

Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража

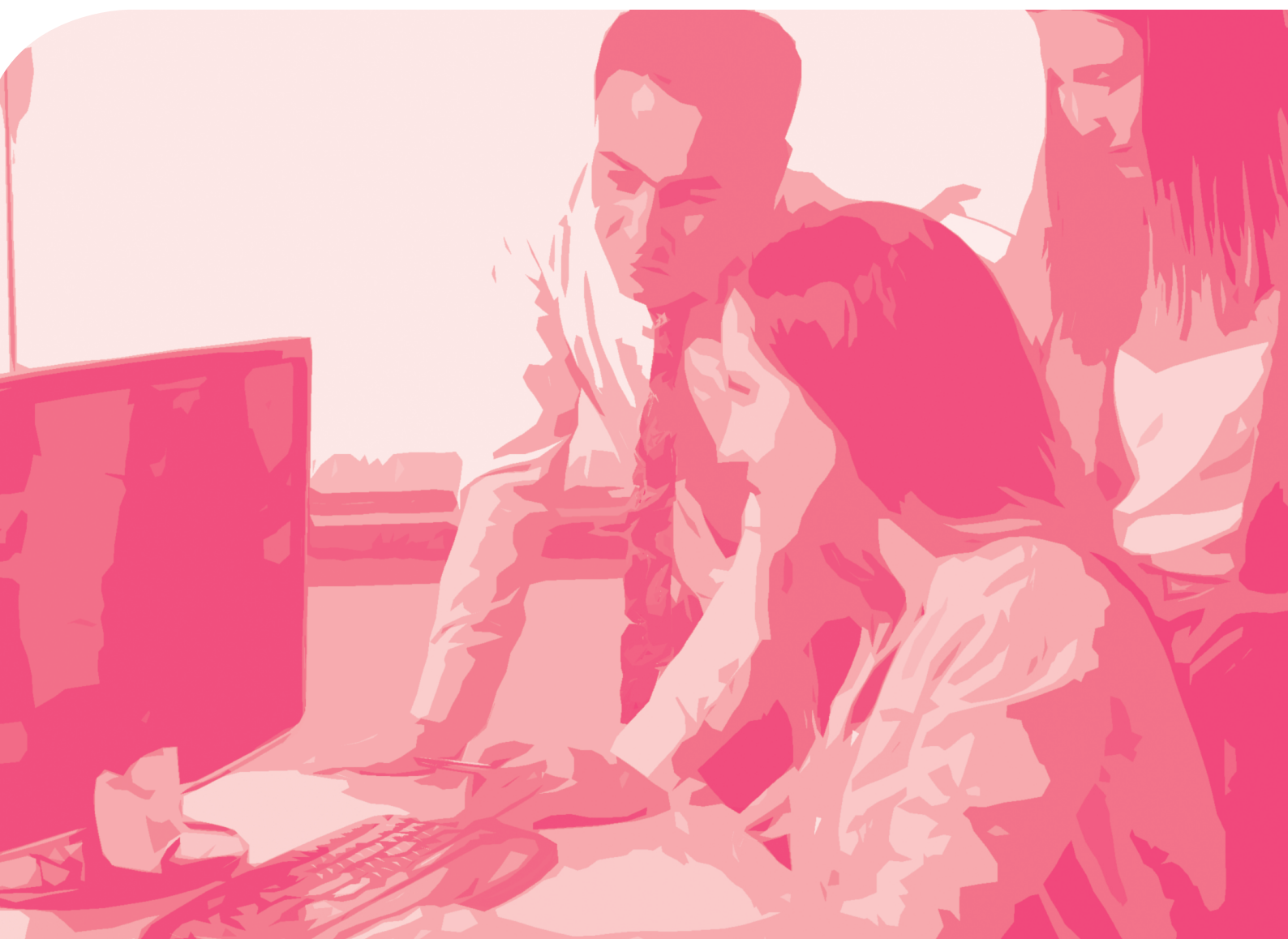
Маркетинг ва сотувлар

соҳаси бўйича

Ўқитувчи Ресурслари

Ўқув-услубий материал

2-нашр



Edexcel, BTEC va LCCI малакалари

Edexcel, BTEC va LCCI малакалари бутун дунёда тажрибадан ўтган ва тан олинган, академик ва касбий малака тақдим этадиган малака бериш бўйича Буюк Британияда энг йирик ташкилот ҳисобланадиган Pearson томонидан берилади. Қўшимча маълумот олиш учун qualifications.pearson.com сайтимизга ташриф буюринг. Бундан ташқари, сиз qualifications.pearson.com/contactus саҳифасида биз билан боғланиш учун берилган тўлиқ маълумотлардан фойланган ҳолда ҳам боғланишингиз мумкин.

Pearson ҳақида

Pearson – 70 дан ортиқ давлатда 35 000 дан зиёд ходимга эга бўлган, ўқитиш орқали инсонларнинг ҳаётида сезиларли ўсишга эришишни таъминлаш мақсадида барча ёшдаги одамларга ёрдам кўрсатиш устида ғайрат билан ишлаётган дунёдаги лидер ўқитиш берувчи компания. Ўқувчилар компания манфаатларининг ва унга йўналтирилган ҳаракатларнинг маркази ҳисобланади, чунки ўқитиш тизимининг ривожланиши умуман инсонларга ижобий таъсир этади. Биз сизга ва ўқувчиларингизга қандай ёрдам беришимиз мумкинлиги тўғрисида qualification.pearson.com. сайти орқали кўпроқ билиб олишингиз мумкин.

Ушбу матнда келтирилган ташқи материалларга ҳаволалар ишончли ҳисобланади. Pearson ўзгартириш мумкин бўлган материалларнинг мазмуни ёки ҳар қандай билдирилган фикрларни маъқулламайди, тасдиқламайди ва жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. (Материал дарсликлар, журналлар, бошқа нашрлар ва веб-саҳифаларни ўз ичига олиши мумкин).

Мазкур ҳужжатдаги барча маълумот нашр этиш вақтига ҳақиқий ҳисобланади.

ISBN 978 1 446 96523 8

Ушбу нашрдаги барча материаллар

© Pearson Education Limited 2020 нинг мулки ҳисобланади

Мундарижа

Кириш	1
1-модул: Маркетинг асослари	3
Ўқув қўлланма	3
Иш схемаси	11
Дарс режаси	31
Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси	73
2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари	77
Ўқув қўлланма	77
Иш схемаси	85
Дарс режаси	107
1-мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси	151
2-мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси	155
3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг	159
Ўқув қўлланма	159
Иш схемаси	165
Дарс режаси	187
Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси	229
4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти	233
Ўқув қўлланма	233
Иш схемаси	247
Дарс режаси	269
Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси	311
5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати	315
Ўқув қўлланма	315
Иш схемаси	325
Дарс режаси	347
Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси	387
6-модул: Халқаро маркетинг	391
Ўқув қўлланма	391
Иш схемаси	399
Дарс режаси	419
Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси	459

Кириш

Ушбу манба буклети Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом спецификациясига қўшимча ҳисобланади. Спецификация сизга нима ўрганилиши ва нима баҳоланиши кераклигини кўрсатиб беради. Мазкур манба буклети сизга буни қандай бажаришингиз тўғрисидаги таклиф ва ғояларни тақдим этади.

Ушбу буклет сизга таълим бериш ва ўқитиш учун ғояларни, жумладан амалий тадбирларни, реал сценарийларни, иш берувчиларни мустақил ўқитишни тақдим этиш ва бошқаришга жалб этишни ҳамда тестларга тайёргарлик усулларини таклиф этади. Шунингдек, буклет сизга спецификациянинг ўз ичига олган маълумотларини амалда қандай ишлаши мумкинлигини кўрсатади ва сизни малакангиздан фойдаланишнинг турли усуллари ҳақида ўйлашга ундайди.

