalanishning afzalliklari: kengaytirilgan auditoriya aloqasi: talabalar tomoshabinlarning his-tuyg'ulariga nisbatan yuqori sezgirlikni rivojlantiradi, bu esa yanada ishonchli va ta'sirli kontent yaratishga olib keladi; jamoa dinamikasi yaxshilandi: hamkorlikdagi loyihalar professional marketing guruhlarini dinamikasini aks ettiruvchi jamoa a'zolari o'rtasida empatiya va tushunish madaniyatini rivojlantiradi; real ish jarayoniga tayyorlik: virtual guruh loyihalarida o'zlarining hissiy empativ ko'nikmalarini oshirib, talabalar real

dunyo tajribasi va ijtimoiy media marketing ssenariylarining murakkabliklarini boshqarishga yaxshiroq tayyorlanishadi.

Hissiy empatiyani virtual guruh loyihalariga integratsiya qilishdagi qiyinchiliklar turli nuqtayi nazarlarni boshqarish va adolatli ishtirokni taʼminlashni oʻz ichiga olishi mumkin. Yechimlar empatik hamkorlik uchun tuzilgan koʻrsatmalarni taqdim etishni, ochiq muloqotni osonlashtirishni va kerak boʻlganda individual yordamni taklif qilishni oʻz ichiga oladi.

Ijtimoiy media marketing taʼlimida innovatsion loyiha metodologiyalari: ssenariy asosida oʻqitish: talabalarni ijtimoiy filantrop brend hamjamiyatlarini yaratish uchun raqamli tezkor imkoniyatlarni aniqlashga undaydigan real ssenariylarga jalb qilish. Ularni maʼlumotlarni tahlil qilishga, bozor muhitini baholashga va jamiyat qadriyatlariga mos keladigan strategik kompaniyalarni ishlab chiqishga undash; hamkorlikdagi kompaniyani rivojlantirish: gʻoyalarni oʻylab topish, kontent yaratish va ijtimoiy gʻamxoʻrlik va foydalanuvchi yordamiga ustuvor ahamiyat beradigan kompaniyalar maqsadlarini amalga oshirish uchun talabalar oʻrtasida hamkorlikni rivojlantirish. Turli auditoriyalarda aks-sado beradigan xabarlar yaratishda tadqiqot, ijodkorlik va empatiya muhimligini taʼkidlash; keys stadilardan foydalanish: talabalarni muvaffaqiyatli jamiyatga gʻamxoʻrlik qila oladigan marketing kompaniyalarining amaliy misollariga jalb qilish uchun amaliy tadqiqotlar va simulyatsiyalardan foydalanish. Ularni ushbu misollarni dekonstruksiya qilishga, asosiy strategiyalarni aniqlashga va oʻrganganlarini oʻz loyihalariga qoʻllashga undash.

Tanqidiy fikrlash qobiliyatlari orqali talabalar loyihalar bilan ishlash darajalarini oshirish: axloqiy qarorlar qabul qilish: talabalarda marketing amaliyotidagi axloqiy dilemmalarni tanqidiy baholash va jamiyat farovonligini birinchi oʻringa qoʻyadigan masʼuliyatli qarorlar qabul qilish qobiliyatini rivojlantirish; ijodiy muammolarni hal qilish: talabalarni oʻz oldiga qoʻygandan tashqari fikrlashga, noanʼanaviy yondashuvlarni oʻrganishga va biznes maqsadlarini qondirish bilan birga jamiyat ehtiyojlariga javob beradigan yechimlarni ishlab chiqishga chaqirish orqali ijodiy va innovatsiyalarni rivojlantirish; taʼsirni baholash: talabalarni oʻz kompaniyalarining jamiyatga taʼsirini baholashga undash, oʻlchash kabi tushunchalar aniqlangan.

Innovatsion loyihalash metodikasining afzalliklari: kengaytirilgan faollik: talabalar real ssenariylarda tanqidiy fikrlash koʻnikmalarini qoʻllash imkonini beruvchi amaliy loyihalar taqdim etilganda oʻrganishda faolroq ishtirok etadilar; amaliy koʻnikmalarni rivojlantirish: innovatsion loyihalar ustida ishlash orqali talabalar jamiyat uchun gʻamxoʻr marketing kompaniyalarini ishlab chiqish, ularni soha muammolariga tayyorlash boʻyicha amaliy tajribaga ega boʻladilar, ijtimoiy masʼuliyat: talabalarni jamiyat uchun gʻamxoʻrlik qiluvchi brend hamjamiyatlarini yaratishga oʻrgatish boʻlajak marketologlarda ijtimoiy masʼuliyat hissi va axloqiy ongning tarbiyalaydi.

Ijobiy brend misollari orqali insonparvarlik qadriyatlarini integratsiyalash, empatiya, ijtimoiy masʼuliyat va axloqiy qarorlar qabul qilish kabi gumanistik qadriyatlar zamonaviy marketingda tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ijobiy brend misollari talabalar uchun brendlar oʻzlarining marketing strategiyalarini ijtimoiy



qadriyatlarga qanday moslashtirishi mumkinligini tushunish uchun kuchli misollar bo'lib xizmat qiladi. Misol uchun, barqarorlik, xilma-xillik yoki jamiyat farovonligini birinchi o'ringa qo'yadigan brendlar nafaqat o'zlarining brend obro'sini oshiradi, balki axloqiy amaliyotlarni qadrlaydigan iste'molchilar bilan yanada chuqurroq anglanadi.

Ushbu misollarni o'rganish orqali talabalar o'zlarining marketing harakatlari orqali brendlar jamiyatga ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan imkoniyatlarni aniqlash va ulardan foydalanishni o'rganadilar. Bu nafaqat ularning marketing tamoyillari haqidagi tushunchalarini oshiradi, balki kelajakdagi kasbiy faoliyatida axloqiy mas'uliyat hissini uyg'otadi.

Raqamli muloqot ko'nikmalarini oshirish, Ijtimoiy media marketingining markazida samarali muloqot turadi. Raqamli asr nafaqat yozma va vizual muloqotda, balki onlayn muloqotning o'ziga xosliklarini tushunishda ham mahorat talab qiladi. Ijtimoiy media marketingida loyiha asosida o'qitish talabalarni jozibali xabarlar yaratish, turli auditoriyalar bilan muloqot qilish va raqamli vositalar va platformalardan samarali foydalanish bo'yicha amaliy tajriba bilan ta'minlaydi.

Hamkorlikdagi loyihalar orqali talabalar raqamli aloqaning murakkabliklarida, jumladan, auditoriyani segmentatsiyalash, kontent strategiyasi va ijtimoiy media tahlil qilishni o'rganadilar. Ular raqamli platformalardan brend yaratish, mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirish va real vaqtda fikr-mulohazalarga javob berish uchun qanday strategik foydalanish mumkinligi haqida tushunchaga ega bo'ladilar.

Loyiha asosida o'qitish orqali tanqidiy fikrlashni rivojlantirish, tanqidiy fikrlash tez rivojlanayotgan raqamli muhitda harakat qilishi kerak bo'lgan marketologlar uchun muhim mahoratdir. Loyihaga asoslangan ta'lim talabalarni marketing muammolari va imkoniyatlari haqida tanqidiy fikrlashga undaydi. Ularga bozordagi o'zgarishlar, iste'molchilarning xulq-atvori ma'lumotlari va raqobatbardosh muhitni tahlil qilish vazifasi yuklangan, bu esa o'zlarining kompaniya strategiyalarini xabardor qilishdir.

Bundan tashqari, ijtimoiy media marketingidagi tanqidiy fikrlash axloqiy mulohazalar va ijtimoiy ta'sirlarni o'z ichiga olgan tahlildan tashqariga chiqadi. Talabalarga turli xillikni tasvirlash, iste'molchi ma'lumotlaridan foydalanish va brend xabarlarining haqiqiyliги kabi marketing qarorlarining axloqiy oqibatlarini baholash tavsiya etiladi. Ushbu yaxlit yondashuv talabalarni biznes maqsadlari va jamiyat qadriyatlariga mos keladigan ongli va mas'uliyatli qarorlar qabul qilishga tayyorlaydi.

Pedagogik jarayon murakkab va ko'p qirrali bo'lib, o'qituvchidan nafaqat bilim, balki ma'lum ko'nikma va malakalarni ham talab qiladi. Muvaffaqiyatli ta'limning asosiy elementlaridan biri o'quv jarayonini to'g'ri loyihalashdir. Pedagogikada loyihalash algoritmi pedagoglarga talabalarining ehtiyojlarini qondiradigan va o'z oldiga qo'ygan maqsadlariga erishish imkonini beruvchi samarali ta'lim muhitini yaratishga yordam beradi.

Loyihalash metodikasini qo'llash orqali raqamli kompetensiyani rivojlantirishning taklif etilgan algoritmgiga muvofiq mavzularga loyihalar ishlab chiqildi. Loyihalar shakli umumiy bo'lib, u yettita qismdan iborat va har bir qismda loyihaning mazmun-mohiyati yoritib berilgan; maqsad va vazifalarni belgilash: darsni boshlashdan oldin ijtimoiy tarmoqlar yordamida qanday aniq maqsad va vazifalar hal etilishini aniqlash kerak. Masalan, bu muloqot qobiliyatlarini rivojlantirish, jamoada ishlash qobiliyati yoki loyihani yaratish bo'lishi mumkin; ijtimoiy media

platformalarini tanlash: keyingi qadam dars davomida foydalanish uchun mos ijtimoiy media platformalarini tanlashdir. Masalan, bu Feysbuk, Instagram, Tvitter yoki Edmodo yoki Google Classroom kabi maxsus ta'lim platformalari bo'lishi mumkin; guruh yoki muloqot oynasini yaratish: ijtimoiy tarmoqlar bilan samarali ishlash uchun talabalar bir-biri bilan muloqot qilishlari va ma'lumot almashishlari mumkin bo'lgan guruh yoki hamjamiyat yaratish kerak. Bu yopiq Feysbuk guruhi yoki Google Classroomdagi maxsus sinf bo'lishi mumkin; topshiriq va loyihalarni ishlab chiqish: maqsad va vazifalardan kelib chiqib, talabalar ijtimoiy tarmoqlardan foydalangan holda bajaradigan tegishli topshiriq va loyihalarni ishlab chiqish kerak. Misol uchun, bu taqdimotlar, videolar yaratish yoki sharhlarda mavzuni muhokama qilish bo'lishi mumkin; monitoring va baholash: ijtimoiy tarmoqlarni loyihalash usulining muhim komponenti talabalar faoliyatini monitoring qilish va baholashdir. Buni bajarilgan topshiriqlarni ko'rib chiqish, fikr-mulohazalar va ish sifatini baholash orqali amalga oshirish mumkin; munozara va teskari aloqa: dars tugagandan so'ng talabalar bilan mulohaza va muhokamalar o'tkazish kerak. Bu o'qituvchiga ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish samaradorligini baholash, muammolarni aniqlash va kelgusi darslarda loyihalash usulini takomillashtirish imkonini beradi.

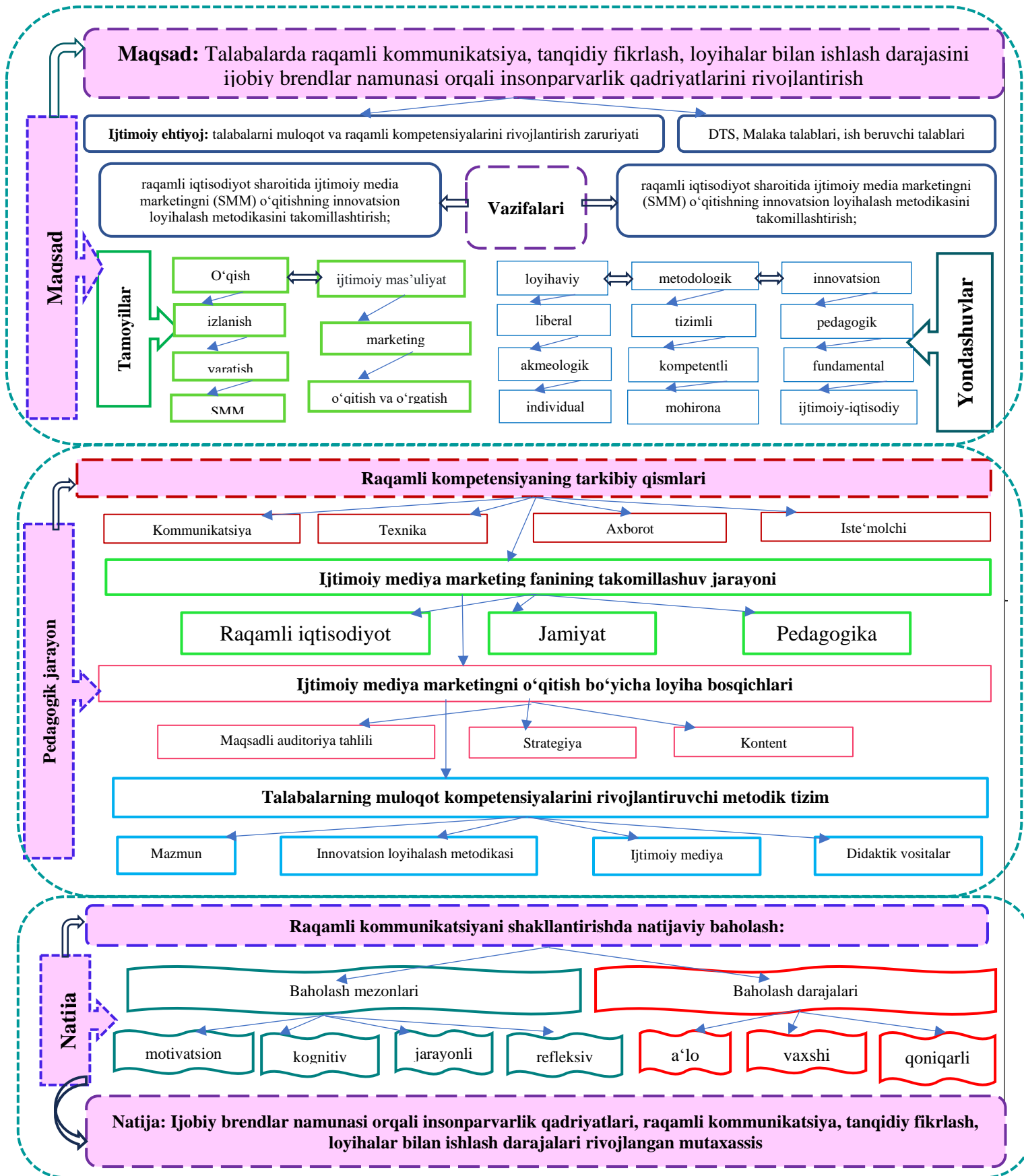
Ushbu komponentlarning barchasi birgalikda dars davomida ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda tizimli va yo'naltirilgan yondashuvni yaratishga yordam beradi, talabalarning faol ishtiroki va belgilangan maqsadlarga erishishga yordam beradi.

Loyihalash va modellashtirish usullari barcha sohalarda bo'lgani kabi ta'limda ham ta'lim jarayonining turli shakllarida o'qitishni tashkil etishda qo'llaniladi. Tadqiqotimiz davomida aniqlandiki, avtonom ish jarayonida talabalarning ijodiy qobiliyatlarining maqsadi, rivojlanish jarayoni va kutilayotgan natijalarining real sharoitlarini aks ettiruvchi va ularni takomillashtirish yo'llarini aniqlashga yordam beradigan model yaratish zarur. Mazkur modelni ishlab chiqishda davlat ta'lim standartlarining bo'lajak malakali mutaxassislariga qo'yiladigan kasbiy talablarini hisobga olgan holda mazmuni tartibga solindi va belgilandi; talabaning raqamli kompetensiyalari va dars jarayonida ushbu kompetensiyalarni rivojlantirishda samarali loyihalash algoritmi hamda dars jarayonida ushbu kompetensiyalarni rivojlantirishda samarali bo'lgan ijtimoiy mediani dasrda qo'llash loyihasi asosiy manba bo'ldi.

