M. Qosimova, Sh. Ergashxo'jayeva,
L. Abduxalilova, U. Muhitdinova,
M. Yuldashev

STRATEGIK MARKETING



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

O'QUV ADABIYOTLARI, BYULLETEN VA JURNALLARNI NASHRGA TAYYORLASH MARKAZI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

M. Qosimova, Sh. Ergashxo'jayeva,
L. Abduxalilova, U. Muhitdinova,
M. Yuldashev

STRATEGIK MARKETING

(O'quv qo'llanma)



TOSHKENT „O'QITUVCHI" 2004

339.13(07)
S-88

O'quv qo'llanmada marketingning asosiy tamoyillari firmalarning umumiy rivojlanish strategiyasi bilan bog'liq holda bayon qilinib, marketing strategiyasi bilan taktikasini samarali uyg'unlashtirish masalasiga katta ahamiyat berilgan. Shuningdek iste'mol va sanoat mollarini sotib oluvchi xaridorlarning ehtiyoji va ularning xulq-atvorlari realizatsiyasini o'rganishga ilmiy asoslangan yondashuvlar bayon etilgan.

Bozorning jozibadorligi, firmaning raqobatbardoshligini tahlil qilish, bozorni segmentlash orqali ehtiyojlarni o'rganish, yangi tovarlar ishlab chiqarish yo'li bo'lgan rivojlanish strategiyasi, sotish kanallari, narx va kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish va uning muammolari batafsil yoritib berilgan.

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

Mas'ul muharrir — iqtisod fanlari nomzodi, dotsent M. YUSUPOV.

Taqrizchilar: iqtisod fanlari doktori, professor E. NABIYEV,
iqtisod fanlari doktori, professor D. RAHIMOVA

213
5996

Q 0605010205 —90 / 353 (04) — 2004 Qat'iy buyurtma — 2004

ISBN 5—645—04178—X

© „O'qituvchi" nashriyoti, 2004-y.