Мазкур манба буклети сизга қуйидагиларни тақдим этади:

- малакадаги модулларни қандай ўқитиш тўғрисидаги қўлланмани;
- малакадаги модулларни ўқитишда ёрдам берадиган, тавсия этиладиган манбаларни;
- бутун малака бўйлаб барча модулларда қамраб олинadиган мавзулар, топшириқлар ва баҳолашларни тушунтириб берувчи иш схемаларини;
- модулларга доир дарсларни қандай олиб бориш тўғрисидаги батафсил қўлланмадан иборат дарс режаларини;
- малакадаги барча модулларнинг баҳоланишини ўтказишни қўллаб-қувватлаш учун мустақил топшириқ брифларини.

Ушбу манба буклетидаги маълумот малакалар ишлаб чиқариш билан чамбарчас боғлиқ бўлган ўқитувчилар томонидан тўпланган, шунинг учун улар ВТЕС малакаларининг янги ва қизиқарли усулларини излашнинг муаммоларини тушунадилар.

Мазкур буклетдаги ўқитиш бўйича йўриқнома сизга малакани тақдим этишни режалаштиришдаги эътиборга олинishi лозим бўлган маълумотни беради. Унда қуйидагилар ҳақида маълумот берилган:

- малакангизнинг тузилмаси;
- ўқувчиларингиз учун малакани қандай шакллантиришингиз мумкинлиги;
- тегишли иш берувчилар билан қандай боғланишингиз тўғрисидаги таклиф;
- бошқа қўллаб-қувватлаш ва мавжуд манбалар тўғрисида маълумот.

Биз сизга индивидуал қўлланма тақдим этмоқдамиз. У ўқув мақсадларига ва модул таркибига бўлган ёндашувлар ҳақида таклифларни ҳамда қизиқарли ва турли хил машғулотлар учун ғояларни ўз ичига олади. Сиз шунингдек, унда ўз топшириқ ва вазифаларингизни қандай режалаштириш ва бажариш тўғрисида маслаҳатлар ва ғояларни топишингиз мумкин.

Биз ҳар бир модул учун диққат билан саралаб олинган манбалар рўйхатини киритдик. Ушбу манбалар рўйхатига ўқувчиларингиз фойдаланиши учун ва ёки ўзингиз ўқитишда қўшимча материал сифатида фойдаланишингиз мумкин бўлган китоблар, веб-сайтлар ва видеолар киритилган.

1-модул: Маркетинг асослари

Ўқув қўлланма

Модул билан танишиш

Модулнинг мақсади – ўқувчиларни маркетинг асослари билан таништиришдан иборат. Бу маркетинг режасини ишлаб чиқиш ва натижаларга эришиш учун “маркетинг-микс” нинг жиҳатларидан фойдаланиш имкониятини беради. Ўқувчилар реал ҳаётдан олинган мисолларни, шунингдек ўзлари фойдаланадиган ва ўзларининг кундалик ҳаётларида тўқнаш келадиган товар ва хизматларни кўриб чиқадилар.

Ўқувчилар ўзларининг кундалик ҳаёт тажрибалари ёки иш тажрибалари асосида маркетинг соҳасидаги ўз билимлари билан ўртоқлашадилар. Бу бизнес учун бизнес (B2B), бизнес ва ҳукумат (B2G) ёки истеъмолчи учун бизнес (B2C) контекстида бўлиши мумкин.

Сиз ўқувчиларни турли ташкилотларнинг маркетингини ўрганишга рағбатлантиришингиз ва маркетинг вазифаси ташкилотдаги бошқа кўплаб вазифалар билан ўзаро алоқада бўлишини тушунтиришингиз лозим. Ўқувчилар турли ташкилотлар ўз бизнес мақсадларига эришиш учун маркетингни режалаштириш жараёнида “маркетинг-микс”ни қўллашларига ёрдам берадиган усулларни солиштиришлари лозим бўлади. Амалиёт нуқтаи назаридан ўқувчилар ташкилотнинг маркетингга оид умумий мақсадларига эришиши учун 7P “маркетинг-микс” дан фойдаланиладиган стратегик маркетинг режасини ишлаб чиқишлари ва баҳолашлари керак.

Ўқувчиларга ўз билимлари ва модулни тушунишларини намойиш этишлари, ташкилотларнинг ҳар хил турлари ҳамда уларнинг маркетингини тадқиқ қилишлари ва муҳокама қилишлари учун кўплаб имкониятлар тақдим этилиши лозим.

Мазкур модулни яқунлаш учун ўқувчилардан бир қатор тадқиқот материаллари, масалан интернет, журналлар ёки китоблардан фойдаланишлари талаб этилади.

Сиз мазкур модулдаги ўқитишнинг турли усулларидадан фойдаланишингиз мумкин, масалан:

- Баҳс-мунозара – маркетинг ва унинг турли ташкилотларда қўлланилиши, шунингдек унинг муҳимлигига доир синфдаги ҳамда кичик гуруҳлардаги муҳокама;
- мустақил ёки гуруҳли тарздаги тақдимотлар – “маркетинг-микс”ни ва ташкилотнинг маркетингга оид мақсадлари билан унинг алоқасини қамраб олувчи;
- кейс-стади – бизнесдаги маркетингни тасвирловчи;
- маркетингга тааллуқли бўлган ОАВ ва журнал мақолалари;
- маркетинг тўғрисидаги интернет-суҳбатлар.

Гуруҳда ишлаш ўқитишнинг мақбул шакли ҳисобланади, бироқ сиз ҳар бир ўқувчи ўзининг баҳоланиши учун мустақил тарзда етарлича далилларни тайёрлаганлигига ишонч ҳосил қилишингиз лозим.

Ўқитиш мақсадларига эришиш

А – ўқувчилар ўқитиш мақсади учун маркетингни тутган ўрни, ташкилотнинг бошқа бир-бирига яқин қўйи бўлимлари билан ўзаро боғлиқлигини, шунингдек, маркетингга оид функциянинг роллари ва вазибаларини тушунишлари муҳим ҳисобланади. Ўқувчилардан «маркетинг» атамаси нимани англатишини кичик гуруҳларда муҳокама қилишларини ва ўз ғояларини синф билан ўртоқлашишларини сўранг.

Ўқувчиларга турли ташкилотлар учун маркетинг тўғрисидаги ўз билимлари ва уларнинг фикрларига кўра маркетингнинг муваффақиятига нима сабаб бўлиши билан ўртоқлашишни таклиф этган ҳолда мавзунини очиб беринг. Интернетда қатор ташкилотлар учун маркетингни тасвирлаб берувчи кўплаб қисқа видеоклиплар мавжуд.

В – ўқитиш мақсади учун ўқувчиларнинг умумий бизнес-мақсадларга эришиш учун ташкилотлар томонидан 7Р “маркетинг-микс” элементларидан қандай фойдаланишларини тушунишлари муҳим ҳисобланади. Муҳокама қилиш ва ўзларининг шахсий мисолларини қўйишлари учун синфга самарали ҳамда самарасиз маркетингдан мисоллар келтиринг. Кейс-стади ва сценарийлардан гуруҳли муҳокамаларни ўтказиш учун фойдаланиш мумкин.

Маркетингни муҳокама қилиш учун маҳаллий ва республика доирасидаги корхоналардан спикерлар таклиф этилиши мумкин. Ўқувчиларга спикер келгунига қадар маркетинг мавзусига ва унинг ташкилотни муваффақиятга эришишига қандай ёрдам берганига доир саволларни тайёрлаш топшириғи берилиши мумкин. Бундай ёндашув ўқувчиларнинг фаолиятдан максимал натижа олишларини кафолатлаши лозим.