Fanda "model" atamasi haqiqiy obyekt yoki hodisaning soddalashtirilgan tavsifi yoki tasviri bo'lgan mavhum konstruksiyani anglatadi. Model matematik, fizik, kompyuter va boshqacha bo'lishi mumkin. U murakkab tizimlar va hodisalarni o'rganish va tushunish, shuningdek, ularning xatti-harakatlarini bashorat qilish uchun ishlatiladi.

Ta'limdagi modellashtirish – bu aniq ta'lim maqsadlariga erishish uchun ishlatiladigan o'ziga xos yondashuv, metodologiya yoki tizim. Model talabalarga materialni yaxshiroq tushunishga va ko'nikmalarni rivojlantirishga yordam beradigan turli xil usul va uslublarni o'z ichiga olishi mumkin.

Barcha yuqoridagi fikrlarni inobatga olib, innovatsion loyihalash metodikasiga asoslanib, innovatsion loyihalash modeli ishlab chiqildi (3-rasm).



**3-rasm. Innovatsion loyihalash metodikasi orqali talabalarda raqamli kommunikatsiya, tanqidiy fikrlash, loyihalar bilan ishlashda insonparvarlik qadriyatlarini rivojlantirish modeli<sup>13</sup>**

<sup>13</sup>Muallif tomonidan takomillashtirilgan.

Parametrlar asosida aniqlash – daraja ko‘rsatkichlarini baholash, kasbiy faoliyat bo‘yicha eksportlarni tayyorlashdagi yutuq va kamchiliklarini aniqlab, yutuqlarni ko‘paytirish, kamchiliklarni esa bartaraf etish chora-tadbirlarini aniqlash imkonini beradi. Pirovard natijada, talabalarda kommunikativ raqamli faoliyatni modulli - kompetentli yondashuv asosida rivojlantirish va takomillashtirish, boshqarish va natijalarni aniqlash, innovatsion texnologiyalarni (loyihalash, modellashtirish, portfolio metodlari), hamda axborot-kommunikatsion vositalarni (mobil ilovalar) qo‘llash ishlab chiqilgan modelning asosiy mazmun-mohiyati bo‘lib, mustaqil va zamonaviy, tanqidiy fikrlay oladigan hamda tahliliy intellektga ega, raqobatbardosh mutaxassislarini tayyorlashda samara beradi, deb ta‘kidlash mumkin. Ushbu 3-rasmda berilgan modelda malakali mutaxassislarga bo‘lgan ehtiyoj va talablarni hisobga olgan holda oliy ta‘lim muassasa talabalarining dars jarayonida faolligini tizimli tashkil etish asosida talabalaridagi muloqot hamda raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish jarayonini aks ettiruvchi model bo‘lib, unda maqsaddan natijaga erishishgacha bo‘lgan vazifalarni bajarish mazmuni, mohiyati va jarayoni yoritib berilgan.

Ushbu komponentlarning barchasi birgalikda dars davomida ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda tizimli va yo‘naltirilgan yondashuvni yaratishga yordam beradi, talabalarining faol ishtiroki va belgilangan maqsadlarga erishishiga yordam beradi. Innovatsion loyihalash metodikasi talabalarda raqamli kommunikatsiya, tanqidiy fikrlash va loyihaviy faoliyat ko‘nikmalarini shakllantirish jarayonida muhim rol o‘ynaydi. Ushbu metodika talabalarga nafaqat zamonaviy texnologiyalardan samarali foydalanishni o‘rgatadi, balki ular o‘rtasida insonparvarlik qadriyatlarini rivojlantirishga ham xizmat qiladi. Loyihalash jarayonida talabalar jamoaviy ishlash, mas‘uliyatni bo‘lishish va qarorlar qabul qilishda etik tamoyillarga amal qilishni o‘rganadilar. Raqamli kommunikatsiya vositalaridan foydalanish orqali ular turli madaniy va ijtimoiy muhitdagi odamlarga nisbatan hurmat va bag‘rikenglikni rivojlantiradilar. Shuningdek, tanqidiy fikrlash ko‘nikmalarini shakllantirish loyihaviy yondashuvning ajralmas qismi bo‘lib, talabalarga murakkab muammolarni tahlil qilish, ma‘lumotlarni to‘g‘ri baholash va optimal yechimlarni ishlab chiqishga yordam beradi. Bunda insonparvarlik qadriyatlari muhim ahamiyat kasb etib, talabalar ijtimoiy mas‘uliyatni anglash hamda loyihalarning inson hayotiga ijobiy ta‘sirini ta‘minlashni o‘z oldilariga maqsad qilib qo‘yadilar. Shu tariqa, innovatsion loyihalash metodikasi talabalarni nafaqat texnologik jihatdan, balki axloqiy jihatdan ham yetuk shaxslar sifatida shakllantirishga xizmat qiladi.

Dissertatsiyaning **“Oliy ta‘lim muassasalari talabalarida innovatsion loyihalash metodikasi orqali ijtimoiy media marketingni o‘qitishning samaradorligi”** deb nomlangan uchinchi bobida Oliy ta‘lim muassasalarida innovatsion loyihalash metodikasi orqali ijtimoiy media marketingni o‘qitish bo‘yicha tajriba-sinov ishlarining tashkil etilishi bo‘yicha pedagogik tajriba-sinov ishlarining tashkil etilishi va uning natijalari bayon qilingan.

Ijtimoiy tarmoqlar marketingini innovatsion loyihalash metodikasi orqali o‘qitish bo‘yicha eksperimental ishlarni tashkil etish oliy ta‘lim muassasalarining ushbu maqsadga erishishda yordam berishi mumkin. Bu usul turli ijtimoiy media platformalaridan foydalanishga asoslangan va ijtimoiy media marketingi ko‘nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan darslarni yaratish imkonini berdi.

Tajriba-sinov ishlarini tashkil etishdan koʻzlangan maqsadi – raqamli iqtisodiyot sharoitida talabalarning mustaqil ishlashi jarayonida kommunikativ-raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish hamda ularni faollikka undovchi omillarni shakllantirish imkonini beruvchi tavsiya etilgan pedagogik shart-sharoitlardan samarali foydalanish darajasini aniqlashdan iborat etib belgilandi.

Eksperimental ish tugagandan soʻng, natijalarni tahlil qilish. Ijtimoiy tarmoqlardagi darslarni loyihalash usuli va diagnostika oʻqitish tizimidan foydalanish oliy taʼlim muassasalariga oʻz xizmatlarini ilgari surish va yangi talabalarni jalb etishda qanchalik samarali yordam bergani baholandi.

Tadqiqot davomida olib borilgan tajriba-sinov ishlari uch bosqichda amalga oshirildi:

Birinchi – tayyorlov bosqichi (aniqlovchi va izlanuvchi) bosqich. Raqamli iqtisodiyot sharoitida talabalarning dars jarayonida ularning muloqot kompetensiyalarini shakllantirish va rivojlantirishdagi mavjud yoʻnalishlarni aniqlaydigan pedagogik faoliyat tashkil etildi. Tanlangan muammoning holati oʻrganildi; tadqiqotning obyekti, mavzusi, ilmiy-nazariy asoslari, talabalarning darsda faolligini tashkil etishga oid nazariya va amaliyotlar oʻrganildi; mavzuga oid yetakchi pedagog-olimlarning ilmiy ishlari tahlil qilindi, pedagogik shart-sharoitlar aniqlanib, tajriba-sinov dasturi tuzildi.

Ikkinchi – shakllantiruvchi bosqich. Innovatsion loyihalash metodikasining eksperimental dasturini sinovdan oʻtkazish boʻldi. Biz shakllantiruvchi bosqichini oʻtkazish shakli etib bir-biri bilan kesishadigan guruhlar eksperimentini tanladik, chunki u eksperimental va nazorat guruhlarida teng baholi sharoitlarni yaratish hamda talabalar shaxsiga bogʻliq boʻlgan qoʻshimcha oʻzgaruvchanlarni tenglashtirish imkonini beradi.

Uchunchi – yakuniy (umumlashtiruvchi) bosqich. Talabalarning dars jarayonida interfaol taʼlim metodlari asosida ijtimoiy media bilan ishlash koʻnikmalarini rivojlantirish metodikasi boʻyicha tajriba-sinov ishlari natijalari tahlil qilinib, tavsiya etilayotgan metodikaning samaradorligi, shuningdek, talabalarning dars jarayonida kreativ kompetensiyalarini rivojlanganlik darajasining holati aniqlandi. Tajriba-sinov ishi jarayonida olingan natijalar tahlil qilinib, qayta ishlandi hamda dissertatsiya tadqiqoti natijalari umumlashtirilib, rasmiylashtirildi.

### 1-jadval

#### Tajriba-sinovning anketa soʻrovnomasida ishtirok etgan respondentlar soni<sup>14</sup>

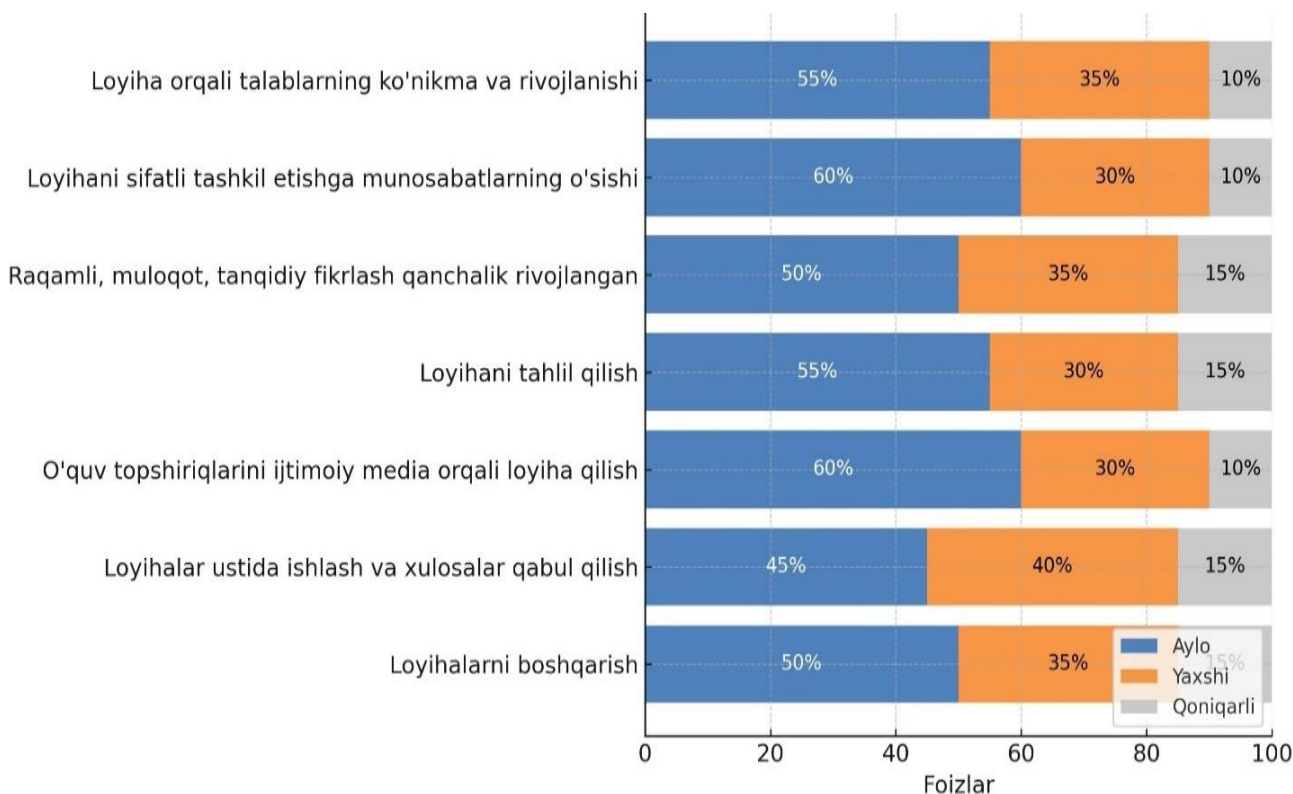
Tajriba-sinov maydonlari	Respondentlar soni	Tajriba guruhi	Nazorat guruhi
TDIU	140	72	68
FDU	143	73	70
GulDU	142	70	72
<b>Jami</b>	<b>425</b>	<b>215</b>	<b>210</b>

14 Muallif tomonidan shakllantirilgan

Tadqiqot ishi doirasida 2020-2023-yillarda raqamli iqtisodiyot sharoitida talabalarning dars jarayonida ijtimoiy media bilan ishlash ko'nikmalarining rivojlantirish darajasining oshishi tahlil qilindi.

Tajriba-sinov ishlarini amalga oshirish davomida talabalarning raqamli-muloqot kompetensiyalarining rivojlanganlik darajasini hamda tadqiqot natijalarining samaradorligini baholash uchun quyidagi raqamli-muloqot kompetentlikning rivojlanganligini aniqlovchi ko'rsatkichlar belgilandi. Ularning mazmuni va bosqichlari quyidagicha:

Tajriba - sinov ishlari statistik tahlili natijasida tuzilgan ushbu jadvallar va diagrammalardan samaradorlik ko'rsatkichi tajriba guruhida nazorat guruhiga nisbatan 1,02 barobarga yuqori ekanligi yuqorida qilingan xulosamiz to'g'ri ekanligini isbotladi.



#### 4-rasm. Barcha ta'lim muassasalari (umumiy) talabalarining yakuniy bosqich natijalari<sup>15</sup>

Shunday qilib, innovatsion loyihalash jarayonida talabalarning raqamli-muloqot kompetensiyalarini rivojlantirish bo'yicha barcha talabalar muloqot komponentlari: mantiqiy fikrlash, tanqidiy fikrlash, operativlik, tasavvurning kengligi, loyihalarni boshqarish, raqamli kompetensiyaga egalik darajasining sezilarli (12 foizga) darajada oshishi kuzatildi. Olingan ma'lumotlarga statistik ishlov berish tajriba-sinov ishining ishonchliligini tasdiqladi.

<sup>15</sup> Ushbu jadval muallif hisob-kitoblari asosida shakllantirilgan.

## XULOSA

“Raqamli iqtisodiyot sharoitda ijtimoiy media marketingini o‘qitishda innovatsion loyihalash metodikasini takomillashtirish” mavzusida olib borilgan tadqiqot natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

Raqamli iqtisodiyot sharoitida yangi kompetensiyalar o‘rganildi hamda talabalarning raqamli kompetensiyasi va tanqidiy fikrlashini rivojlantirish muammosining mavjud holati tahlil qilindi; ta‘lim jarayonida talabalarning raqamli kompetensiyalarini rivojlantirishga oid zamonaviy yondashuvlar, usullar hamda vositalar o‘rganildi va ularning ta‘lim sifatini oshirishdagi ahamiyati ko‘rsatib berildi.

