

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA
MAHSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

**Nazarova Feruza Melisovna,
Karimova Ra‘noxon Namozovna**

XALQARO MARKETING

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

TOSHKENT – 2010

**MINISTRY OF HIGH AND SECONDARY SCHOOL OF THE
REPUBLIC OF UZBEKISTAN**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

**Nasarova Feruza Melisovna,
Karimova Ra'noxon Namozovna**

INTERNATIONAL MARKETING

TASHKENT-2010

Nazarova F.M., Karimova R.N. Xalqaro marketing. O'quv qo'llanma. - Toshkent, 2010y. 254 bet.

Ushbu o'quv qo'llanmada milliy iqtisodiyotning o'tish sharoitlarida, xalqaro marketing faoliyatini tashkil etish bilan bog'liq bo'lgan masalalarning batafsil ifodalanishini o'z ichiga kiritgan. Xalqaro bozorga chiqishida korxonalar, firma, aksiyadorlik jamiyatlarining marketingning roli, tovar, narx siyosatlarini shakllantirish, marketing faoliyatining tarkibiy qismlari va bozorga ta'sir ko'rsatish vositalariga oid masalalar va shu kabi dolzarb muammolar batafsil bayon etilgan.

Shuningdek, ushbu o'quv qo'llanmada izohli lug'atlar berilgan. O'quv qo'llanmada fan bo'yicha ilg'or pedagogik va zamonaviy axborotlarni qo'llash bo'yicha uslubiy qo'rsatmalar keltirilgan.

Mazkur o'quv qo'llanma bakalavriatning "Marketing" ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun mo'ljallangan.

Ma'sul muharrir: iqtisod fanlari doktori, professor Xodiev B.Yu.

Taqrizchilar: iqtisod fanlari nomzodi, dotsent Mirzaev O.Ya.

iqtisod fanlari nomzodi, dotsent Adilov F.

Назарова Ф.М., Каримова Р.Н. Учебное пособие. Международный маркетинг – Ташкент, 2010, 254 с.

Данное учебное пособие рассматривает роль маркетинга в условиях трансформации национальной экономики, особенно при выходе предприятий, фирм, акционерных обществ на международный рынок. Подробно изложены вопросы изучения и выхода на международный рынок, товарная политика, составляющие маркетинговой деятельности и рычаги воздействия на рынок, а также другие актуальные вопросы.

В учебном пособии прилагаются словарь терминов, методическая разработка по использованию новых педагогических технологий, применение информационных технологий.

Данное учебное пособие предназначено для бакалавров направления "Маркетинг".

Ответственный редактор: доктор экономических наук, профессор Ходиев Б.Ю.

Рецензенты: кандидат экономических наук, доцент Мирзаев О.Я.

кандидат экономических наук, доцент Адылов Ф.

F.M. Nasarova, Karimova R.N. The teaching aids. International marketing – Tashkent, 2010, 254c.

Present tutorial considers the role of marketing in the conditions of transformation of the national economy, particularly on going enterprises, firms and joint-stock company to the international market. Research and path to international market, commodity policy, components of marketing activity, instruments influencing on market and other topical question were described in details.

Glossary of terms, methodical elaboration on utilization of new pedagogical technologies and application of information technologies were enclosed in the tutorial.

Present tutorial assigned for bachelor of the Marketing streamline.

The responsible editor: Doctor of economic sciences, professor B.U.Hodiev

The reviewers: the candidate of economic sciences, assistant professor O.Ya. Mirsaev

the candidate of economic sciences, assistant professor F.Adilov