С – ўқитиш мақсади учун ўқувчиларнинг стратегик маркетинг режасини ишлаб чиқиш учун 7Р қўлланиладиган стратегик маркетинг режани ишлаб чиқа олишлари ва баҳолай олишларига ишонч ҳосил қилинг. Ўқувчиларни ташкилот учун маркетинг режанинг аҳамиятини мустақил тадқиқ қилиш ва ўз хулосаларини гуруҳ билан муҳокама қилишга ундаш лозим.

Ўқувчиларга бозорни режалаштиришнинг, яъни бозор сегментлашуви ва мақсадли бозор танловининг, шунингдек мониторинг ва назоратнинг восита ва усулларини тадқиқ қилиш имкониятини берадиган кейс-стадилар тақдим этилиши мумкин.

Баҳолашга доир қўлланма

Мазкур модул ўқитиладиган ташкилотда бир қатор мустақил топшириқлар орқали баҳоланади. Ҳар бир топшириқ ҳеч бўлмаганда битта топшириқни қамраб олиши лозим. Ўқитиш мақсадининг мезонлар бўйича топшириқ ва қуйи топшириқларга бўлинмасдан бутунича баҳоланиши муҳим ҳисобланади.

Барча ўқувчилар тасдиқланиши мумкин бўлган шахсий далилларини мустақил тарзда ишлаб чиқишлари лозим. Алоҳида тадқиқотлар билан бирга келадиган алоҳида ёзма ҳисоботлар далилларнинг асосий манбалари бўлиши мумкин.

Модулнинг бошланиши

Сизга модулни ўрганишнинг битта усули учун бошланғич нуқта берилади. У спецификацияда келтирилган, тавсия этилган баҳолашга нисбатан ёндашувга асосланган.

1-модул: Маркетинг асослари
Кириш Ўқувчиларни гуруҳли муҳокама орқали дарс билан таништиришдан бошланг. Бу модулни ўқитиш мақсадларининг баёни билан бирга келиши мумкин.
А - ўқитиш мақсади - Маркетингнинг ролини ва унинг ташкилотни бошқа функционал бўлимлари билан ўзаро алоқасини тушуниш
Ўқувчилардан «маркетинг» атамаси нимани англатишини сўрашдан бошланг. Ўқувчилардан «Маркетинг — бу ғояни аудиторияга етказиш» деган таъкидловни муҳокама қилишларини сўранг. Маркетингни ва фаолият юритувчи ташкилотларда ундан фойдаланишни муҳокама қилишни қўллаб-қувватлаш учун ўқувчиларнинг мисолларидан фойдаланинг. Маркетинг функциясининг вазифалари ва мажбуриятлари, унинг ташкилотга мослиги ва нима учун муҳимлиги тўғрисида гуруҳ тарзида муҳокама ўтказинг. Ўқувчилардан маркетинг ҳақидаги ўз фикрлари билан ўртоқлашиш учун кичик гуруҳларга бирлашишни, кейин эса синфга қайтишдан аввал маркетинг муваффақиятининг учта асосий сабабини ажратиб кўрсатишни сўранг.

В - ўқитиш мақсади - Умумий бизнес мақсадларга эришиш учун ташкилотлар томонидан маркетинг элементлари комплекси (7P) дан фойдаланиш йўллари тушуниш

7P мавзусини тақдим этиш учун ўқувчилардан ўзлари биладиган баъзи товар ва хизматларнинг номларини айтишни ҳамда уларнинг муваффақият ва муваффақиятсизликларини муҳокама қилишни сўранг. Булар ўқувчиларга таниш бўлган ҳар қандай товар ва хизматлар бўлиши мумкин.

Мазкур товар ва хизматлар учун 7P дан қандай фойдаланилишининг муҳокамасини ўтказинг, кейин эса ўқувчилардан маркетинг ўз ташкилотининг умумий самарадорлигига қандай кўмаклашиши тўғрисидаги мисолларни ёзишларини сўранг. Натижаларни синф билан муҳокама қилинг.

«Контент – қирол» каби маркетингга оид иқтибослардан фойдаланган ҳолда, ўқувчилар синфдаги муҳокамада иштирок этишлари мумкин. Microsoft ҳаммуассиси Билл Гейтс; «Мавзуни, хабарни ва етказиб беришни ўзлаштиринг». Apple ҳаммуассиси Стив Джобс; «Энг яхши маркетинг – бу маркетингга ўхшамаган маркетинг» Том Фишберн, Marketoologist агентлиги асосчиси ва бош директори, маркетинглог.

Ўқувчилардан ташкилотлар учун маркетингнинг умумий мақсадлари тўғрисидаги ғоялари билан ўртоқлашиш мақсадида жуфтликларда иш олиб боришларини ва синф билан ўртоқлашиш мумкин бўлган мисоллар рўйхатини тайёрлашларини сўранг.

Ташкилотларга маркетингнинг мазкур мақсадларига эришиш учун 7P нинг қандай ёрдам бериши мумкинлиги тўғрисида баҳс-мунозара ўтказинг.

Таклиф этилган спикерлар маркетинг ҳақида сўзлаб беришлари мумкин. Кейин ўқувчилар маркетинг ҳақида ва таклиф этилган спикернинг ташкилотида маркетинг қандай қилиб муваффақиятли ривожланганлиги ҳақида саволлар беришлари мумкин. Спикер жорий мисолларни келтириш орқали ўз ташкилотида маркетингнинг қандай иш олиб боришини тушунтириб бериши мумкин.

С - ўқитиш мақсади - Стратегик маркетинг режани ишлаб чиқиш ва баҳолашни билиш.

Ўқувчилар янги товар учун маркетинг режасини тузиш ва тақдим этиш учун кичик гуруҳларда иш олиб борадилар. Ҳар бир жамоа ва алоҳида ўқувчи мувофиқлаштириш, вакил қилиниши ва муддатларга амал қилинишини таъминлаш учун масъулиятга эга бўлиши лозим. Шунингдек, улар маркетинг режасининг тақдимотини яратиш ва бошқа жамоаларга тақдим этиш учун бир-бирлари билан ҳамкорлик қилиш усулларини топишлари лозим бўлади.

Ўқувчилар турли ташкилотлар 7Р “маркетинг-микс” элементларини қандай қўллашларини тадқиқ қилиш ва солиштириш учун айнан битта рақобат бозоридаги иккита мос келадиган ташкилотни танлаб олишлари лозим бўлади. Ўқувчилар қатор ташкилотларда тадқиқот ўтказиш ва ўз натижаларини синф билан ўртоқлашиш учун жуфтликларда ҳамда кичик гуруҳларда иш олиб боришлари мумкин.

Мазкур тадқиқотнинг муҳимлигини таъкидлаш лозим, чунки ҳар бир ўқувчи иккита ташкилотнинг мақсадларига эришиш йўлида “маркетинг-микс” қўлланилишининг сифатини аниқловчи баҳолаш учун мустақил маълумот ҳужжатини тақдим этиши лозим бўлади.

Ўқувчилар маркетингга оид мақсад ва вазифаларга эришиш учун маркетинг режасини тузишлари лозим. Ўқувчиларнинг баҳолашга доир шахсий режаларини ёзишга киришишларидан аввал, турли ташкилотларнинг маркетинг режаларини ўрганиш бўйича кўплаб имкониятларига эга бўлишлари муҳим ҳисобланади. Ўқувчилар томонидан аввал олиб борилган тадқиқотлар уларга вазиятни таҳлил қилишда ёрдам бериши ва таққослаш натижалари асосида ташкилот учун маркетингга оид мақсад ва вазифаларни шакллантириш имкониятини бериши лозим. Маркетинг режаси тактик ҳаракатлар режаси ҳамда ривожланишни мониторинг қилиш ва баҳолаш, шунингдек мақсад ва вазифаларга эришиш учун чора-тадбирлардан иборат бўлган 7Р “маркетинг-микс”нинг барча элементларини ўз ичига олиши лозим.