Iqtisodiyotni raqamlashtirilishi, ijtimoiy medianing rivojlanishi oliy ta‘limdan faqat kasbiy bilim va ko‘nikmalarga ega kadrlarni emas, balki tanqidiy hamda tahliliy fikrlovchi keng ko‘lamli loyihalar bilan ishlash va kasbiy sohada raqamli ko‘nikmalarga ega kadrlarni tayyorlash zaruriyati, ularning loyihalar bilan ishlash darajalari, bosqichlari, imperativ virtual guruh hamkorligi, jamoaga g‘amxo‘rlik qila oladigan brend atrofida hamjamiyat yaratishning imkoniyatlari asoslab berilgan.

Talabalarning kommunikativ va raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish yo‘nalishlaridan biri sifatida darslarni innovatsion loyihalash metodikasi orqali tashkil etish deb qabul qilindi va ushbu ishlash jarayonini tashkil etishning loyihasi (sxemasi) ishlab chiqildi hamda undagi (loyiha topshirig‘i va talablarini tushunish, loyiha analizi, sintezi, optimizatsiyasi, natijalarni tekshirish, rasmiylashtirish, taqdimot qilish) o‘zaro bog‘liqlikdagi tarkibiy qismlarning talabalardagi rivojlantirilishi lozim bo‘lgan kasbiy kompetensiyalarga ta‘siri izohlab berilgan.

Ta‘limdagi zamonaviy yondashuvlar, tamoyillar, muloqot kompetensiyalari va raqamli kompetensiyalarni rivojlantiruvchi yo‘nalishlar, talabalarning kommunikativ kompetensiyalarini rivojlantiruvchi innovatsion loyihalash metodikasining taklif etilgan loyihasi asosida talabalarni dars jarayonida kommunikativ hamda raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish modeli ishlab chiqildi hamda undagi maqsaddan natijaga erishishgacha bo‘lgan vazifalarni bajarish mazmuni, mohiyati va pedagogik jarayoni yoritib berildi. Taklif etilgan modelning – barcha ta‘lim yo‘nalishlari o‘quv rejasidagi fanlarni o‘qitishda talabalarning kommunikativ va raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish imkoniyatlari yoritib berilgan.

Tadqiqotlar davomida talabalarning ijtimoiy media bilan ishlash ko‘nikmalari rivojlantiruvchi kompetensiyalar, ularni rivojlantirish maqsadida darslarni loyihalash jarayonini tashkil etish loyihasi va loyihani bajarishda ijtimoiy media orqali loyihalash metodikasini qo‘llash algoritmi asosida ishlab chiqilgan kommunikativ kompetensiyalarni rivojlantirish modelidan foydalanish imkoniyatlarini aniqlash bo‘yicha tajriba-sinov ishlari amalga oshirildi. Tajriba-sinov ishlarini natijalarini tahlili olib borilgan tadqiqot ishlarining samaradorligi ijobiy, ishonchli va to‘g‘ri ekanligini tasdiqlagan.

Ta‘lim jarayonida talabalarning ijtimoiy media bilan ishlash ko‘nikmalarini rivojlantirishga oid zamonaviy nazariy yondashuvlar asosida bakalavriat barcha ta‘lim yo‘nalishlari talabalari, tadqiqotchilar, zamonaviy pedagogik bilimlarini rivojlantirishga qiziquvchi barcha soha egalari uchun mo‘ljallangan “Innovative pedagogy” nomli o‘quv qo‘llanma, loyihalash jarayonida hamda masofaviy o‘qitishda

darslarni loyihalash bo'yicha "Zamonaviy kreativ ta'lim texnologiyalari" fanidan o'quv qo'llanma, Loyihalashning innovatsion yechimlari berilgan "Interaktiv ta'lim texnologiyalari" fanidan elektron multimediali o'quv qo'llanmalar tayyorlangan.

### **Tavsiyalar**

Loyihalash metodikasi bilan talabalarning ijtimoiy media marketingi haqida bilim va ko'nikmalarini rivojlantirish samaradorligini oshirish uchun quyidagilarni tavsiya qilamiz:

talabalar orasida ijtimoiy media marketingi haqida bilim va ko'nikmalarni shakllantirish maqsadida iqtisodiyot oliy ta'lim muassasalarida mustaqil ta'lim olish uchun internet platformalaridan foydalanishni keng joriy etish zarur;

ijtimoiy media marketingini o'rgatish bo'yicha jahon tajribasi va pedagogika yo'nalishidagi ilg'or tajribalardan kelib chiqqan holda talaba va yoshlarda ijtimoiy media marketingi bo'yicha bilim va ko'nikmalarni shakllantirish bo'yicha uslubiy qo'llanma va tavsiyalar ishlab chiqish maqsadga muvofiq;

talaba va yoshlarning ijtimoiy tarmoqlar marketingi bo'yicha bilim va ko'nikmalarini rivojlantirish bo'yicha elektron darslik yaratishda axborot texnologiyalaridan keng foydalanish zarur;

talabalarning ijtimoiy media marketingi bo'yicha bilim va ko'nikmalarini shakllantirishga yordam beruvchi vizual vositalar to'plamini yaratish zarur.



**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ СОЗДАНЫЙ НА ОСНОВЕ НАУЧНОГО  
СОВЕТА № DsC. 03/30.12.2020.I.16.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ  
СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ  
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

---

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**ХОЖИЕВА ИРОДА АВЕЗОВНА**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТНЫХ  
МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО МЕДИА МАРКЕТИНГА  
(СММ) В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ  
(НА ПРИМЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ)**

**13.00.02 – Теория и методика обучения и воспитания**

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD)  
ПО ПЕДАГОГИЧЕСКИМ НАУКАМ**

**Ташкент – 2024**

Тема диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам зарегистрирована под номером В2023.4.PhD/red6632 в Высшей аттестационной комиссии Республики Узбекистан.

Диссертация выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете  
Автореферат диссертации размещен на трех языках (узбекский, русский и английский (резюме)) на веб-сайте Научного совета ([www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» ([www.ziynet.uz](http://www.ziynet.uz)).

**Научный руководитель:** Хакимова Мухаббат Файзиевна  
доктор педагогических наук, профессор

**Официальные оппоненты:** Усаров Жаббор Ёшбекович  
доктор педагогических наук, профессор

Шодиева Маглюба Жураевна  
доктор педагогических наук, доцент

**Ведущая организация:** Бухарский государственный университет

Защита диссертации состоится «10» 12 2024 года в 14.00 на заседании разового научного совета, созданного на основе научного совета №DSc.03/30.01 2021.1.16.03 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном экономическом университете Адрес: 100066, город Ташкент, улица Ислама Каримова, д. 49. Тел.: (99871) 239-28-72, факс (99871) 232-01-49, (99871) 239-43-51, e-mail: [info@tsue.uz](mailto:info@tsue.uz).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (регистрационный номер №А-35) Адрес 100066, город Ташкент, улица Ислама Каримова, д. 49. Тел.: (99871) 239-28-72, факс: (99871) 232-01-49, (99871) 239-43-51, e-mail: [info@tsue.uz](mailto:info@tsue.uz).

Автореферат диссертации разослан «26» 11 2024 года  
(протокол реестра № 39 от «25» 11 2024 года).



**Г.К. Абдурахманова**  
Председатель Научного совета по  
присуждению ученых степеней,  
д.э.н., профессор

**О.Д. Джурабаев**  
Заместитель секретаря Научного совета  
по Присуждению ученых степеней,  
д.э.н., доцент

**Ш.Д. Эргашходжаева**  
Председатель Научного семинара  
при Научном совете по  
присуждению ученых степеней,  
д.э.н., профессор

## **ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))**

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** В современном мире наблюдаются такие тенденции, как распространение маркетинга в социальных медиа, появление новых профессий, пересмотр подходов к подготовке специалистов, а также освоение новых компетенций для работы в интернет-среде. Согласно данным Международной организации труда, «в социальных медиа под влиянием процессов в области маркетинга происходит изменение профессий населения стран и регионов, предложение трудовых ресурсов на рынке труда, а также изменяются стереотипы поведения людей при выборе профессии»<sup>16</sup>. В этом контексте у будущих экономистов возникает необходимость развития навыков работы с маркетингом в социальных медиа, формирования цифровых компетенций и совершенствования механизмов, направленных на проведение занятий с использованием проектных методов.

Появление цифровых профессий в мире, актуализация новых профессионально-этических концепций в сфере социальных медиа и необходимость овладения навыками работы с проектами обуславливают интенсификацию исследований в данной области. В частности, интеграция проектов в образовательный процесс, управление эмоциями в цифровой коммуникации, сохранение человеческих ценностей при работе с социальным медиа-маркетингом, обеспечение академической честности при использовании социальных медиа и искусственного интеллекта в учебном процессе, а также продвижение филантропических идей рассматриваются как приоритетные направления исследований в этой сфере.

В Новом Узбекистане особое внимание уделяется повышению качества образования и достигнуты значительные результаты в следующих направлениях: подготовка специалистов к новым современным профессиям, возникающим в интернет-пространстве; проектная интеграция практики и учебного процесса; совершенствование содержания и сути обучения студентов на основе методики проектирования; развитие цифровых компетенций студентов; формирование цифровых и коммуникативных компетенций будущих экономистов; усиление внимания к актуальным направлениям создания учебно-методических ресурсов. При этом приоритетными задачами определены: «дальнейшее совершенствование системы непрерывного образования, подготовка высококвалифицированных кадров, радикальное повышение качества образования»<sup>17</sup>. Данное исследование расширяет возможности применения проектной методики в высших учебных заведениях для аксиологического развития цифровых компетенций будущих экономистов.

Настоящее исследование способствует выполнению задач, определенных в законодательной базе, а именно, указах Президента Республики Узбекистан №УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики

---

<sup>16</sup> Нестандартная занятость по всему миру. Международная организация труда. Copyright ©, 2016.

<sup>17</sup> Указ Президента Республики Узбекистан № 6(766) «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан»//Сборник правовых документов Республики Узбекистан. 2017. Статья 70.

Узбекистан» от 7 февраля 2017 года, №УП-6097 «Об утверждении Концепции развития науки до 2030 года» от 29 октября 2020 года, УП-5712 «О Концепции развития системы народного образования до 2030 года» от 29 апреля 2019 года, №УП-5847 «Об утверждении Концепции развития системы высшего образования до 2030 года» от 8 октября 2019 года, а также постановлениях Президента Республики Узбекистан №ПП-2909 «О дальнейшем развитии системы высшего образования» от 20 апреля 2017 года и №ПП-4623 «О мерах по дальнейшему развитию сферы педагогического образования» от 27 февраля 2020 года.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики Узбекистан.** Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и техники Республики Узбекистан I. «Формирование системы инновационных идей и путей их реализации в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовном и образовательном развитии республики, информационное общество и демократическое государство».

**Степень изученности проблемы.** Анализ научных исследований показал, что вопрос самосовершенствования и формирования знаний по специальным дисциплинам с использованием различных методик изучен на достаточном уровне. В частности, сформированы и определены основы теории педагогики в изучении вопросов подготовки студентов посредством метода проектирования. Исследования по применению образовательных технологий, инновационных методов проектирования, педагогических и информационных технологий в образовательном процессе высших учебных заведений были проведены такими отечественными учеными, как Н.Н.Алимов, А.И.Аширова, Д.Н.Ашурова, Б.С.Ахраров, Л.Голиш, Ш.Д.Дилшодбеков, Г.К.Изетаева, А.Ф.Исмаилов, А.А.Каххаров, Д.Н.Маматов, Б.Б.Маъмуров, М.Х.Махмудов, Ф.Р.Мурадова, У.А.Насритдинова, А.М.Полатов, И.М.Расулов, А.К.Рахимов, Т.Сапарбаев, Д.Э.Тоштемиров, М.Б.Уразова, Ж.Э.Усаров, Ж.О.Хакимов, А.З.Хамроев, Д.И.Шайзакова, И.К.Шамсиева, Г.С.Эргашева<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Аширова А.И. Методика создания программной оболочки и ее использования в образовании по науке проектирования информационных систем (на примере технических вузов): Дисс. Т., 2009. 138 с.; Ашурова Д.Н. Совершенствование преподавания в системе высшего образования на основе инновационных программно-дидактических комплексов (на примере предмета «Алгебра и теория чисел») 13.00.02 (Математика): Дисс. Т., 2019. 151 с.; Ахраров Б.С. Информационное обеспечение подготовки бакалавров по экономике. Методика преподавания курса «Безопасность»: 13.00.02 – Теория и методика образования и обучения (Информатика): Дисс. Т., 2019. 164 с.; Алимов Н.Н. Методика подготовки студентов профессиональных колледжей к техническому творчеству (на примере преподавания обще профессиональных предметов) 13.00.08: Дисс. Т., 2009. 229 с.; Дилшодбеков Ш.Д. Инновационная методика обучения инженерной графике на основе компьютерной графики 13.00.02: Дисс. М., 2020. 171 с.; Эргашева Г.С. Дидактические основы проектирования учебных материалов учебников биологии для общеобразовательной средней школы 13.00.02: Дисс. Т., 2006. 174 с.; Изетаева Г.К. Методика преподавания предмета математического анализа на основе модульной технологии в высших учебных заведениях (на примере образовательного направления «Математика») 13.00.02: Дисс. Т., 2018. 124 с.; Исмаилов А.Ф. Совершенствование инновационных технологий преподавания истории в академических лицеях 13.00.02: Дисс. Т., 2018. 169 с.; Касхаров А.А. Развитие пространственного воображения учащихся при обучении чертежной геометрии и инженерной графике на основе мультимедийных компьютерных технологий 13.00.02: Дисс. Т., 2021. 184 с.; Маъмуров Б.Б. Система формирования умений проектирования образовательного процесса у будущих учителей на основе акмеологического подхода. 13.00.01: Дисс. Т., 2018. 264 с.; Маматов Д.Н. Педагогическое проектирование процессов профессионального образования в электронной форме. Информационная образовательная среда. 13.00.06: Дисс. Т., 2017. 143 с.; Махмудов М.Х. Теоретические основы дидактического проектирования. 13.00.01: Дисс. Т., 2004. 265 с.; Мурадова Ф.Р. Совершенствование методики использования дидактической среды игры в преподавании «Информатики и информационных технологий» в профессиональных колледжах. 13.00: Дисс. Т., 2018. 148 с.; Насритдинова У.А. Методика использования средств трехмерного моделирования в обучении компьютерной графике. 13.00.02: Дисс. Т., 2018. 160 с.; Полатов А.М. Методика прогнозирования уровня знаний студентов и ее использования (на примере преподавания науки «Информатика и информационные технологии») 13.00.02: Дисс. Т., 2005. 140 с.; Расулов И.М. Развитие дизайнерской культуры студентов с помощью компьютерных технологий. 13.00.01: Дисс. Т., 2018. 196 с.; Рахимов А.К. Совершенствование методики формирования

В работах учёных стран СНГ таких, как И.В.Абрамова, Д.С.Асакаева, А.А.Аузан, К.Баришников, Ю.В.Белоусов, В.В.Герасименко, С.Глазьев, Г.Головенчик, Ю.И.Грибанов, Е.А.Григорьева, Г.А.Забелина, Е.В.Кручай, Л.В.Лapidус, Е.А.Макарова, С.М.Маркова, М.М.Морозова, Х.П.Маташева, В.Обиденкова, О.Н.Рябова, К.Л.Свечников, О.И.Тимофеева и О.В.Чернова изучены проблемы инновационной деятельности при применении метода проектирования в образовании<sup>19</sup>.