ВТЕС нинг бошқа модуллари ва малакаларга ҳаволалар

Ресурслар

Китоблар

Blythe, J, (2013) *Principles and Practice of Marketing*, Edition 3, Sage

Brassington, F. and Pettitt, S. (2012) *Essentials of Marketing*, 3rd Ed. Harlow: Pearson

Groucutt, J. and Hopkins, C. (2015) *Marketing (Business Briefings)*, London: Palgrave Macmillan

Jobber, D. and Chadwick, F. (2012) *Principles and Practice of Marketing*, 7th Ed. Maidenhead: McGraw-Hill

Kotler, P. and Armstrong, G. (2013) *Principles of Marketing*, London: Prentice Hall

Mcdonald, M. and Wilson, H. (2011) *Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Use Them*, 7th Ed. Chichester: John Riley and Sons

Журналлар

Маркетинг ҳақидаги журналлар

<https://journals.sagepub.com/home/jmx>

Веб-сайтлар

www.ama.org

American Marketing Association

www.cim.co.uk

Chartered Institute of Marketing (UK)

www.ted.com/topics/marketing

TED – бу 100 дан ортиқ тиллардаги, одатда қисқа (18 дақиқадан кўп бўлмаган), маҳоратли нутқлар шаклидаги, турли мавзуларга доир ғояларни тарқатиш билан шуғулланадиган нодавлат ташкилот.

www.youtube.com/playlist?list=PLfwoaiiezPT-E9gcZ6AV1et2hcd92J21C

«Маркетинг бўйича ўқитувчи» ўқувчилар, ўқитувчилар ва маркетинг бўйича мутахассислар учун маркетинг ва менежментга доир бир қатор бепул видеороликларни таклиф этади.

www.pbs.org/wgbh/frontline/film/showspersuaders/

«Ишонтирувчи» — бу АҚШ ОАВ ва маданияти танқидчиси Дуглас Рушкофф маркетинг амалиётидаги ўзгаришлар маданият ва сиёсатга қандай таъсир этишини кўриб чиқадиган 90-дақиқали ҳужжатли фильм.

Pearson ташқи интернет-сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайтни синфда фойдаланишдан аввал, URL-манзилнинг ҳамон аниқ, ишончли ва ўринли эканига ишонч ҳосил қилиш учун ўқитувчилар томонидан кўриб чиқилиши муҳим ҳисобланади. Биз ўқитувчиларга фойдали веб-сайтларни танланган саҳифаларда сақлашни ва ўқувчиларга мактаб / коллежнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга рухсат беришларини маслаҳат берамиз.

Иш схемаси

Модул	Маркетинг асослари
Ўқув соатлари	60
Дарслар сони	20
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	Мазкур модул спецификациядаги бошқа барча модуллар билан боғланган.

Ўқитиш учун калитлар			
ЁМТ	Ёзма мустақил топшириқ	ММ	Материални мустаҳкамлаш
ТЭС	Таклиф этилган спикер	Т	Ташриф
МЎ	Мустақил ўқитиш	ИТ	Иш тажрибаси

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	Маркетингнинг таърифи ва концепцияси	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: модулнинг мазмунига ва модулни баҳолашга кириш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетингга кириш: маркетингнинг таърифи ва унинг кундалик ҳаётимизга таъсири: <ul style="list-style-type: none"> ○ Истеъмолчи учун бизнес (B2C) ва бизнес учун бизнес (B2B) контекстидаги маркетинг; ○ Ташкилий вазифа сифатидаги маркетинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги савол ва жавоблар: маркетингни умумий/дастлабки концепциялар сифатида билиш. • Гуруҳларда машқлар: маркетинг, реклама, тарғиб қилиш, мерчандайзинг, B2C ва B2B каби атамаларнинг маъносини аниқлаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: кейинги дарсда давом эттириладиган маркетинг вазифаларини тушунтириш ва муҳокама қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар ва таянч атамалар глоссарийсини тузишни бошлайдилар. • Якуний сессия: дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
2	Маркетингнинг роли	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • 1- мустақил топшириқни бериш ва биринчи мустақил топшириқ ҳақида сўзлаб бериш: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг бўлимларининг тузилма ва фаолиятлари; ○ маркетингга оид вазифалар элементларнинг ташқи манбалари; ○ вазиятни таҳлил қилишдан, мақсадлар, стратегиялар ва баҳолашга қадар маркетинг жараёни. • Гуруҳларда машқлар: маркетингдаги турли вазифаларни тадқиқ қилиш ва муҳокама қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: маркетинг бўлимидаги ходимларнинг турли вазифа ва мажбуриятларини аниқлаш ва санаб ўтиш. • Мустақил бажариш учун машқ: маркетинг режа учун нима стандарт жараён ҳисобланишини тадқиқ қилиш? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: дарсда аниқланган, ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	Маркетинг жараёни	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: вазиятни таҳлил қилишдан, мақсадларни, стратегияларни ва баҳоланишни аниқлашга қадар маркетинг жараёни. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳга маркетингга оид сценарий берилади. Ҳар бир гуруҳ маркетинг жараёнининг асосий талабларини ўрганиши ва натижаларни синфда муҳокама қилиши лозим. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: кейс-стадидан фойдаланган ҳолда, самарали маркетинг режалаштиришни қандай қўллаш тўғрисида баҳс-мунозара ўтказиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: дарсда аниқланган, ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Маркетингга оид сценарийлар.</p> <p>Маркетингни самарали режалаштиришга доир кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
4	Маркетинг ва бошқа бизнес-вазифалар ўртасидаги ўзаро алоқа	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг ва бошқа бизнес-вазифалар ўртасидаги ўзаро алоқани ўрганиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетингнинг режаси, мақсадлари ва стратегияси ўртасидаги алоқа; ○ маркетинг стратегияси ва корпоратив стратегия ўртасидаги алоқани тушуниш. • Гуруҳларда машқлар: маркетинг ва мазкур бизнесдаги бошқа бўлимлар/вазифалар ўртасидаги алоқа ҳамда боғлиқликни ўрнатиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетинг стратегияси ва умумий ташкилий стратегия ўртасида қандай боғлиқлик мавжуд? 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>
5	Мустақил топшириқлар семинари	Ўқитувчи раҳбарлигида	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: биринчи мустақил топшириқда ривожланишни шарҳлаш ва зарурат бўлганда маълумотларга қайтадан хулоса яшаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил топшириққа нисбатан талаблар. • Ўқитувчи бошчилигидаги савол ва жавоблар: гуруҳли ва яқка ҳолдаги умумий масалалар ҳамда муаммоларни ечиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: топшириш формати ва академик талаблар шарҳи. 	

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
6	Мустақил топшириқлар семинари – самарали тақдимотларни яратиш ва ўтказиш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маълумотларни профессионал даражада тақдим этиш ва етказиб бериш: <ul style="list-style-type: none"> ○ тақдимотнинг форматлари ва усуллари; ○ шахсий тақдимотга тайёрланиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги савол ва жавоблар: тақдимотлар тўғрисидаги қисқа видеолар асосида тақдимотлар ҳақида ва уларнинг устунлик ва камчиликлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ форматлар ва дастурий таъминотдан профессионал тарзда фойдаланиш – PowerPoint, флипчартлар, интерфаол ёзув тахталари ва бошқалар. • Гуруҳларда машқлар: аудиториянгизнинг шахси ва кўриниши. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Муваффақиятли тақдимотларни яратиш тўғрисидаги видео.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
7	Ўқувчилар тақдимоти – 1-мустақил топшириқ	Ўқитувчи раҳбарлигида	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчиларнинг 1-мустақил топшириқ учун тақдимоти: <ul style="list-style-type: none"> ○ иштирокчиларнинг мулоҳазалари ва муҳокама; ○ иштирокчиларнинг яқка тартибдаги тақдимотлари; ○ иштирокчиларнинг ижобий ва салбий тажрибадан иборат мулоҳазалари; ○ реал сценарийни яратиш ва тақдимотнинг охиридаги гуруҳли муҳокама учун гуруҳнинг қолган қисмига тақдимотда «аудитория» сифатида қатнашиш таклиф этилади. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Дастурий таъминот тақдимоти.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
8	“Маркетинг-микс”: шарҳ	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2-мустақил топшириқни эълон қилиш ва уни асослаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: стратегик режалаштириш учун бошқарув воситаларидан фойдаланиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ 7P “маркетинг-микс” нинг умумий режаси. • Ўқитувчи бошчилигидаги қисқача йўриқнома: 2-мустақил топшириқ. • Савол ва жавоб: “маркетинг-микс” нима? • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: бизнес стратегиясида қарорлар қабул қилиш учун мазкур воситадан фойдаланиш. • Гуруҳларда машқлар: 7P “маркетинг-микс” ни тадқиқ қилиш ва санаб ўтиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
9	“Маркетинг-микс” – товарлар	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўзига хос хусусиятлар, бозор таснифномалари, янги товарларни ишлаб чиқиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ товарнинг ҳаётий циклга кириши ва унинг мослашуви; ○ товар ва хизматларнинг брендинги- брендингнинг таърифи ва мақсади; ○ брендингнинг турлари – оилавий, яқка тартибдаги ва шахсий лейбл, ребрендинг; ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига брендингнинг таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: товарнинг ҳаёт циклини тадқиқ қилиш. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар кучли брендларни ва уларни нима кучли қилишини тадқиқ қиладилар. Ўқувчилар харидорларнинг хатти-ҳаракатига кучли брендларнинг таъсирини ҳам баҳолайдилар. Ўқувчилар бренднинг имижини ва мазкур товар учун логотипни яратадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Маҳсулотларга мисоллар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	“Маркетинг-микс” – тарғиб қилиш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: тарғиб қилишнинг мақсадлари ва алоқанинг шакллари билан танишиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ тарғиб қилиш ва алоқавий микс – реклама, бевосита маркетинг, товарларни жойлаштириш, ҳомийлик, сотувларни рағбатлантириш, кўргазмалар ва жамоатчилик билан алоқа; ○ тарғиб қилишнинг харидорни хатти-ҳаракатига бўлган таъсири. • Жуфликда бажариладиган машқлар: тарғиб қилишнинг сабабини ва унинг мақсадини тушунтириш ҳамда муҳокама қилиш. • Гуруҳдаги муҳокама: тарғиб қилишнинг турли усулларида фойдаланишни ва унинг фойдаланувчилар/харидорларга таъсирини муҳокама қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
11	“Маркетинг-микс” – нарх	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: нархнинг шаклланиши ва нархга таъсир этувчи омиллар: <ul style="list-style-type: none"> ○ нарх шаклланиши стратегияси (B2C) – бошланғич ёки базавий, кириб бориш нархи, нархларни солиштириш, ўзгарувчан, психологик, нуфузли, акция доирасидаги ва чегирмали нархлар; ○ профессионал хизматларнинг нархи; ○ танлов тендерлари; ○ халқаро нарх шаклланиши масалалари; ○ харидорнинг хатти-ҳаракатларига нархнинг таъсири. • Жуфликда бажариладиган машқлар: нима учун янги товарларни сотишни режалаштиришда нарх ташкил этилиш тактикасини ҳисобга олиш лозимлигини аниқлаш. • Гуруҳларда машқлар: нарх ташкил этилишининг турли тактикаларини ва уларнинг мазкур контекстдаги мақсадга мувофиқлигини тадқиқ қилиш. • Ўқувчиларнинг баҳс-мунозаралари: харидорнинг хатти-ҳаракатига нархнинг таъсири. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Услуглар, шиорлар, тасвирлар ва брендларга доир викторина.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
12	“Маркетинг микс” – ўрин/жойлашув	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг контекстидаги таъриф: <ul style="list-style-type: none"> ○ канални бошқаришнинг турли босқичлари; ○ логистика ва таъминотлар занжирини бошқариш; ○ жисмоний ва онлайн-тарқатиш. • Мустақил бажариш учун машқ: “маркетинг-микс”даги ўрин/жойлашувни аниқлаш. • Гуруҳларда машқлар: тадқиқот ўтказиш ва каналларни бошқаришнинг турли босқичларида натижаларни тасвирлаш учун плакат яратиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: логистика ва таъминот занжирини бошқаришнинг маркетингга таъсири. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Назариялар, рекламаларнинг амалий иловалари ва ИМС режаларининг мавзуга оид тадқиқотлари.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
13	“Маркетинг-микс” – инсонлар	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетингда инсонларнинг тутган ўринлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ турли роллар – мижозлар билан ўзаро алоқа ва кўмаклашувчи ходимлар; ○ харидорларнинг ўзларини тутишларига инсонларнинг таъсирлари. • Мустақил бажариш учун машқ: маркетинг жараёнларидаги турли инсонларни эслаш ва таърифлаш. • Гуруҳларда машқлар: мазкур кейс-стади ёки сценарийда маркетингдаги турли вазифаларни аниқланг, масалан, мижозларга хизмат кўрсатиш, қўллаб-қувватлаш вазифалари. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Кейс-стади/сценарийлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
14	“Маркетинг-микс” – жисмоний таъсир	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: таъриф: <ul style="list-style-type: none"> ○ экстерьерлар ва интерьерлар ҳамда харидорларнинг хатти-ҳаракатларига уларнинг қандай таъсир этиши; ○ визуал омиллар – ранг, ёритиш, униформа (махсус бир хил кийим) ва тақдимот; ○ эшитиш омиллари (мусиқа/овоз); ○ сезиш омиллари (ҳид/таъм); ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига моддий далилларнинг таъсири. • Амалий машқ: кўриш, эшитиш таъсирларини, ҳид ва таъм билишни (сезишга оид) шарҳлаш учун ўқувчиларга турли моддий муҳитларни кўрсатиш • Жуфтликдаги муҳокама: бу харидорларнинг хатти-ҳаракатларига қандай таъсир этади? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
15	“Маркетинг-микс” – жараён	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг контекстидаги таъриф: <ul style="list-style-type: none"> ○ жараёнларнинг турлари; ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига жараённинг таъсири. • Қисқа мустақил машқ: ўқувчилар товарни етказиб беришга доир турли жараёнларни тадқиқ қиладилар ва санаб ўтадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: муайян контекстдаги турли жараёнларнинг самарадорлиги ва мақсадга мувофиқлиги. • Жуфтликдаги муҳокама: харидорнинг хатти-ҳаракатига жараён қандай таъсир этади? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
16	“Маркетинг-микс” интеграцияси	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мижозларнинг B2C ва B2B контекстларидаги эҳтиёжларини қондириш учун “маркетинг-микс”ни мослаштириш мумкинлигини тушуниш: <ul style="list-style-type: none"> ○ 4P дан 7P га ўтиш; ○ маркетинг, ахлоқ ва корпоратив ижтимоий масъулият (КИМ) ўртасидаги алоқа; ○ маркетингдаги долзарб ва юзага келиши мумкин бўлган ахлоқий муаммоларни ўрганиш; ○ ташқи омиллар ва 7P ўртасидаги алоқа. • Гуруҳдаги муҳокама: «эркин микс» ва унинг мослашувининг зарурияти. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: 4P дан 7P га қадар ўзгариш. • Гуруҳларда машқлар: маркетингга оид хулқ ва КИМ ўртасидаги алоқа. • Жуфтликлардаги уй вазифаси: мазкур контекстда 7P нинг қўлланилишини кўриб чиқиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
17	Маркетинг режани ишлаб чиқиш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг режалари, маркетинг мақсадлари ва маркетинг стратегиялари ўртасидаги алоқа: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетингга оид режалаштириш (таҳлил қилиш, режалаштириш, жорий этиш ва назорат қилиш) жараёнининг ва маркетинг стратегиясининг шарҳи; ○ мақсад ва вазифаларни белгилаб олиш; ○ маркетинг режаларини баҳолаш ва мониторинг қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: яхши маркетинг режанинг кадр-қимматиини тадқиқ қилиш ва гуруҳга сўзлаб бериш. • Гуруҳларда машқлар: маркетинг жараёнини тадқиқ қилиш ва стенд форматида тасвирлаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: самарали маркетинг режасида зарур бўлган асосий элементларни аниқлаш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
18	Маркетингга оид режалаштириш: - восита ва усуллар.	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозорнинг сегментлашуви ва мақсадли бозор танлови: <ul style="list-style-type: none"> ○ вазиятга оид таҳлилнинг восита ва усуллари; ○ маркетингга оид стратегияни яратиш ва манбаларни тақсимлаш; ○ назорат ва мониторинг чора-тадбирлари. • Гуруҳларда машқлар: бозор сегментлашувини бизнесга қўллаш учун тегишли кейс-стадидан фойдаланиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: аввалги фаолият/муҳокама асосида мазкур бизнес учун мақсадли бозорни аниқланг. • Гуруҳдаги муҳокама: мониторинг стратегияси ва жараёнининг қандай амалга ошишини тушунтириш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Маркетингнинг сегментлашувига доир кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
19	Мустақил топшириқлар семинари	Ўқитувчи раҳбарлигида	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: иккинчи мустақил топшириқ бўйича ўқувчиларнинг ўзлаштиришларини кўздан кечириш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил топшириққа нисбатан талаблар. • Ўқитувчи бошчилигидаги савол ва жавоблар: гуруҳли ва якка тарздаги умумий масалалар ҳамда муаммоларни ҳал этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: топшириш форматини ва академик талабларини кўздан кечириш. 	
20	Мустақил топшириқни кўриб чиқишга доир семинар	Ўқитувчи раҳбарлигида	<ul style="list-style-type: none"> • Иккинчи мустақил топшириққа қадар алоҳида ўқувчиларнинг лойиҳаларини кўриб чиқиш. • Ўқувчининг алоҳида масалаларини ҳал этиш ва шубҳаларига барҳам бериш учун якка тартибдаги учрашувлар. 	