Проблемы развития методики проектирования, совершенствования навыков и способностей технологической подготовки были изучены в исследованиях зарубежных учёных таких, как Д.Л.Вульф, М.Е.Грин, М.Дженнифер, Д.Р.Джонсон, К.Л.Махаффи, Д.Р.Мергендоллер, Д.Тапскотт, Т.Л.Томас, Ч.Р.Харрис, С.Дж.Хартцлер, Д.А.Херцберг и Р.А.Шер<sup>20</sup>.

Однако следует отметить, что эти работы не усовершенствовали обучение студентов экономических вузов социальному медиа-маркетингу посредством инновационной методики проектирования в единую систему учебно-воспитательного процесса.

**Связь исследования с научными планами вуза, в котором выполнена диссертация.** Диссертационное исследование выполнено в рамках грантового проекта №ОТ-Ф1-049 научно-исследовательских работ Джизакского политехнического института по теме «Социально-психологические особенности формирования асертивного поведения студентов» (2017-2021 годы).

**Целью исследования** является разработка практических рекомендаций по совершенствованию инновационной методологии проектирования обучения маркетингу в социальных сетях (SMM) в условиях цифровой экономики.

#### **Задачи исследования:**

определить педагогические возможности обучения социальному медиа-маркетингу с использованием инновационной методики проектирования в условиях цифровой экономики;

---

естественнонаучного мировоззрения у студентов (на примере преподавания «Эволюционное учение»). 13.00.02: Дисс. Т., 2019. 296 с.; Сапарбаев Т. Нетрадиционная методика совершенствования преподавания физики в академических лицеях (на примере конкретных наук). 13.00.02: Дисс. Т., 2011. 156 с.; Шамсиева И. К. Проектирование уроков физического воспитания в общеобразовательной средней школе на основе современных подходов. 13.00.01: Дисс. М., 2019. 168 с.; Шайзакова Д.И. Совершенствование содержания обучения химии на основе личностно-ориентированных технологий и современных методов (на примере общеобразовательных школ). 13.00.02: Дисс. Т., 2020. 194 с.; Тоштемуров Д.Э. Методика создания и использования образовательного портала для преподавания «Информатики» в профессиональных колледжах. 13.00.02: Дисс. Т., 2012. 150 с.; Хамроев А.Р. Проектирование творческой деятельности учащихся при родном обучении. 13.00.05: Дисс. Т., 2020. 248 с.

<sup>19</sup> Морозова М.М. Метод проектов как феномен образовательного процесса в современной школе. 13.00.01: Дисс. М., 2005. 231 с.; Макарова Е.А. Профессиональная подготовка научно-педагогических кадров и аспирантура, и гибридизация образования, 13.00.08: Дисс. М., 2021. 203 с.; Маташева Х.П. Совершенствование маркетинговой деятельности при использовании Интернет-технологий. 08.00.05: Дисс. М., 2009. 186 с.; Обиденкова В.К. Интернет-проектирование как средство профессиональной подготовки студентов педагогических вузов. 13.00.08: Дисс. М., 2017. 254 с.; Рябова О.Н. Организационно-педагогические условия использования метода проектов в учреждениях дополнительного образования. 13.00.01: Дисс. Т., 2004. 247 с.; Свечников К.Л. Метод реализации проектов и гуманитарные науки. 13.00.01: Дисс. М., 2004. 235 с.; Тимофеева О.И. Другой в философско-антропологическом контексте: проблема различия. 13.00.02: Дисс. М., 2018. 269 с.; Забелина Г.А. Метод проектов в системе высшего профессионального образования. 13.00.01: Дисс. М., 2009. 168 с.; Чернова О.В. Краевые задачи для эллиптических систем первого заказа на плоскости. 01.01.02: Дисс. М., 2019. 103 с.; Чернова О.В. Краевые задачи для эллиптических систем первого заказа на плоскости. 01.01.02: Дисс. М., 2019. 103 с.

<sup>20</sup> Использование технологий социальных сетей в проектно обучении: пример: Дисс. США, 2020. 230 с.; Тапскотт Д. Взросление в цифровом формате. Расцвет сетевого поколения. Нью-Йорк: МакГроу Хилл. xiii +338. 1998. ISSN 0-07-063361-4. Веб-сайт: [www.growingupdigital.com](http://www.growingupdigital.com); Вульф. Влияние проектного обучения на отношение студентов и восприятие науки. Калифорнийский университет, Беркли, 2007. 13 с.; Шерр. Проектное обучение в физике: исследование понимания и вовлечения студентов. Калифорнийский университет, Беркли, 2008. 16 с.

совершенствование инновационной методики проектирования обучения социальному медиа-маркетингу (SMM) в условиях цифровой экономики;

совершенствование модели обучения социальному медиа-маркетингу (SMM) на основе проектирования в условиях цифровой экономики;

повысить эффективность обучения социальному медиа-маркетингу посредством инновационной методики проектирования.

**Объектом исследования** является процесс совершенствования инновационной методики проектирования преподавания дисциплины «Социальный медиа-маркетинг (SMM)» в условиях цифровой экономики, в котором приняли участие 425 студентов Ташкентского государственного экономического университета, Ферганского государственного университета и Гулистанского государственного университета.

**Предмет исследования:** социально-педагогические условия, средства, формы и методы совершенствования инновационной методики проектирования обучения дисциплине «Социальный медиа маркетинг (SMM)» в условиях цифровой экономики.

**Методы исследования.** В процессе исследования использовались методы изучения и анализа педагогических и научно-методических источников, дидактических материалов, учебных планов и программ, учебно-нормативных документов, учебников и учебно-методической литературы, беседы, наблюдение, анкетирование, тестирование, моделирование, экспертная оценка, педагогический эксперимент, а также методы математико-статистической обработки результатов исследования.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

определены педагогические возможности обучения социальному медиа-маркетингу посредством инновационного проектирования в условиях цифровой экономики за счет выявления трендов лояльности к бренду, что позволило раскрыть сущность органичного распространения социального медиа-маркетинга;

усовершенствована методика инновационного проектирования обучения социальному медиа-маркетингу на основе определения цифровых возможностей создания сообщества бренда или продукта, способного заботиться об обществе и оказывать помощь пользователям, что способствует развитию компетенций критического мышления у студентов;

усовершенствована модель проектного обучения социальному медиа-маркетингу посредством развития гуманистических ценностей на примерах положительных брендов, что повышает уровень цифровой коммуникации, критического мышления и навыков работы с проектами у студентов;

повышена эффективность развития обучения социальному медиа-маркетингу посредством инновационного проектирования за счет совместного использования эмоциональной эмпатии студентов в процессе цифровой коммуникации в виртуальных групповых проектах.

**Практические результаты исследования** заключаются в следующем:

созданы и внедрены в практику учебно-методические разработки, направленные на развитие обучения посредством использования инновационной методики проектирования;

разработан и внедрен в учебный процесс проект организации занятий с применением инновационной методики проектирования при преподавании дисциплин учебного плана всех направлений подготовки в высших учебных заведениях, а также усовершенствованы модель и алгоритм методики проектирования;

изданы учебные пособия «Innovative pedagogy» и «Креативные технологии в современном образовании»; разработано содержание электронного пособия «Основы интерактивного образования».

**Достоверность результатов исследования** объясняется научно-методической обоснованностью использованных подходов, методов и технологий, полученными теоретическими данными из научных источников, эффективностью результатов экспериментально-исследовательской работы, подтвержденной математико-статистическим анализом, внедрением выводов и рекомендаций в практику и их утверждением уполномоченными организациями.

#### **Научная и практическая значимость результатов исследования.**

Научная значимость результатов исследования заключается в том, что в условиях цифровой экономики разработана методика инновационного проектирования, которая позволяет системно и последовательно организовать процесс перехода к новым формам обучения. Это способствует развитию на занятиях мотивации и активности студентов, обогащает содержание и суть образовательного процесса, включает основные понятия, необходимость и влияние на качество и эффективность обучения. Научное обоснование этого подхода подкреплено современными технологиями, инструментами и подходами, что вносит вклад в развитие теории образования.

Практическая значимость результатов исследования определяется созданием проекта обучения, направленного на развитие цифрово-коммуникативных компетенций студентов через использование социальных медиа, а также модели обучения с применением смарт-технологий. Разработанные алгоритмы и модели внедрены в учебный процесс и применяются в высших учебных заведениях для подготовки студентов к профессиональной деятельности. Данные результаты способствуют развитию мотивации и активности студентов и позволяют участникам образовательного процесса активно действовать по принципам «учиться, исследовать, создавать, обучать и наставлять».

#### **Внедрение результатов исследований:**

педагогические возможности обучения социальному медиа-маркетингу через инновационное проектирование в условиях цифровой экономики, включающие суть органичного распространения социального медиа-маркетинга и предложения по выявлению трендов лояльности к бренду были интегрированы в содержание учебного пособия «Innovative pedagogy», рекомендованного для студентов направлений бакалавриата 60112400–

«Профессиональное образование» (60310100–Экономика) и 60112400–«Профессиональное образование» (Менеджмент–60411200) (приказом №169 ректора Ташкентского государственного экономического университета от 31 мая 2023 года одобрено к изданию, а также утверждено справкой №02/01-01-157 Центра исследований и развития высшего образования Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 10 ноября 2023 года). В результате сформирована возможность в условиях цифровой экономики качественного совершенствования учебной деятельности посредством использования педагогических возможностей обучения социальному медиа-маркетингу через инновационное проектирование. Что позволяет эффективно применять методы органичного распространения социального медиа-маркетинга и предложения по выявлению трендов лояльности к бренду;

методика инновационного проектирования социального медиа-маркетинга, направленная на развитие критического мышления у студентов и совершенствование предложений по выявлению цифровых и оперативных возможностей для создания сообществ вокруг бренда или продукта, проявляющее заботу о социуме и оказывающее помощь пользователям, интегрирована в содержание учебного пособия «Креативные технологии в современном образовании», рекомендованного для студентов направлений бакалавриата 60112400–«Профессиональное образование» (60310100–Экономика) и 60112400–«Профессиональное образование» (Менеджмент–60411200) (приказом №211 ректора Ташкентского государственного экономического университета от 26 июня 2023 года одобрено к изданию, а также утверждено справкой №02/01-01-157 Центра исследований и развития высшего образования Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 10 ноября 2023 года). В результате методика инновационного проектирования социального медиа-маркетинга расширяет возможности студентов по развитию их критического мышления, способствует выявлению цифровых возможностей для улучшения учебной деятельности на основе создания сообществ бренда или продукта, ориентированного на поддержку и заботу о пользователях;

модель проектного обучения социальному медиа-маркетингу, направленная на развитие у студентов уровня цифровой коммуникации, критического мышления и навыков работы с проектами на основе гуманистических ценностей через примеры положительных брендов была интегрирована в содержание учебного пособия «Креативные технологии в современном образовании», рекомендованного для студентов направлений бакалавриата 60112400 - «Профессиональное образование» (60310100 - Экономика) и 60112400 - «Профессиональное образование» (Менеджмент - 60411200) (приказом №211 ректора Ташкентского государственного экономического университета от 26 июня 2023 года одобрено к изданию и утверждено справкой №02/01-01-157 Центра исследований и развития высшего образования Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 10 ноября 2023 года). В результате модель



проектного обучения социальному медиа-маркетингу расширяет возможности студентов по повышению уровня цифровой коммуникации, критического мышления и работы с проектами, развивая гуманистические ценности на основе примеров положительных брендов;

эффективность развития обучения социальному медиа-маркетингу через инновационное проектирование, направленное на повышение эмоциональной эмпатии студентов в процессе цифровой коммуникации, на основе совместной работы в виртуальных групповых проектах было интегрировано в содержание учебного пособия «Innovative pedagogy», рекомендованного для студентов направлений бакалавриата 60112400-«Профессиональное образование» (60310100-Экономика) и 60112400-«Профессиональное образование» (Менеджмент-60411200) (приказом №169 ректора Ташкентского государственного экономического университета от 31 мая 2023 года одобрено к изданию и утверждено справкой №02/01-01-157 Центра исследований и развития высшего образования Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 10 ноября 2023 года). В результате предложенные методы позволили повысить эффективность обучения социальному медиа-маркетингу через инновационное проектирование, предоставив возможности для укрепления эмоциональной эмпатии студентов в процессе цифровой коммуникации и совместного участия в виртуальных групповых проектах.

**Апробация результатов исследования.** Результаты исследования обсуждались и оценены на 2 международных и 2 республиканских научно-практических конференциях.

**Опубликованность результатов исследования.** По теме диссертации опубликовано 20 научных работ, которые рекомендованы для публикации Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан. В том числе опубликовано 8 статей в республиканских научных изданиях, 4 статьи в республиканских научных журналах и 4 статей в зарубежных журналах.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений, общий объем составляет 125 страниц.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во **Введении** обоснована актуальность темы диссертации, раскрыто соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, представлена степень изученности проблемы, отражена связь исследования с планами научно-исследовательских работ высшего учебного заведения, где выполнялась диссертация. Определены цель и задачи исследования, а также объект и предмет, раскрыты научно-практическая значимость, достоверность полученных результатов, их внедрение в практику, апробация, публикация, структура и объем работы.

Первая глава диссертации «**Теоретико-методологические основы обучения социальному медиа-маркетингу студентов вузов по методике**

**инновационного проектирования»** посвящена рассмотрению социально-педагогической проблеме подготовки будущих экономистов к цифровой экономике. В ней определены критерии и параметры обучения студентов высших учебных заведений социальному медиа-маркетингу посредством метода проектирования, определено текущее состояние знаний, навыков и умений будущих экономистов в области социального медиа-маркетинга, сформированных с помощью проектного метода.

В настоящее время в высших учебных заведениях республики уделяется особое внимание повышению качества и эффективности образования, поскольку стремительное развитие цифровой экономики требует от высшего образования подготовки не только узкоспециализированных кадров, но и универсальных специалистов с широким кругозором и знаниями. Современное общество переживает интенсивное развитие цифровой экономики, проникающее во все сферы жизни. Это обуславливает необходимость подготовки будущих экономистов к новым вызовам и требованиям, связанным с цифровой экономикой. Данный процесс представляет собой сложную социально-педагогическую проблему, требующую особого внимания и разработки эффективных стратегий обучения и подготовки студентов.

Социально-педагогическая проблема подготовки будущих экономистов к цифровой экономике связана с необходимостью преодоления сопротивления со стороны студентов и преподавателей. Некоторые из них могут быть не готовы к использованию новых технологий или не понимать их практическую значимость. В этой связи важно разработать эффективные методы мотивации учащихся и их вовлечения в учебный процесс, а также поддерживать преподавателей и повышать их квалификацию. В этом контексте использование методики проектирования становится основным фактором, способствующим достижению данных целей.

В научной работе Ж.О.Хакимова выделены уровни автоматизации процессов проектирования, «которые делятся на низкий, средний и широкий масштаб, а также предложена система проектных конструкторских заданий в условиях виртуальной лаборатории»<sup>21</sup>. По нашему мнению, этот подход является целесообразным, так как способствует дальнейшему развитию у студентов модульных, компетентностных и логических навыков. В исследовании А.Р.Хамроева учебная деятельность делится с точки зрения взаимосвязей на два этапа. Первый этап – это столкновение с условными символами, второй этап – это перенос содержания, переданного с помощью условных символов, в свою профессиональную область<sup>22</sup>. По нашему мнению, данное определение взаимосвязей, можно применять на любом этапе учебной деятельности, поскольку студенты, обучающиеся по специальности «экономика», сначала воспринимают термины и категории, относящиеся к

---

<sup>21</sup> Хакимов Ж.О. Совершенствование информационно-коммуникативной подготовки будущих учителей профессионального образования на основе средств компьютерного проектирования. 13.00.05: Дисс. Т., 2021. 218 с.

<sup>22</sup> Хамроев А.З. Проектирование творческой деятельности учащихся в условиях родного языка. 13.00.05: Дисс. Т., 2020. 248 с.

экономике, в виде условных символов, а затем, под влиянием усвоенного материала, могут применять их в своей профессиональной деятельности.

В исследовании И.К.Шамсиевой рекомендуется «использовать методики, которые способствуют повышению логического мышления студентов и развитию их интеллектуальных способностей в процессе проектирования при изучении различных дисциплин»<sup>23</sup>. Данная идея является актуальной для воспитания будущих экономистов как кадров, умеющих логически мыслить и обладающих широким мировоззрением.

В научной работе А.И.Ашировой подчеркивается «умение студентов создавать средства и методы предпроектного анализа, проектирования, постановки задач, информационного обеспечения и технологии обработки информации». Однако стоит отметить, что данные разработки направлены на образовательную деятельность педагогов<sup>24</sup>. С данной точки зрения необходимость совершенствования подобных навыков у будущих экономистов является одним из направлений нашего исследования. М.Х.Махмудов предлагает рассматривать «дидактическое проектирование в подготовке будущих специалистов как социальный заказ»<sup>25</sup>.

Термин «цифровая компетенция» был введен Европейской комиссией в 2006 году в рамках программы «Европейский Союз и цифровая грамотность». Цифровая компетенция – представляет собой совокупность знаний, умений и навыков, необходимых для эффективного использования цифровых технологий в различных сферах жизни. Она включает в себя способность работать с компьютером, программным обеспечением, интернетом, социальными сетями, электронной почтой, мультимедийными технологиями и другими цифровыми средствами. Цифровая компетенция является важной в современном мире и необходима для работы во многих профессиях и участия в общественной жизни.

Согласно нашему определению, цифровая компетенция – это способность использовать цифровые технологии для решения различных проблем. Она включает не только знание программ и приложений, но и умение работать с информацией, анализировать её и принимать решения на основе полученных данных.

Важно различать компоненты цифровой компетентности, поскольку они являются важным элементом подготовки кадров (рис. 1).

История появления дисциплины «Социальный медиа-маркетинг» начинается с 2000-х годов, когда появились первые социальные сети. В то время большинство компаний использовали социальные сети только для поддержки имиджа и управления репутацией. Однако вскоре стало ясно, что социальные сети могут быть использованы и для прямого маркетинга. Первые шаги в этом направлении были сделаны в 2005 году, когда компания MySpace запустила программу Myads, позволяющую предприятиям размещать рекламу

<sup>23</sup> Шамсиева И.К. Проектирование уроков физкультуры в общеобразовательных школах на основе современных подходов. 13.00.01: Дисс. М., 2019. 168 с.

<sup>24</sup> Аширова А.И. Методика создания программной оболочки в науке проектирования информационных систем и ее использование в образовании (на примере технических вузов): Дисс. Т., 2009. 138 с.

<sup>25</sup> Махмудов М.Х. Теоретические основы дидактического проектирования образования. 13.00.01: Дисс. Т., 2004. 265 с.

на страницах пользователей. Вскоре появились и другие социальные сети, такие как Facebook, Twitter и LinkedIn.



**Рис. 1. Компоненты цифровой компетентности<sup>26</sup>**

В 2010 году социальный медиа-маркетинг стал отдельной дисциплиной и был включен в учебные программы по маркетингу. В этом же году была основана первая ассоциация по социальному медиа-маркетингу – Социальный медиа-клуб. Со временем социальный медиа-маркетинг стал всё более популярным и востребованным. Компании активно начали использовать социальные сети для продвижения продуктов и услуг, а маркетологи начали разрабатывать новые стратегии и методы работы с социальными сетями.

Сегодня социальный медиа-маркетинг является одним из важнейших инструментов для продвижения брендов и продуктов.

Органичное распространение социального медиа-маркетинга: Органичное продвижение социального медиа-маркетинга подразумевает естественный рост и расширение присутствия бренда в социальных сетях через подлинное взаимодействие с подписчиками. В этом контексте формирование лояльности к бренду включает создание значимых связей с клиентами, предоставление ценного контента и поддержание постоянного фирменного голоса на разных платформах.

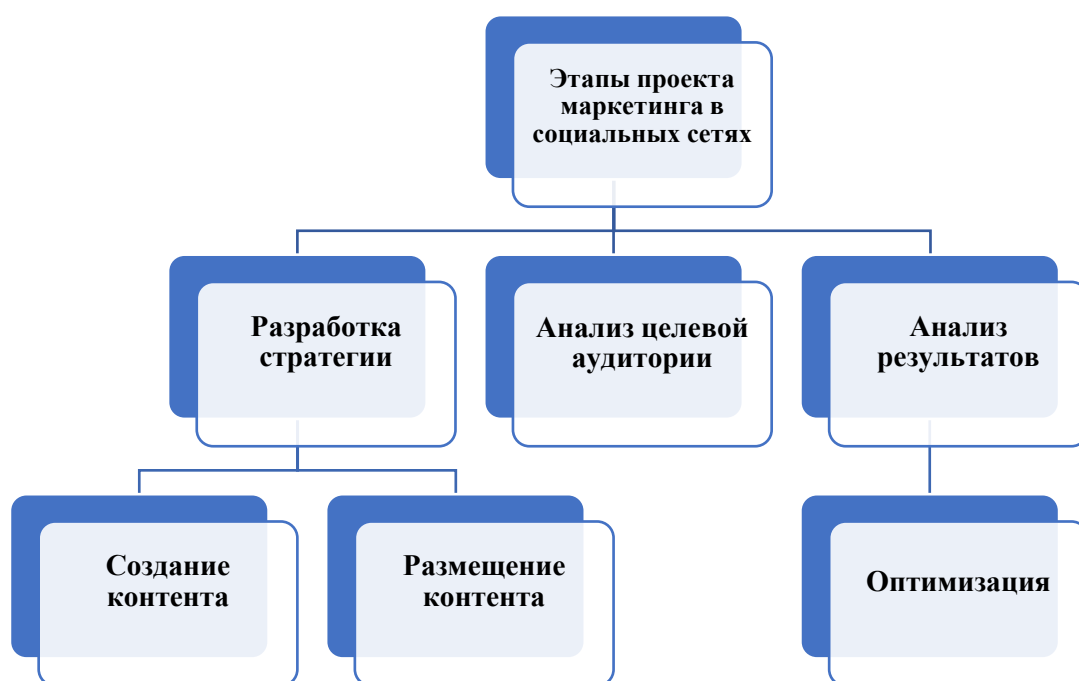
Тенденции лояльности к бренду: Персонализация: адаптация контента к индивидуальным предпочтениям и поведению может усилить лояльность клиентов и стимулировать повторные покупки; Аутентичность: потребители всё больше привлекаются к подлинным брендам, которые ведут прозрачное общение с аудиторией и искренне участвуют в её жизни; Создание сообщества: развитие чувства общности среди подписчиков может укрепить

<sup>26</sup> Улучшено автором.

лояльность к бренду и стимулировать его защиту; Интеграция маркетинговых усилий в социальных медиа через несколько каналов: создание бесшовного клиентского опыта может усилить лояльность к бренду.

Во второй главе диссертации **«Содержание, условия обучения студентов высших учебных заведений маркетингу в социальных сетях по методике инновационного проектирования»** рассмотрены условия онлайн-обучения студентов социальному медиа-маркетингу с применением метода инновационного проектирования, описывается формирование знаний о социальном медиа-маркетинге у будущих экономистов на основе навыков и методов проектирования, описана теоретическая модель инновационного метода проектирования.

Социальный медиа-маркетинг на сегодняшний день представляет собой мощную маркетинговую сеть, эквивалентную исследованиям, проводимым с использованием глобальных средств массовой информации. Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Взаимодействия на таких виртуальных платформах, как Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Line, LinkedIn, Pinterest и других демонстрируют направленность социальных медиа-технологий на различные виды коммуникаций и подчеркивают их значительное влияние на поведение пользователей. Это свидетельствует о высокой популярности и мощном воздействии этих платформ на аудиторию. В настоящее время значительная часть клиентов проводит своё время в социальных и цифровых сетях для различных целей, начиная от поиска информации и заканчивая покупкой товаров.



**Рис. 2. Этапы проекта обучения маркетингу в социальных сетях<sup>27</sup>**

<sup>27</sup> Улучшено автором.

В ответ на эту тенденцию маркетологи всё больше инвестируют рекламные бюджеты в цифровой маркетинг, и спрос на эти услуги продолжает расти. В связи с этим важно изучить условия дистанционного обучения в данной области.

В процессе преподавания дисциплины «Социальный медиа-маркетинг» мы определили этапы проектирования (рис. 2).

Проекты по обучению социальному медиа-маркетингу обычно включают следующие этапы:

анализ целевой аудитории: студенты учатся определять целевую аудиторию для конкретного бренда или компании и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии для её привлечения;

разработка стратегии: на этом этапе студенты разрабатывают стратегию для социального медиа с учётом целей бренда или компании и потребностей целевой аудитории;

создание контента: студенты учатся создавать контент для социальных сетей (тексты, фотографии, видео), соответствующий стратегии и интересам целевой аудитории;

размещение контента: на этом этапе студенты осваивают методы размещения контента на различных социальных платформах таких, как Facebook, Instagram, Twitter и LinkedIn;

анализ результатов: студенты учатся анализировать результаты социальных медиа-кампаний, используя показатели такие, как количество лайков, комментариев, репостов и конверсий, чтобы определить эффективность своей стратегии и внести необходимые корректировки;

оптимизация: на этом этапе студенты применяют свои знания и опыт для оптимизации социальных медиа-кампаний, чтобы повысить их эффективность и достичь лучших результатов.

Таким образом, повышение качества знаний, навыков и способностей будущих экономистов в области социального медиа-маркетинга является одной из ключевых задач в образовательной сфере. Для оценки этого качества можно использовать различные методы проектирования.

Повышение эмоциональной эмпатии в виртуальных групповых проектах: развитие личности аудитории: побуждать студентов изучать эмоциональные нюансы персонажей целевой аудитории, развивать эмпатические концепции, которые дают представление о стратегиях создания контента; совместное создание контента: поддерживать студентов в участии виртуальных групповых проектах для разработки и реализации социальных медиа-кампаний, подчеркивая важность обмена сообщениями и добавления в визуальные материалы эмоционально-эмпатического контента; обратная связь и анализ: продвигать конструктивные отношения обратной связи и рефлексивные упражнения, которые побуждают студентов оценивать эмоциональное воздействие кампаний, помогая им глубже понять вовлеченность аудитории.

Преимущества совместного использования эмоциональной эмпатии в цифровой коммуникации: углубление взаимодействия с аудиторией: студенты

развивают высокую чувствительность к эмоциям аудитории, что способствует созданию доверительного и эффективного контента; улучшение динамики команды: совместные проекты способствуют развитию культуры эмпатии и взаимопонимания среди членов команды, что отражает динамику профессиональных маркетинговых групп; подготовка к реальным рабочим процессам: развивая свои эмоционально-эмпатические навыки в виртуальных групповых проектах, студенты лучше готовятся к управлению сложностями реальных сценариев социального медиа-маркетинга и реальному опыту работы.

Интеграция эмоциональной эмпатии в виртуальные групповые проекты может включать в себя такие сложности, как управление различными точками зрения и обеспечение справедливого участия. Решения могут включать предоставление руководства для эмпатичного сотрудничества, содействие открытому общению и при необходимости предложение индивидуальной поддержки.

Инновационные методологии проектного обучения в преподавании социального медиа-маркетинга: обучение на основе сценариев: вовлечение студентов в реальные сценарии, которые побуждают их выявлять цифровые возможности для создания сообществ вокруг социальных и филантропических брендов. Это включает в себя анализ данных, оценку рыночной среды и разработку стратегических кампаний, которые соответствуют общественным ценностям; развитие совместных кампаний: содействие сотрудничеству среди студентов для генерирования идей, создания контента и реализации целей кампаний, которые придают приоритет социальной заботе и поддержке пользователей. Акцент на важности исследований, креативности и эмпатии в создании сообщений, резонирующих с разными аудиториями; использование кейс-стади: вовлечение студентов в практические примеры успешных маркетинговых кампаний, ориентированных на заботу о сообществе, через практические исследования и симуляции. Побуждение их к деконструкции этих примеров, выявлению ключевых стратегий и применению полученных знаний в своих собственных проектах.

Повышение уровня работы студентов с проектами через развитие навыков критического мышления: принятие этических решений: развитие у студентов способности критически оценивать этические дилеммы в маркетинговой практике и принимать ответственные решения, ставя на первое место благополучие общества; творческое решение проблем: стимулирование студентов к нестандартному мышлению, изучению нетрадиционных подходов и разработке решений, которые одновременно удовлетворяют бизнес-цели и отвечают потребностям общества, тем самым развивая творческие и инновационные навыки; оценка воздействия: побуждение студентов к оценке влияния их кампаний на общество, что включает анализ и измерение их влияния.

Преимущества методики инновационного проектирования: повышенная активность: студенты активно участвуют в обучении, когда им предоставляются практические проекты, позволяющие применять навыки

критического мышления в реальных сценариях; развитие практических навыков: работая над инновационными проектами, студенты получают практический опыт в разработке маркетинговых кампаний, ориентированных на заботу о сообществе, и готовятся к решению отраслевых задач; социальная ответственность: обучение студентов созданию сообществ вокруг брендов, заботящихся о благополучии общества, воспитывает у будущих маркетологов чувство социальной ответственности и этическое сознание.

Интеграция гуманистических ценностей через примеры позитивных брендов: такие гуманистические ценности, как эмпатия, социальная ответственность и принятие этических решений, приобретают всё большее значение в современном маркетинге. Примеры позитивных брендов служат мощными образцами для студентов, демонстрируя, как бренды могут адаптировать свои маркетинговые стратегии в соответствии с социальными ценностями. Бренды, которые ставят во главу угла устойчивость, разнообразие или общественное благополучие, не только укрепляют свою репутацию, но и находят глубокий отклик у потребителей, которые ценят этические практики.

Изучая эти примеры, студенты учатся выявлять и использовать возможности, с помощью которых бренды могут оказывать позитивное влияние на общество через маркетинговые действия. Это не только углубляет понимание маркетинговых принципов, но и пробуждает чувство этической ответственности, став важным показателем будущей профессиональной деятельности.

Повышение навыков цифровой коммуникации является ключевым элементом социального медиа-маркетинга, где в центре стоит эффективное взаимодействие. Цифровая эпоха требует мастерства не только в письменной и визуальной коммуникации, но и в понимании особенностей онлайн-общения. Проектное обучение в области социального медиа-маркетинга обеспечивает студентов практическим опытом в создании привлекательных сообщений, взаимодействии с различными аудиториями и эффективном использовании цифровых инструментов и платформ.

Студенты через совместные проекты изучают сложные показатели цифровой коммуникации, включая сегментацию аудитории, стратегию контента и анализ социальных медиа. Они получают представление о том, как стратегически использовать цифровые платформы для создания бренда, развития отношений с клиентами и реагирования на обратную связь в реальном времени.

Критическое мышление является важным навыком для маркетологов, которым необходимо ориентироваться в динамичной цифровой среде. Обучение на основе проектов стимулирует студентов к критическому анализу маркетинговых проблем и возможностей. Им предстоит изучать изменения на рынке, данные о поведении потребителей и конкурентную среду, что помогает обоснованно формировать стратегии для кампаний.