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг концепциясини.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS1: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи дарсни бошлайди – маркетинг таърифи ва тушунчаси. • Гуруҳдаги савол-жавоблар: маркетингни концепция сифатида умумий/дастлабки билиш.
Асосий машқлар (130 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS1) маркетинг, реклама, тарғиб қилиш, мерчандайзинг, B2C, B2B ва B2G каби фойдаланиладиган атамаларни ўз ичига олувчи маркетингга кириш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар маркетингнинг вазифаларини муҳокама қиладилар. • Кичик гуруҳдаги иш: «Жаҳон кафеси» (эътибор қаратилган норасмий муҳокама усули) – бизнинг кундалик ҳаётимизга маркетинг қандай таъсир этади. Тўрт-олти ўқувчилардан иборат гуруҳлар бирга ўтириб қоғоздаги жадвалда ёки флипчартда қайдларни ёзадилар. 20 дақиқадан сўнг «олиб боровчи»дан ташқари ҳамма бошқа стол атрофидагиларга бирлашадилар. Ҳар бир жадвал қуйидагиларни муҳокама қилиш учун контекстни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ B2C; ○ B2B; ○ B2G.
Якуний машқ (30 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: <ul style="list-style-type: none"> ○ барча ўқувчилар «жаҳон кафеси» машқидаги ўз фикрларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар; ○ ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийси устида ишлашни бошлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	2 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • маркетингнинг туган ўрнини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS2: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи «Маркетинг ва маркетинг бўлимларининг тутган ўрни» мавзусини бошлайди. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчиларнинг мазкур рол ҳақида нимани ўйлаётганлари тўғрисида савол-жавоблар.
Асосий машқлар (120 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS2) маркетингнинг тутган ўрни қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг бўлимларининг тузилма ва фаолияти; ○ маркетинг вазифалари ва маркетинг жараёнининг ташқи манба элементлари (вазиятга оид таҳлил, мақсадлар, стратегиялар ва баҳолашни аниқлаш). • Кейинчалик гуруҳда муҳокама қилиш орқали Жуфликда бажариладиган машқлар: маркетингдаги турли вазифаларни тадқиқ қилиш ва гуруҳ билан муҳокама қилиш учун ўқувчилар жуфтликларда иш олиб борадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: маркетингнинг иккита йирик бўлимларидаги ходимларнинг турли вазифа ва мажбуриятларини аниқлаш ҳамда санаб ўтиш учун ўқувчилар жуфтликларда иш олиб борадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: барча гуруҳлар ўз фикрларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийси устида ишлашда давом этадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • маркетинг жараёнини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS3: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Маркетингни режалаштириш тўғрисидаги кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи «Маркетинг жараёни» мавзусини бошлайди. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчиларнинг мазкур жараён тўғрисидаги фикрлари ҳақида савол-жавоблар.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS3) «Маркетинг жараёни». • Гуруҳдаги муҳокама: муҳокама қилиш учун ҳар бир гуруҳга маркетингга оид сценарий берилади. Улар маркетинг жараёнининг асосий жиҳатларини тадқиқ қилишлари ва ўз тақризларини бутун гуруҳга тақдим этишга тайёр бўлишлари лозим. • Гуруҳдаги муҳокама: натижаларни гуруҳ билан ўртоқлашиш. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқитувчи ҳар бир гуруҳга бозорни режалаштиришга доир кейс-стадини тарқатади. Ҳар бир гуруҳ самарали маркетинг режалаштириш усулларини қўллашни муҳокама қилади ва синфдаги муҳокамага тайёрланади. • Гуруҳдаги муҳокама: натижаларни гуруҳ билан ўртоқлашиш.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетинг ва бошқа вазифалар ўртасидаги ўзаро боғлиқликни тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси; • Ёзув тахтаси ва ручкалар; • PS4 ва PS5: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи «Маркетинг ва бошқа вазифалар ўртасидаги ўзаро боғлиқлик» мавзусини бошлайди.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS4) маркетинг ва бошқа бизнес-мақсадлар ўртасидаги боғлиқликни, маркетинг режаси, маркетинг мақсадлари ва маркетинг стратегияси ўртасидаги алоқани ўрганиш. • Гуруҳларда машқлар: Жаҳон кафеси: «Маркетинг ҳамда мазкур бизнесдаги бошқа бўлимлар/вазифалар ўртасида қандай алоқа ва боғлиқликлар мавжуд?» Тўрт-олти ўқувчидан иборат гуруҳлар стол атрофида ўтириб қоғоз жадвалда ёки флипчартда қайдларни ёзадилар. 20 дақиқадан сўнг «олиб борувчи»дан бошқа барча бошқа стол атрофидагилар билан бирлашадилар ва муҳокама давом этади. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар гуруҳда «жаҳон кафеси» машқини бажариш жараёнида олган хулосаларини ўртоқлашадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS5) маркетинг стратегияси ва корпоратив стратегия ўртасидаги алоқа. • Жуфтликлардаги муҳокама: маркетинг стратегияси ва умумий ташкилий стратегия ўртасида қандай алоқа мавжуд ва нима учун бу муҳим бўлиши мумкин? • Гуруҳдаги муҳокама: ўз натижаларини гуруҳ билан ўртоқлашиш.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари муस्ताқил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингнинг тутган ўрнини ва унинг ташкилотнинг бошқа функционал бўлинмалари билан ўзаро алоқасини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи 1-баҳоловчи машқни беради ва семинар ўтказади.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: зарурат туғилганда ўтилган материални такрорлаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: баҳолашга нисбатан талабларни кўздан кечириш. • Гуруҳдаги савол-жавоблар: умумий масалалар ва муаммоларни ҳал этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: академик талаблар ва топшириш форматини кўздан кечириш. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчиларнинг саволлари ва шубҳалари. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз тақдимотларини тайёрлай бошлайдилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз тақдимотларини тайёрлай бошлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самарали тақдимотларни яратиш ва ўтказиш жараёнини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • 1-мустақил топшириқ қисқача йўриқнома. • яхши ва ёмон тақдимотлар ҳақидаги қисқа видео.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи семинарни тақдим этади.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи рақбарлигидаги семинар: маълумотни профессионал тарзда тақдим этиш ва етказиб бериш қўйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ тақдимотнинг форматлари ва усуллари – форматлар ва дастурий таъминотдан профессионал тарзда фойдаланиш, масалан PowerPoint, флипчартлар, интерфаол ёзув тахталари; ○ шахсий аудиториясига тайёрланиш – устунлик ва камчиликларни аниқлаш учун турли тақдимотларнинг қисқа видеороликларини кўриб чиқиш. • Гуруҳдаги муҳокама: баҳоланадиган тақдимот учун аудиторияни ўрганиш ва ихтисослаштириш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар баҳоловчи машққа тайёрланишда давом этадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар баҳоловчи машққа тайёрланишда давом этадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингнинг тутган ўрнини ва унинг ташкилотнинг бошқа функционал бўлинмалари билан ўзаро алоқасини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи ўқувчиларни баҳолаш учун тақдимотларни кўриб чиқади ва тақдим этади.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқувчиларнинг тақдимоти: ўқувчилар реал сценарийни яратиш учун «аудитория» сифатида қатнашаётган гуруҳнинг қолган қисми учун ўзларининг 1- мустақил топшириқдаги индивидуал тақдимотларини ўтказадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: аудиториянинг тақдимотнинг якунига нисбатан муносабати, мазмунга доир фикр-мулоҳазалар, ижобий ва салбий томонлар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи тақдимотларда кўрсатилган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар тақдимотлар тўғрисидаги ўзларининг фикр-мулоҳазаларини ёзиб борадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • “маркетинг-микс”нинг жиҳатларини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS6: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи «7P» мавзусини бошлайди.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS6) “маркетинг-микс” 7P қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ стратегик режалаштириш учун бошқарув воситаларидан фойдаланиш; ○ “маркетинг-микс” 7P нинг умумий режаси. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савол ва жавоб машқи: «Маркетинг-микс нима?» • Гуруҳдаги муҳокама: бизнес стратегиясига доир қарорларни қабул қилиш учун мазкур маркетинг воситасидан қандай фойдаланиш мумкин? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар “маркетинг-микс” нинг 7 та жиҳатини санаб ўтадилар ва тадқиқ қиладилар. Ўқувчилар ўзларининг танловларига кўра уларни битта товарга ва битта хизматга нисбатан қўллашга уриниб кўрадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: 7P жуфтликлардаги тадқиқотларнинг натижалари билан ўртоқлашиш.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи тақдимотларда кўрсатилган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	9 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • товарни “маркетинг-микс” нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS7: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS7) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ товарнинг хусусиятлари, бозорга оид таснифлар, янги товарнинг ишлаб чиқилиши; ○ товарнинг ҳаётий циклга кириши ва унинг мослашуви; ○ товар ва хизматларнинг брендинги, брендингнинг таърифи ва мақсади; ○ брендинг турлари: оилавий, якка тартибдаги ва шахсий лейбл, ребрендинг; ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига брендингнинг таъсири. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар товарнинг ҳаёт циклини ўрганадилар ва ҳаёт циклининг ҳар бир босқичидаги моддий ва номоддий товар ва хизматларнинг мисолларини синф билан ўртоқлашадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: кучли брендлар ва улар қандай қилиб кучли бўлганлигини ўрганиш учун ўқувчилар жуфтликларда иш олиб борадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг кучли брендлар ҳақидаги хулосалари билан ўртоқлашадилар ва харидорларнинг ўзларини тутишларига кучли брендларнинг таъсирини муҳокама қиладилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар брендинг имижини ва муайян товар ёки хизмат логотипини яратадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг бренд ва логотипларини синф билан ўртоқлашадилар ҳамда уларга оид фикр-мулоҳазаларни муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="552 315 1367 432">• Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тарғиб қилишни “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS8: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS8) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ тарғиб қилишнинг мақсадлари ва алоқа шакллари; ○ жадаллаштириш ёки алоқавий микс – реклама, бевосита маркетинг, товарларни жойлаштириш, ҳомийлик, сотувларни рағбатлантириш, ижтимоий тармоқларни қамраб олиш, кўргазмалар ва жамоатчилик билан алоқалар (PR); ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига тарғиб қилишнинг таъсири. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: тарғиб қилишнинг сабабини ва унинг мақсадини муҳокама қилиш ҳамда тушунтириш учун ўқувчилар жуфтликларда иш олиб борадилар. ● Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. ● Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар тарғиб қилишнинг турли усулларнинг, анъанавий босма рекламадан тортиб, ижтимоий тармоқлардаги сўнгги ғояларга қадар мисолларини ўрганадилар ва уларнинг фойдаланувчилар/харидорларга таъсирини муҳокама қиладилар. ● Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	11 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • нархни “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS9: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS9) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ нархнинг шаклланиши ва нархга таъсир этадиган омиллар; ○ нарх шаклланиш стратегияси (B2C) – бошланғич ёки базавий, кириб бориш нархи, нархларни солиштириш, ўзгарувчан, психологик, нуфузли, акция доирасидаги ва чегирмали нархлар; ○ профессионал хизматларнинг нархи; ○ танлов савдолари; ○ халқаро нархнинг шаклланиши масалалари; ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига нархнинг таъсири. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: нима учун янги товарларни сотишни режалаштиришда нарх шаклланиши тактикасини ҳисобга олиш лозимлигини аниқлаш учун ўқувчилар жуфтликларда иш олиб борадилар. ● Ўқувчиларнинг баҳс-мунозаралари: харидорнинг хатти-ҳаракатига нархнинг таъсири. ● Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. ● Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар нарх шаклланишининг турли тактикаларига мисолларни тадқиқ қиладилар, уларнинг ўринлилигини баҳолайдилар ва хулосаларни синфга тақдим этишга тайёрланадилар. ● Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосасини синфга тақдим этади.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: ўқитувчи тақдимотларда кўрсатилган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	12 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ўрин/жойлаштиришни “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида қабул қилиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS10: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS10) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг контекстидаги жойнинг таърифи; ○ канални бошқаришнинг турли босқичлари; ○ логистика ва таъминот занжирларини бошқариш; ○ моддий ва онлайн-тарқатиш. • Гуруҳларда машқлар: “маркетинг-микс”даги ўрин/жойлаштиришни тадқиқ қилиш ва муҳокама қилиш, уларнинг одатий амалиётлар ва онлайн-сотувлар/электрон савдога қўлланилиши мумкинлигини тушуниш учун ўқувчилар биргаликда иш олиб борадилар. Ўқувчилар товарларни мижозлар гуруҳига сотиш/намоиш этиш имкониятини кўриб чиқадилар, масалан савдо пештахтасини онлайн-сотувлар билан солиштириш. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар канални бошқариш босқичларини кўрсатиш учун плакатни чизадилар ва тадқиқ қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар логистика ва таъминот занжирини бошқаришнинг маркетингга таъсирини муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи тақдимотларда кўрсатилган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	13 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инсонларни “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS11: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • маркетингдаги инсонлар тўғрисидаги кейс-стади.