Кроме того, критическое мышление в социальном медиа-маркетинге выходит за рамки анализа, включающего этические соображения и социальное воздействие. Студентам рекомендуется оценивать этические последствия



маркетинговых решений таких, как представление разнообразия, использование данных потребителей и подлинность сообщений бренда. Такой целостный подход готовит их к принятию осознанных и ответственных решений, которые соответствуют как бизнес-целям, так и общественным ценностям.

Педагогический процесс является сложным и многогранным, он требует от преподавателя не только знаний, но и определённых навыков и умений. Одним из ключевых элементов успешного обучения является правильное проектирование учебного процесса. Алгоритм проектирования в педагогике помогает педагогам создать эффективную образовательную среду, которая удовлетворяет потребности учащихся и позволяет достичь поставленных целей.

В соответствии с предложенным алгоритмом развития цифровой компетенции с применением методики проектирования были разработаны проекты по темам. Проекты имеют общую структуру, состоящую из семи частей, каждая из которых раскрывает содержание и суть проекта: Определение целей и задач: перед началом занятия необходимо определить, какие конкретные цели и задачи будут решаться с помощью социальных сетей. Это могут быть, например, развитие навыков общения, способности работать в команде или создания проектов. Выбор социальных медиа-платформ: следующим шагом является выбор подходящих социальных медиа-платформ для использования на занятии. Это могут быть Facebook, Instagram, Twitter или специальные образовательные платформы такие, как Edmodo или Google Classroom. Создание группы или пространства для общения: для эффективной работы с социальными сетями необходимо создать группу или сообщество, где студенты смогут общаться и обмениваться информацией. Это может быть закрытая группа в Facebook или специальный класс в Google Classroom. Разработка заданий и проектов: на основе поставленных целей и задач нужно создать соответствующие задания и проекты, которые студенты будут выполнять, используя социальные сети. Примерами таких заданий могут быть создание презентаций, видеороликов или обсуждение темы в комментариях. Мониторинг и оценка: важным компонентом метода проектирования с использованием социальных сетей является мониторинг и оценка деятельности студентов. Это можно сделать, просматривая выполненные задания, оценивая отзывы и качество работы. Обсуждение и обратная связь: после завершения занятия следует провести обсуждение с учениками. Это позволяет преподавателю оценить эффективность использования социальных сетей, выявить проблемы и усовершенствовать метод проектирования для следующих занятий.

Все эти компоненты совместно способствуют созданию системного и целенаправленного подхода к использованию социальных сетей в ходе занятия, что позволяет обеспечить активное участие учащихся и достижение поставленных целей.

Методы проектирования и моделирования, как и в других областях, используются в образовании для организации процесса обучения в различных

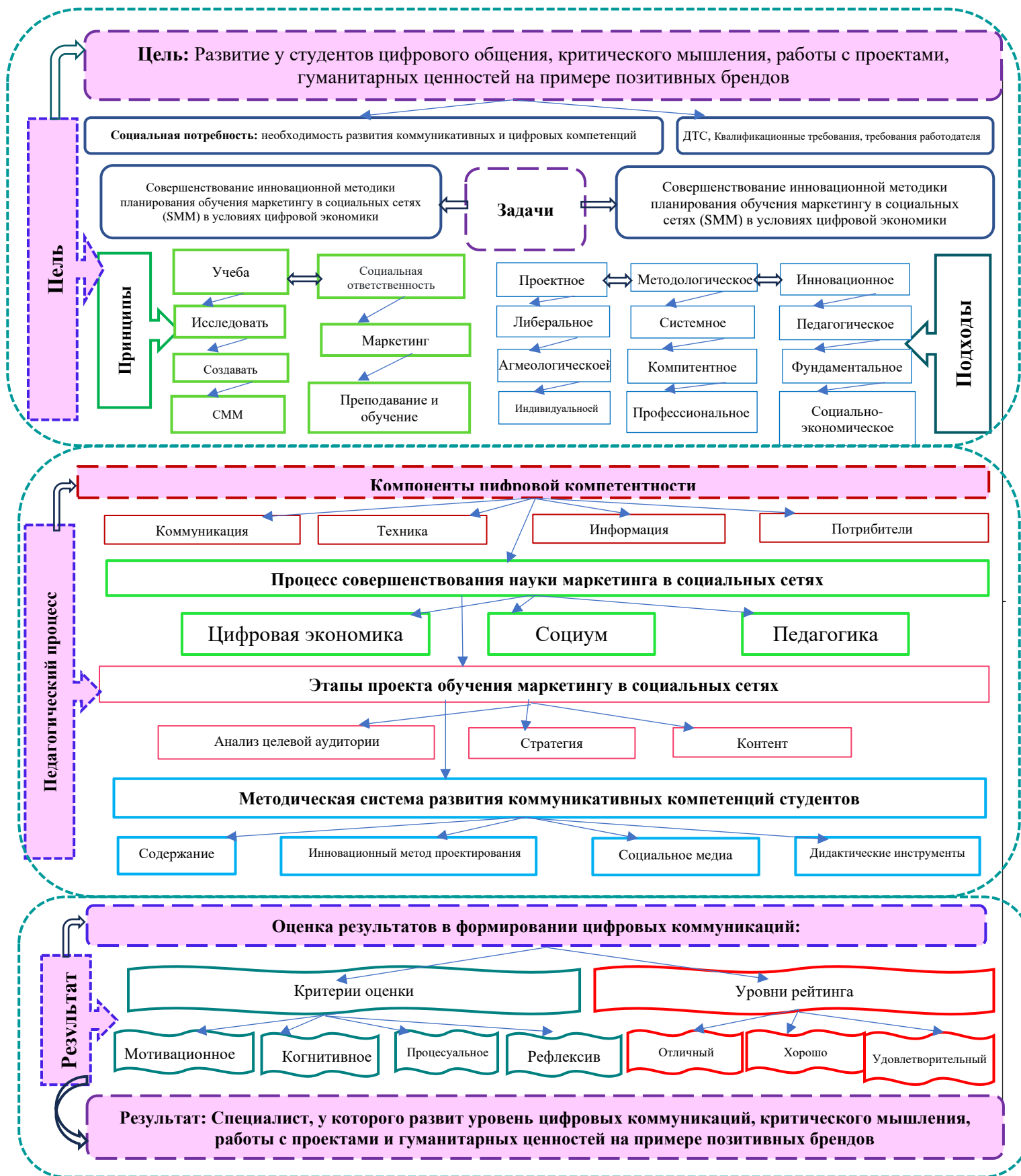
формах. В ходе нашего исследования было установлено, что необходимо создать модель, которая отражала бы цели, процесс развития и реальные условия ожидаемых результатов, а также помогала бы выявить пути улучшения творческих способностей учащихся в условиях автономной работы. Содержание при разработке этой модели было структурировано с учётом профессиональных требований государственных образовательных стандартов к будущим квалифицированным специалистам; основными источниками стали цифровые компетенции студента и эффективный алгоритм проектирования для их развития в ходе учебного процесса, а также проект использования социальных медиа в обучении, направленный на развитие этих компетенций.

В науке термин «модель» обозначает абстрактную конструкцию, представляющую собой упрощённое описание или изображение реального объекта или явления. Модель может быть математической, физической, компьютерной и иной. Она используется для изучения и понимания сложных систем и явлений, а также для прогнозирования их поведения.

С учетом всех вышеперечисленных идей была разработана модель инновационного проектирования на основе методики инновационного проектирования (рис. 3).

Определение на основе параметров – оценка уровневых показателей позволяет выявить достижения и недостатки в подготовке специалистов по профессиональной деятельности, что дает возможность увеличить успехи и устранить выявленные недостатки. В конечном итоге основное содержание разработанной модели заключается в развитии и совершенствовании у студентов навыков цифровой коммуникации на основе модульного и компетентностного подхода, управлении и оценке результатов, использовании инновационных технологий (методы проектирования, моделирования, портфолио) и информационно-коммуникационных средств (мобильные приложения). Это способствует подготовке независимых, современных, критически мыслящих и аналитически подготовленных, конкурентоспособных специалистов.

Модель, представленная на рис. 3, учитывает потребности и требования к квалифицированным специалистам и направлена на систематизацию в учебном процессе активности студентов высших учебных заведений для развития их коммуникативных и цифровых компетенций. В ней раскрыты содержание, суть и процесс выполнения задач от постановки цели до достижения результата. Все эти компоненты совместно способствуют созданию системного и целенаправленного подхода к использованию социальных сетей на занятиях, активному участию студентов и достижению поставленных целей.



**Рис. 3. Модель развития цифровой коммуникации, критического мышления, гуманитарных ценностей у студентов при работе с проектами посредством инновационной методики проектирования<sup>28</sup>**

<sup>28</sup> Собственная разработка автора.

Модель по методике инновационного проектирования играет важную роль в формировании у студентов навыков цифровой коммуникации, критического мышления и проектной деятельности. Данная методика не только обучает студентов эффективному использованию современных технологий, но и способствует развитию гуманистических ценностей.

В процессе проектирования студенты учатся работать в команде, делить ответственность и принимать решения, следуя этическим принципам. Используя цифровые средства коммуникации, они развивают уважение и толерантность к людям из различных культурных и социальных сред.

В третьей главе **«Эффективность обучения маркетингу в социальных сетях с помощью методики инновационного проектирования студентов высших учебных заведений»** изложены организация и результаты педагогических экспериментальных работ по обучению социальному медиа-маркетингу с использованием методики инновационного проектирования в высших учебных заведениях.

Организация экспериментальных работ по обучению маркетингу в социальных сетях с использованием методики инновационного проектирования помогает высшим учебным заведениям в достижении этой цели. Данный метод основывается на использовании различных социальных медиа-платформ и позволяет создавать уроки, направленные на развитие навыков социального медиа-маркетинга.

Кроме того, формирование навыков критического мышления является неотъемлемой частью проектного подхода, что помогает студентам анализировать сложные проблемы, правильно оценивать информацию и разрабатывать оптимальные решения. В этом контексте гуманистические ценности играют ключевую роль, так как студенты осознают социальную ответственность и ставят перед собой цель обеспечить положительное влияние проектов на жизнь людей. Таким образом, методика инновационного проектирования способствует формированию студентов не только как технологически грамотных, но и как морально зрелых личностей.

Цель организации экспериментально-исследовательской работы заключалась в определении степени эффективности использования предложенных педагогических условий, которые способствуют развитию коммуникативно-цифровых компетенций студентов в условиях цифровой экономики, а также формированию факторов, стимулирующих их активность в процессе самостоятельной работы.

Анализ результатов после завершения экспериментальной работы показал, насколько эффективно метод проектирования уроков в социальных сетях и использование диагностической системы обучения способствовали продвижению услуг высших учебных заведений и привлечению новых студентов.

Экспериментально-исследовательская работа в ходе исследования была проведена в три этапа:

Первый этап – подготовительный (диагностический и исследовательский). Была организована педагогическая деятельность,

направленная на выявление существующих направлений формирования и развития коммуникативных компетенций студентов в учебном процессе в условиях цифровой экономики. Изучено состояние выбранной проблемы; определены объект и предмет исследования, его научно-теоретические основы, теории и практики организации активности студентов на занятиях; проанализированы научные работы ведущих педагогов-ученых по данной теме, определены педагогические условия и составлена программа экспериментальных исследований.

Второй этап – формирующий. Был проведен эксперимент для проверки программы инновационного проектирования. В качестве формы проведения формирующего этапа был выбран пересекающийся групповой эксперимент, так как он позволяет создать равные условия в экспериментальных и контрольных группах, а также уравновесить дополнительные переменные, связанные с личностью студентов.

Третий этап – заключительный (обобщающий). Был проведен анализ результатов экспериментальных работ по развитию у студентов навыков работы с социальными медиа на основе интерактивных методов обучения. Определена эффективность предлагаемой методики и уровень развития креативных компетенций студентов на занятиях. Полученные в ходе экспериментальной работы результаты были проанализированы, переработаны, обобщены и оформлены как итоговые данные диссертационного исследования.

**Таблица 1**

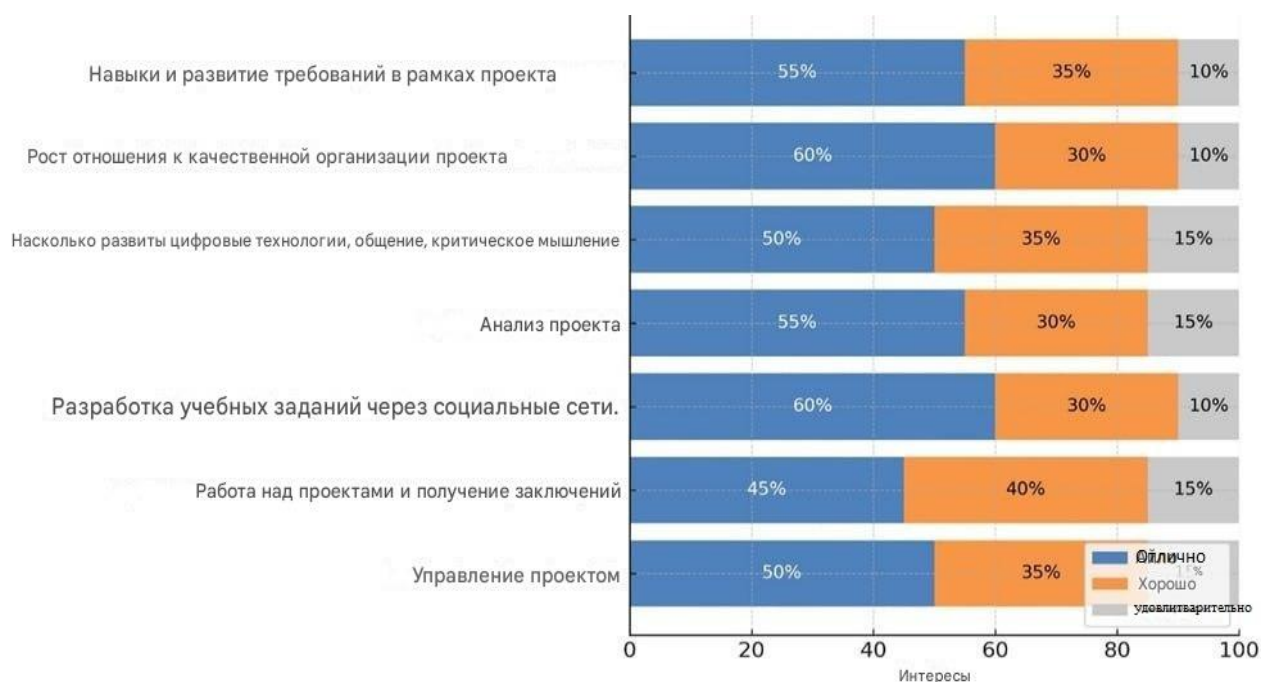
**Количество респондентов, принявших участие в опросе<sup>29</sup>**

<b>Области опыта</b>	<b>Количество респондентов</b>	<b>Экспериментальная группа</b>	<b>Контрольная группа</b>
ТДИУ	140	72	68
ФДУ	143	73	70
ГулДУ	142	70	72
<b>Общий</b>	<b>425</b>	<b>215</b>	<b>210</b>

В рамках исследования, проведённого в 2020-2023 годах, был проанализирован рост уровня развития навыков работы с социальными медиа у студентов в условиях цифровой экономики в ходе учебного процесса.

В процессе экспериментально-исследовательской работы были определены показатели, которые позволяют оценить уровень развития цифровых коммуникативных компетенций студентов и эффективность результатов исследования. Содержание и этапы этих показателей представлены следующим образом:

<sup>29</sup> сформировано авторам



**Рис. 4. Итоговые результаты учащихся всех учебных заведений (общие)<sup>30</sup>**

Статистический анализ результатов экспериментально-исследовательской работы, представленный в таблицах и диаграммах, подтвердил, что показатель эффективности в экспериментальной группе оказался в 1,02 раза выше по сравнению с контрольной группой, что доказывает правильность нашего вывода.

Таким образом, в процессе инновационного проектирования наблюдалось значительное повышение уровня развития цифровых коммуникативных компетенций студентов (на 12 процентов), включая такие компоненты, как логическое и критическое мышление, оперативность, широта воображения, управление проектами и владение цифровыми навыками. Статистическая обработка полученных данных подтвердила достоверность экспериментально-исследовательской работы.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования на тему «Совершенствование инновационных проектных методов обучения социального медиа маркетинга (СММ) в условиях цифровой экономики» были сформулированы следующие выводы:

В условиях цифровой экономики были изучены новые компетенции, а также проанализировано текущее состояние проблемы развития цифровых компетенций и критического мышления у студентов. Были рассмотрены современные подходы, методы и средства, направленные на развитие цифровых компетенций студентов в образовательном процессе, и показана их значимость для повышения качества обучения.

<sup>30</sup> Таблица основана на расчетах автора.

Цифровизация экономики и развитие социальных медиа требуют от высшего образования подготовки специалистов, обладающих не только профессиональными знаниями и навыками, но и способных к критическому и аналитическому мышлению, работе с масштабными проектами и владению цифровыми компетенциями в профессиональной сфере. Обоснована необходимость формирования у таких специалистов навыков работы с проектами на разных уровнях и этапах, способности к эффективному сотрудничеству в виртуальных командах, а также создания сообществ вокруг бренда, ориентированного на заботу о коллективе.

В качестве одного из направлений развития коммуникативных и цифровых компетенций студентов была выбрана организация занятий с использованием методики инновационного проектирования. В рамках данного подхода была разработана схема организации процесса, включающая такие взаимосвязанные этапы, как понимание задания и требований проекта, анализ, синтез, оптимизация, проверка результатов, оформление и презентация. Обосновано, каким образом каждый из этих компонентов влияет на развитие профессиональных компетенций, необходимых студентам.

На основе современных подходов в образовании, принципов, направлений для развития коммуникативных и цифровых компетенций, а также предложенной методики инновационного проектирования была разработана модель, направленная на развитие коммуникативных и цифровых компетенций студентов в учебном процессе. В этой модели раскрыты содержание, сущность и педагогический процесс выполнения задач от постановки цели до достижения результата. Модель также демонстрирует возможности развития коммуникативных и цифровых компетенций студентов при изучении дисциплин всех образовательных направлений учебного плана.

В ходе исследований были проведены экспериментальные работы для выявления возможностей использования модели развития коммуникативных компетенций, разработанной на основе алгоритма проектирования с применением социальных медиа, с целью организации процесса проектирования занятий и развития навыков работы студентов с социальными медиа. Анализ результатов экспериментальных работ подтвердил, что проведённые исследования оказались эффективными, надёжными и обоснованными.

На основе современных теоретических подходов к развитию навыков работы студентов с социальными медиа в учебном процессе были подготовлены учебные пособия, предназначенные для студентов всех направлений бакалавриата, исследователей и всех, кто заинтересован в развитии современных педагогических знаний. В их число входят учебное пособие «Innovative Pedagogy», учебное пособие по дисциплине «Современные креативные образовательные технологии» для проектирования занятий в процессе дистанционного обучения, а также электронные мультимедийные учебные материалы по курсу «Интерактивные образовательные технологии», включающие инновационные решения в области проектирования.

## **Рекомендации**

Для повышения эффективности развития знаний и навыков студентов в области социального медиа-маркетинга с использованием методики проектирования рекомендуется следующее:

для формирования знаний и навыков в области социального медиа-маркетинга среди студентов необходимо активно внедрять использование интернет-платформ для самостоятельного обучения в экономических вузах;

на основе мирового опыта и передовых педагогических практик в обучении социальному медиа-маркетингу целесообразно разработать методическое руководство и рекомендации для формирования знаний и навыков в этой области у студентов и молодежи;

при создании электронного учебника по развитию знаний и навыков молодежи в области маркетинга в социальных сетях следует широко использовать информационные технологии;

необходимо создать набор визуальных инструментов, способствующих формированию у студентов знаний и навыков в области социального медиа-маркетинга.



**DEGREE GRANTING DSC AT TASHKENT STATE UNIVERSITY OF  
ECONOMICS. 03/30.12.2020.I.16.02  
ONE-TIME SCIENTIFIC COUNCIL BASED ON DIGITAL SCIENTIFIC  
COUNCIL**

---

**TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS**

**KHOJIEVA IRODA AVEZOVNA**

**IMPROVING INNOVATIVE PROJECT-BASED METHODS OF  
TEACHING SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM) IN THE DIGITAL  
ECONOMY  
(ON THE EXAMPLE OF ECONOMIC EDUCATION)**

**13.00.02-Theory and Methodology of Education and Upbringing**

**ABSTRACT OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD) DISSERTATION ON  
PEDAGOGICAL SCIENCES**

**Tashkent – 2024**

The topic of the Doctor of Philosophy (PhD) dissertation is registered in the Higher Attestation Commission with the number B2023.4.PhD/ped6632.

The dissertation was completed at the Tashkent State University of Economics.  
Dissertation abstract in three languages (Uzbek, English, and Russian (resume) on the website of the Scientific Council ([www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)) and posted on the "Ziyonet" Information-educational portal ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Scientific supervisor:** Khakimova Mukhabat Fayziyevna  
doctor of educational sciences, professor

**Official Opponents :** Usarov Jabbor Eshbekovich  
doctor of educational sciences, professor

Shodieva Matlyuba Juraevna  
doctor of educational sciences, docent

**Lead organization:** Bukhara state university

Dissertation defense at Tashkent State University of Economics. 03/30.12.2020.1.16.02 will be held at the meeting of the one-time scientific council based on Scientific Council number 2024 "12/12" at 14:00 (address: 49 Islam Karimov Street, Tashkent city, 100066. Tel.: (99871 ) 239-01-49, fax: (99871) 239-41-23; e-mail: [tdu@tsue.uz](mailto:tdu@tsue.uz)).

The dissertation can be viewed at the Information Resource Center of the Tashkent State University of Economics (registered with the number 525). Address: 100066, Tashkent city, Islam Karimov street, 49. Phone: (99871) 239-01-49, fax: (99871) 239-41-23; e-mail: [tdu@tsue.uz](mailto:tdu@tsue.uz)

Dissertation abstract 2024 year "11" was distributed on 11.  
(2024 year "25" 11 in 39 -digital register statement).



G.K. Abdurakhmanova  
Chairman of Scientific Committee  
for awarding academic degrees,  
doctor of economics, professor

O.D. Djurabaev  
Scientific secretary of the Scientific  
Council for awarding academic  
degrees, doctor of economics, docent

Sh.D. Ergashkhodjaeva  
Deputy Chairman of the Scientific  
seminar for awarding academic  
degrees, doctor of economics,  
professor

## RESUME (abstract of PhD dissertation)

**Relevance and necessity of the dissertation topic.** Trends such as the popularization of social media marketing, the emergence of new professions, the re-evaluation of specialist training processes, and the acquisition of new competencies for operating in the digital realm are increasingly evident worldwide. According to data from the International Labor Organization, it is stated that “under the influence of developments in social media marketing, changes are occurring in employment patterns across countries and regions, the supply of labor in the job market, and the behavioral stereotypes influencing career choices.”

In this context, there is a pressing need to cultivate social media marketing skills among future economists, foster digital competencies, and enhance mechanisms for integrating project-based learning into the educational process. The rise of digital professions, the emergence of novel professional and ethical paradigms within social media, and the growing demand for project management skills have accelerated research in this area.

In particular, key areas of inquiry include the integration of project-based methodologies into education, the management of emotions in digital communication, the preservation of human values in social media marketing, the promotion of academic integrity in utilizing social media and artificial intelligence in education, and the dissemination of philanthropic ideals. These themes are among the priority directions for research in the field.

The enhancement of educational quality in the context of New Uzbekistan, the preparation of specialists for emerging modern professions in the digital economy, the integration of practice and education through project-based approaches, the refinement of pedagogical content using design methodologies, and the development of digital and communicative competencies for future economists have all received significant attention. Substantial progress has been achieved in the creation of educational and methodological resources addressing these areas. The strategic objectives of “further improving the system of continuous education, training highly qualified personnel, and fundamentally enhancing the quality of education” have been identified as priorities.

This research contributes to the application of project-based methodologies within higher education institutions to support the axiological development of digital competencies in future economists.

The study aligns with key policy documents of the Republic of Uzbekistan, including Presidential Decree No. PD-4947 of February 7, 2017, “On the Strategy of Actions for Further Development of the Republic of Uzbekistan”; Presidential Decree No. PD-6097 of October 29, 2020, “On the Approval of the Concept of Science Development Until 2030”; Presidential Decree No. PD-5712 of April 29, 2019, “On the Concept of Development of the Public Education System Until 2030”; Presidential Decree No. PD-5847 of October 8, 2019, “On the Approval of the Concept of Development of the Higher Education System Until 2030”; Presidential Resolution No. PR-2909 of April 20, 2017, “On Further Development of the Higher Education System”; and Presidential Resolution No. PR-4623 of February 27, 2020, “On Measures to Further Develop Pedagogical Education.” This dissertation contributes to the implementation of the tasks outlined in these strategic documents.

**Relevance of the Research to the Priority Directions of Science and Technology Development in the Republic of Uzbekistan.** This dissertation research aligns with one of the priority directions of science and technology development in the Republic of Uzbekistan: I. "Formation of a system of innovative ideas and mechanisms for their implementation in the social, legal, economic, cultural, spiritual, and educational development of the information society and a democratic state."

**The Extent of Research on the Problem.** The analysis of scientific studies indicates that the issue of knowledge formation in specialized subjects through various methods, as well as the preparation for self-directed learning, has been extensively explored. In particular, significant foundations have been established for studying the application of the project-based methodology in pedagogical theory. Notable contributions in this area have been made by pedagogical scholars such as A.I.Ashirova, D.N.Ashurova, B.S.Akhrarov, N.N.Alimov, Sh.D. Dilshodbekov, G.S.Ergasheva, G.K.Izetayeva, A.F.Ismailov, L.Golish, A.A.Kakharov, B.B.Ma'murov, D.N.Mamatov, M.X.Mahmudov, F.R.Muradova, U.A.Nasritdinova, among the pedagogic scientists of our country. A.M.Polatov, I.M.Rasulov, A.K.Rakhimov, T.Saparbayev, I.Q.Shamsiyeva, D.I.Shayzakova, D.E.Toshtemirov, M.B.Urazova, J.E.Usarov, J.O.Hakimov, A.Z.Khamroyev<sup>31</sup>'s. Their research has focused on educational technologies, innovative design methods, and implementing pedagogical and information technologies in the educational process within higher educational institutions.

Similarly, foreign scholars such as I.V.Abramova, D.S.Asakayeva, A.A.Auzan, K.Barishnikov, Yu.V.Belousov, V.V.Gerasimenko, Yu.I.Gribanov, E.A.Grigoriyeva, G.Golovenchik, S.Glazev, L.V.Lapidus, S.M.Markova, M.M.Morozova, E.A.Makarova, X.P.Matasheva, V.Obidenkova, O.N.Ryabova, K.L.Svechnikov, O.I.Timofeeva, G.A.Zabelina, O.V.Chernova<sup>32</sup>. of foreign

---

<sup>31</sup>Ashirova AI Methodology of creating a software shell and using it in education from the science of information systems design (in the case of technical higher educational institutions) Ped.fan.nom. ... diss. - T., 2009. - 138 p., Ashurova DN Improvement of teaching in the higher education system based on innovative software-didactic complexes (as an example of the subject "Algebra and number theory") 13.00.02(Mathematics) diss-T., 2019. - 151 p., Akhrarov BS "Information in the preparation of bachelors in economics" Methodology of teaching the "security" course: 13.00.02 - Theory and methodology of education and training (Informatics) diss. T., 2019. - 164 p., Alimov NN Methodology of preparing students of vocational colleges for technical creativity (as an example of teaching general vocational subjects) 13.00.08 diss-T., 2009. - 229 p., Dilshodbekov Sh.D. Innovative method of teaching engineering graphics based on computer graphics 13.00.02. diss-M., 2020. - 171 p., Ergasheva GS Didactic basis of designing educational materials of general secondary school biology textbooks 13.00.02. diss-T., 2006. - 174 p., Izetayeva GK Methodology of teaching the subject of mathematical analysis based on modular technology in higher educational institutions (as an example of the "Mathematics" educational direction) 13.00.02.diss-T., 2018. - 124b., Ismailov AF Improvement of innovative technologies of teaching history in academic lyceums 13.00.02.diss-T., 2018. - 169b., Kaskharov AA Development of students' spatial imagination in the teaching of drawing geometry and engineering graphics based on multimedia computer technologies 13.00.02.diss-T., 2021. - 184p., Ma'murov BB The system of developing the skills of designing the educational process in future teachers based on the acmeological approach, 13.00.01.diss-T., 2018. - 264p., Mamatov DN Pedagogical design of professional education processes in the electronic information educational environment, 13.00.06 diss-T., 2017. - 143b., Mahmudov MX Theoretical foundations of didactic design, 13.00.01.diss-T., 2004.-265b., Muradova FR Improvement of the methodology of using didactic games in teaching "Informatics and information technologies" in vocational colleges, 13.00.02.diss-T., 2018.-148p., Nasritdinova UA Methodology of using three-dimensional modeling tools in teaching computer graphics, 13.00.02. diss-T., 2018.-160p., Pol'atov AM Methodology for forecasting the level of students' knowledge and using it (in the example of teaching the science of "Informatics and Information Technology") 13.00.02. diss-T., 2005.-140p., Rasulov IM Development of design culture of students with the help of computer technologies, 13.00.01. diss-T., 2018.-196b., Rakhimov AK Improving the methodology of developing a natural-scientific worldview in students (in the example of teaching "Evolutionary doctrine") 13.00.02. diss-T., 2019.-296b., Saparbayev T. Unconventional methodology of improving physics teaching in academic lyceums (as an example of specific sciences) 13.00.02. diss-T., 2011.-156p., Shamsiyeva IQ Designing physical education lessons in general secondary schools based on modern approaches, 13.00.01. diss-M., 2019.-168b, Shayzakova DI Improving the content of teaching chemistry based on person-oriented technologies and modern methods (on the example of general secondary schools), 13.00.02. diss-T., 2020.-194b., Toshtemirov DE Methodology of creating and using an educational portal for teaching "informatics" in vocational colleges, 13.00.02. diss-T., 2012.-150p. Khamroyev AR Designing creative activities of students in mother tongue education, 13.00.05. diss-T., 2020.-248b

<sup>32</sup>Morozova M.M. Metod proektov kak phenomenon obrazovatel'nogo protsessa v sovremennoy skole, 13.00.01.diss-M., 2005.-231b, Makarova E.A. Professional training of scientific-pedagogical personnel and post-graduate studies and hybridization of education, 13.00.08. diss-M., 2021.-203b, Matasheva Kh.P. Sovershenstvovanie marketingovoy deyatel'nosti pri ispolzovanii Internet-technologii, 08.00.05.diss-M., 2009.-186b Obidenkova V.K. Internet-proektirovanie kak sredstvo professional-nalnoy podgotovki studentov pedagogicheskikh vuzov, 13.00.08. diss-M., 2017.-254p., Ryabova O.N. Organizatsionno-pedagogicheskie usloviya ispolzovaniya metoda proektov v uchrejdeniyax dopolnitelnogo obrazovaniyatema, 13.00.01. diss-T., 2004.-247b, Svechnikov K.L. Realization method projects and humanitarian science, 13.00.01. diss-M.,

scientists, M.E.Grin, Ch.R.Harriyes, D.R.Jonson, M.Jennifer, J.R.Mergendoller, K.L.Mahaffey, T.L.Tomas, D.Tapscott, J.L.Vulf, S.J.Xartzler, JAXetzberg, R.A.Sher,<sup>33</sup> have studied various aspects of design methodology, focusing on the development of technological training skills and abilities.

However, it is important to note that these studies have not yet been consolidated into a comprehensive system for enhancing the teaching of social media marketing through innovative project-based methodologies for students in higher economic educational institutions.

**The Connection of the Research with the Research Plans of the Higher Educational Institution.** This dissertation research was conducted within the framework of grant project No. OT-F1-049, as part of the scientific research work plan of Jizzakh Polytechnic Institute. The project, titled “Socio-Psychological Characteristics of the Formation of Assertive Behavior in Students” (2017–2021), served as the foundation for this study.

**The primary objective of the dissertation** is to develop practical recommendations for enhancing the innovative project-based methodology for teaching social media marketing (SMM) in the context of the digital economy.

**Research tasks:**

to identify the pedagogical potential of teaching social media marketing (SMM) using innovative project-based methodologies in the context of the digital economy;

to enhance the innovative design methodology for teaching social media marketing (SMM) in the conditions of the digital economy;

to refine the training model for social media marketing (SMM) education based on project-based methodologies within the digital economy framework;

to improve the effectiveness of social media marketing (SMM) education through the application of innovative project-based methods.

**The Object of the Study:** The study aimed to enhance the innovative project-based methodology for teaching social media marketing (SMM) in the context of the digital economy. Pedagogical experiments were conducted involving 425 students from Tashkent State University of Economics, Fergana State University, and Gulistan State University.

**The Subject of the Research:** The subject of the research encompasses the social-pedagogical conditions, tools, forms, and methods for improving the innovative project-based methodology in teaching social media marketing (SMM) within the context of the digital economy.

**Research methods.** The research employed a variety of methods, including the study and analysis of pedagogical and scientific-methodological resources, didactic materials, curricula and programs, educational and regulatory documents, textbooks, and educational-methodological literature. Additionally, interviews, observations, questionnaires, tests, modeling, expert assessments, and methods of pedagogical, mathematical, and statistical processing of experimental data and research results were utilized.

---

2004.–235s, Timofeeva O.I. Drugoy v philosophical-anthropological context: problema razlichiya, 13.00.02. diss–M., 2018.–269s, Zabelina G.A. Method of projects in the system of higher professional education, 13.00.01. diss–M., 2009.–168c., Chernova O.V. Kraevie zadachi dlya ellipticheskikh system pervogo order na plskosti, 01.01.02. diss–M., 2019.–103c., Chernova O.V. Kraevie zadachi dlya ellipticheskikh system pervogo order na plskosti, 01.01.02. diss–M., 2019.–103c.

<sup>33</sup>Social Media Technology Usage in Project-Based Learning: A Case Study".diss- USA., 2020. - 230p., Tapscott D. (1998). Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation. New York: McGraw Hill. xiii +338. ISSN 0-07-063361-4. Web site: www.growingupdigital.com, Woolf, "The Impact of Project-Based Learning on Student Attitudes and Perceptions of Science" 2007, University of California, Berkeley, 13 p, Scherr, "Project-Based Learning in Physics: A Study of Student Understanding and Engagement"2008, University of California, Berkeley, 16 p

**The scientific novelty of the research** is as follows:

the pedagogical potential of teaching social media marketing through innovative project-based methods in the context of the digital economy is revealed, based on the identification of trends in brand loyalty;

the innovative project-based methodology for teaching social media marketing enhanced by students' critical thinking competencies by leveraging digital opportunities to build communities around brands or products that contribute to societal well-being and support users;

the project-based teaching model for social media marketing has been improved by approaching students' digital communication skills, critical thinking, and project management abilities, fostering humanitarian values through the study of positive brand examples;

the effectiveness of social media marketing education through innovative project-based is enhanced by incorporating emotional empathy within virtual group projects, thereby improving students' digital communication in collaborative settings.

**The practical results of the research** are as follows:

educational and methodological materials developed using the innovative design methodology were created and successfully implemented in practice.

a project for organizing classes through the innovative design method was developed, including a model and algorithm for improving the project-based methodology. This project was applied to the teaching of various subjects within the curricula of all educational areas in higher education institutions.

educational manuals titled "Innovative Pedagogy" and "Creative Technologies in Modern Education" were published. Additionally, the content of the electronic manual "Fundamentals of Interactive Education" was developed and structured.

**The reliability of the research results** is explained by the fact that the used approaches, methods, and technologies are scientifically-methodologically based, theoretical information is obtained from scientific sources, the effectiveness of the results of the experimental work is determined by means of mathematical-statistical analysis, the conclusions and recommendations are put into practice and approved by authorized organizations.

**Scientific and practical significance of research results.** The scientific significance of the results of the research is that the content and essence, basic concepts, and necessity of developing the motivation and activity of students in the lesson, while systematically and consistently organizing the transition process of subjects through the innovative project-based methodology in the conditions of digital science and technology, the impact on the quality and efficiency of education are based on theoretical-scientific basis and it is enriched with modern approaches, technologies and tools, which is explained by the certain contribution to the development of the theory of education.

The practical significance of the results of the research is that as a result of the research, a teaching project, a model and algorithm for developing students' activity through social media tools, and a model of reading with smart technologies have been developed and are being used in the educational process. The results of the research can be used by higher educational institutions in the process of training students for professional activities, developing and conducting projects, developing motivation and activity in science, and in general, in the activities of participants of

education according to the principles of "reading, searching, creating, teaching and training".

**Implementation of research results.**

the pedagogical possibilities of teaching social media marketing (SMM) through innovative project-based methodology in the context of the digital economy, as well as insights into the organic popularization of SMM and recommendations for identifying brand loyalty trends, were incorporated into the study guide "Innovative Pedagogy", recommended for students in the field (Tashkent State University of Economics, Order No. 169, dated May 31, 2023, and approved by the Higher Education Development Research Center of the Ministry of Higher Education, Science, and Innovation of the Republic of Uzbekistan, Reference No. 02/01-01-157, dated November 10, 2023). As a result, this guide enhances the quality of educational activities by addressing SMM's pedagogical potential, organic popularization, and brand loyalty trends;

the "Creative Technologies in Modern Education" textbook, recommended for undergraduate students (Management-60411200), integrates proposals for improving critical thinking competencies through innovative project-based methodologies. It highlights the identification of digital opportunities for building communities around brands or products that benefit society and users (Order of the Rector of Tashkent State University of Economics No. 211, dated June 26, 2023, and Reference No. 02/01-01-157, dated November 10, 2023). This methodology has significantly expanded students' critical thinking abilities in these areas;

the project-based teaching model for SMM, along with suggestions for enhancing students' digital communication, critical thinking, and project management skills through humanitarian values using positive brand examples, was also incorporated into the "Creative Technologies in Modern Education" study guide (Order No. 211, dated June 26, 2023). This model has proven effective in improving students' digital communication and critical thinking skills while emphasizing humanitarian values.;

suggestions for increasing emotional empathy in students during digital communication, particularly in virtual group projects, were included in the "Innovative Pedagogy" study guide (Order No. 169, dated May 31, 2023). These proposals have enhanced the effectiveness of SMM training by fostering emotional empathy and collaborative skills in virtual settings.

**Approval of research results.** Research results were discussed at 2 international and 2 national scientific-practical conferences.

**Publication of research results.** a total of 20 scientific works related to the dissertation were recommended for publication, including key findings from the doctoral thesis approved by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan. These include 8 articles published in national scientific publications, 4 in national scientific journals, and 4 in international journals.

**Structure and Volume of the Dissertation.** The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references, and appendices, with a total volume of 125 pages.

**E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**

**I bo'lim (I часть; I part)**

1. Hojiyeva I.A. Loyihaga asoslangan o'qitish O'zbekistonda pedagogik rivojlanishning muhim omili sifatida // Pedagogika ilmiy-nazariy va metodik jurnal. T., 2023.1-son. B. 324-326. (13.00.00. № 6).
2. Hojiyeva I.A. Moslashuvchan oliy ta'lim imkoniyatlari // Pedagogika ilmiy-nazariy va metodik jurnal. T., 2023. 3-son. B. 116-118. (13.00.00. №6).
3. Hojiyeva I.A. Ijtimoiy media marketingni onlayn o'rganish uchun shart sharoitlar// Iqtisodiyot va ta'lim. T., 2022. 4-son. B. 178-183. (08.00.00. №11).
4. Hojiyeva I.A. Ijtimoiy media orqali darslarni loyihalash// Ta'lim, fan va innovatsiya. T., 2023. 6-son. B. 249-252. (13.00.00. №18).
5. Hojiyeva I.A. PROJECT-BASED TEACHING IN HIGHER EDUCATION//European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences. Progressive Academic Publishing, UK 2024.Vol. 12. No. 5. P.54-57. (ISSN 2056-5852). (13.00.00. № 3).
6. Hojiyeva I.A. Improving innovative project-based methods of teaching social media marketing (SMM) in the digital economy (on the example of economic universities) // ISJ Theoretical & Applied Science. Amerika, 2022. 02 (106). P. 266-268. ( ISSN 2409-0085).
7. Hojiyeva I.A. Project-based learning and project-based methods as a development of innovative pedagogy //JMEA Journal of Modern Educational Achievements. India, 2023. Volume 5. P. 63-69. (<https://scopusacademia.org/index.php/jmea/article/view/153>).
8. Hojiyeva I.A. Bibliographic analysis: Teaching with social media tools// International Journal of Artificial Intelligence and Education Technology. Volume:2. Issue 1. The USA. P. 08-12. (ISSN: 2835-2432).
9. Hojiyeva I.A. E-learning and e-pedagogy as a tool of project-based learning in higher education // Science and innovation international scientific journal. Scientists.UZ UIF-2022. 8.2. Volume 2. Issue 10. P. 285-290. ( ISSN: 2181-3337). (<https://doi.org/10.5281/zenodo.10033340>).
10. Хожиева И.А. Предпосылки для онлайн-изучения социального медиа маркетинга // Перспективы развития высшего образования.Т., 2022. С. 53-61. (ISSN 2181-2462). (<https://bit.ly/3AXDUqT>).
11. Hojiyeva I.A. Innovative educational technologies in teaching specialized subjects/ Raqobatbardosh kadrlar tayyorlashda fan-ta'lim – ishlab chiqarish integratsiyasini takomillashtirish istiqbollari mavzusidagi :Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to'plami. T., 2023. 22 noyabr. B 252-256. [uzhttps://doi.org/10.5281/zenodo.10157448](https://doi.org/10.5281/zenodo.10157448).
12. Hojiyeva I.A. The quality of knowledge, skills, and abilities of future economists about social media marketing through the design method/ Modern views and research international scientific and practical conference. ISBN:978-1-83853-487-5 /England/<http://doi.org/10.5281/zenodo.10113435>.P-24.



13. Hojiyeva I.A. Criteria and parameters of teaching students of higher education institutions through the method of project-based learning // European journal of science archives conferences series. Germany/orcid:0000-0001-6156-3630/ <https://doi.org/10.5281/zenodo.10136438> P-43.

14. Hojiyeva I.A. Elektron ta'lim muhitida loyiha ta'lim texnologiyasi orqali talabalarni zamonaviy kasblarga tayyorlash / Raqamli iqtisodiyot sharoitida oliy ta'lim transformatsiyasi: Respublika ilmiy amaliy anjumani to'plami. T., 2022. B317-320. (ISBN 978-9943-8159-3-4,2022-18-11).

## **II bo'lim(II часть; II part)**

15. Hojiyeva I.A. Ta'lim sifatini oshirish tendentsiyalari - mamakat iqtisodiyotini rivojlantirish omili sifatida / Современная психология и педагогика: проблемы, анализ и результаты : Сборник материалов международной онлайн конференции. T., 2020. B. 320-324.

([doi.org/10.47100/conference\\_pedagogy/S3\\_46](https://doi.org/10.47100/conference_pedagogy/S3_46)).

16. Хожиева И.А. Аккредитация АССА экономических вузов как инструмент оценивания квалификации их выпускников в рамках цифровой экономики / Sanoat va xizmat ko'rsatish sohasining raqamli transformatsiyasi: tendentsiyalar, boshqaruv, strategiyalar :Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami. Бухоро, 2022. Б. 20-24.

17. Hojiyeva I.A. The role of digital innovation technologies in online distance learning and the digital economy in Higher Education organized in the conditions of pandemics in Uzbekistan // Electronic Journal of actual problems of modern science, education, and training. Urganch, 2021.10. P. 8-12. ( ISSN:2181-9750) (13.00.00. № 24).

18. Хожиева И.А. Роль цифровых инновационных технологий в онлайн образовании организованной во время пандемии в Республике Узбекистан / Приоритетные направления психолого-педагогического сопровождения образования: Материалы региональной научно-практической конференции студентов, аспирантов, педагогов. Тверь, 2021. С.206-215.

19. Hojiyeva I.A. The impact of the digital economy on education / Electronic collected materials of XII junior researchers' conference. Polotsk, 2020. P.31-33.

20. Хожиева И.А. Цифровая экономика и система образования как факторы развития человеческого капитала // Экономика и социум. М., 2021. С. 635-639. (ISSN: 2225-1545.№1(80). (11.00.00. №11).

21. Хожиева И.А. Рақамли Иқтисодиёт шароитида таълимнинг истиқболи / Инноватцион ва рақамли иқтисодиёт шароитида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш муаммолари: Халқаро илмий-амалий конференция тўплами материаллари. Самарқанд, 2020. Б.126-128.

22. Хожиева И.А. Совершенствование инновационных проектных методов обучения социального медиа маркетинга (SMM) в условиях цифровой экономики» (на примере экономических вузов) / Ўз.Рес. Миллий университетида ўтказилган илмий тадқиқотлар саммити материаллар тўплами. Т., 2022. В. 809-813.

23. Ҳожиёва И.А. Рақамли иқтисодиёт шароитида ижтимоий медиа маркетинг (СММ) фанини ўқитишнинг инновацион лойиҳалаш методикасини такомиллаштириш (Иқтисодий ОТМлар мисолида) / Учинчи ренессансни шакллантириш шароитида хизмат кўрсатиш ва таълим хизматлари соҳаларини ривожлантириш муаммолари: Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари. II қисм. Самарқанд, 2022. Б.188-193.

24. Ҳожиёва И.А. Основные направления концепции развития экономически грамотного человека в сфере образования республики Узбекистан // Economics and finance// international scientific journal. Georgia, 2021. 1. С.390-398. (ISSN 2587-5000). (<https://ganatleba.website.com/ecofin>).

Avtoreferat “IQTISOD-MOLIYA” nashriyotida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 09.11.2024 y.  
Bichimi: 60x84 1/8 “Times New Roman”  
garniturada raqamli bosma usulda bosildi.  
Shartli bosma tabog‘i 4,2. Adadi: 100. Buyurtma: № 135.

“DAVR MATBUOT SAVDO” MCHJ  
bosmaxonasida chop etildi.  
100198, Toshkent, Qo‘yliq, 4-mavze, 46.