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS11) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ инсонларнинг маркетингдаги тутган ўринлари; ○ турли роллар – мижозлар билан ўзаро алоқа ва қўмаклашувчи ходимлар; ○ харидорларнинг ўзларини тутишларига инсонларнинг таъсирлари. • Гуруҳдаги муҳокама: кўпгина мижозлар товар ёки хизматни уни тақдим этаётган ходимдан ажратиб ола билмайдилар. Инсонлар мижозларнинг қониқишларига қандай таъсир (ижобий ёки салбий) этишлари мумкин? • Жуфликда бажариладиган машқлар: турли инсонларнинг маркетинг жараёнларидаги тутган ўрнларини тадқиқ қилиш ва муҳокама қилиш учун ўқувчилар биргаликда иш олиб борадилар. • Мустақил иш: ўқувчилар сотувдан кейинги юқоридан бўладиган қўллаб-қувватлаш ва маслаҳатлар таклифнинг қадр-қимматини қандай ошириши ва ташкилотга рақобат борасида устунлик бериши мумкинлигини ўрганадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг кичик гуруҳлардаги ва мустақил ишдан олган хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар маркетингдаги турли ролларни, масалан мижозларга хизмат кўрсатиш, қўллаб-қувватлаш функцияларини аниқлаш учун кейс-стадини кўриб чиқадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг мини-гуруҳда олган хулосаларини бутун гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	14 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • моддий таъсирни “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS12: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • турли моддий муҳитларнинг мисоллари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS12) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ моддий таъсирнинг таърифи; ○ экстерьер ва интерьер, харидорларнинг ўзларини тутишларига уларнинг таъсири; ○ визуал омиллар, масалан ранг, ёритиш, униформа ва тақдимот; ○ эшитиш омиллари (музиқа/овоз); ○ сезиш омиллари (ҳид/таъм); ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига моддий муҳитнинг таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқитувчи қўриш, эшитиш таъсирларини, ҳид ва таъм билишни (сезишга оид) шарҳлаш мақсадида ўқувчиларга турли моддий муҳитларнинг мисолларини келтиради. • Гуруҳдаги муҳокама: ташкилот томонидан тақдим этилган моддий таъсир мижоз назарда тутган нарсани тасдиқлаши лозим. Болалар учун кўнгилочар тадбирларни уюштириш билан шуғулланадиган компания эркинроқ ёндашувдан фойдаланаётган бир пайтда, нима учун молиявий хизматлар кўринишидаги товар расмий шароитда тақдим этилиши керак? Ўқувчилар моддий элементларнинг ўзларининг товар ва хизматларни қандай қабул қилишларига таъсирини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: харидорларнинг ўзларини тутишларига моддий муҳитнинг таъсирини тадқиқ қилиш ва муҳокама қилиш учун ўқувчилар биргаликда иш олиб борадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="555 315 1219 432">• Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	15 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> жараёни “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатларидан бири сифатида тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> модулнинг спецификацияси. Ёзув тахтаси ва ручкалар. PS13: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS13) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг контекстидаги жараённинг таърифи ○ жараёнларнинг турлари ○ харидорнинг хатти-ҳаракатига жараённинг таъсири. ○ Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар товар ва хизматларни тақдим этишдаги турли жараёнларни санаб ўтадилар ва тадқиқ қиладилар. ○ Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўқитувчи томонидан берилган муайян контекстдаги турли жараёнларнинг самарадорлиги ва мақсадга мувофиқлигини муҳокама қиладилар. ○ Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар харидорнинг хатти-ҳаракатига жараённинг қандай таъсир этишини ўрганадилар. Ўқувчилар қуйидагиларни аниқлаш учун ташкилотни ўзларининг танловларига кўра ўрганадилар: <ul style="list-style-type: none"> ○ мижозлар кутиб қолишлари керакми? ○ улар етарли даражада хабардор этилганларми? ● керакли қурилмалардаги сайтлар етарли даражада тезкорми ва улардан фойдаланиш имкони мавжудми? ● инсонлар ёрдам бераяптиларми? ● хизмат кўрсатиш самарали тарзда амалга оширилаяптими? ● ходимлар нархни шаклланишига мос усул билан ўзаро ҳамкорлик қилаяптиларми? ● Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессиял Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	16 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “маркетинг-микс”нинг бирлашувини тушуниш.
-----------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS14: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарсни мустаҳкамлаш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS14) ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ “маркетинг-микс” мижозларнинг B2C, B2B ва B2G контекстидаги эҳтиёжларига қандай мослашиши мумкин; ○ 4P дан 7P га ўтиш; ○ маркетинг, ахлоқ ва корпоратив ижтимоий масъулият (КИМ) ўртасидаги алоқа; ○ маркетингдаги долзарб ва эҳтимолий ахлоқий муаммолар; ○ ташқи омиллар ва 7P ўртасидаги алоқа. • Гуруҳдаги муҳокама: маркетинг мослашувчан ёки белгиланган бўлиши лозимми? Ўқувчилар «мослашувчан микс»ни ва нима учун ташкилот уни мослаштириши кераклигини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар билан муҳокама қилиш учун саволлар: <ul style="list-style-type: none"> ○ қандай ташкилотлар/брендлар сизга ёқади? Нима учун? ○ ёмон томондан номи чиққан ташкилотни биласизми? Нима учун у ёмон нуфузга эга? ○ сиз ахлоқий сабабларга кўра сотиб олмайдиган товарлар мавжудми? Агар бор бўлса, улар қандай товарлар? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ўзининг КИМи билан таниш бўлган икки ёки учта глобал корхонани тадқиқ қиладилар ва маркетингга оид ахлоқ ҳамда КИМ ўртасидаги алоқани муҳокама қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: берилган контекстда 7P нинг қўлланилишини тадқиқ қилиш ва гуруҳ учун ҳисобот тайёрлаш мақсадида ўқувчилар биргаликда иш олиб борадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	17 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингга оид режаларнинг қандай ишлаб чиқилишини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси; • Ёзув тахтаси ва ручкалар; • PS15: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: маркетинг режаларининг янги мавзусига кириш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS15) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг режалари, маркетинг мақсадлари ва маркетинг стратегиялари ўртасидаги алоқа; ○ маркетингни режалаштириш жараёни (таҳлил қилиш, режалаштириш, жорий этиш, назорат қилиш) ва маркетинг стратегияси шарҳи; ○ мақсад ва вазифаларни белгилаб олиш; ○ маркетинг режаларини баҳолаш ва мониторинг қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: «Яхши маркетинг режанинг қиймати қандай?». Ўқувчилар жуфтликларда ўрганадилар, муҳокама қиладилар ва хулосаларини гуруҳга тақдим этадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар маркетинг жараёнини тадқиқ қиладилар ва стенд форматида тасвирлайдилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар самарали маркетинг режасида зарур бўлган асосий жиҳатларни идентификация қиладилар ва ўз хулосаларини гуруҳга тақдим этадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: маркетинг режа қанчалик муҳим?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари муस्ताқил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	18 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • маркетингнинг восита ва усулларини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси; • Ёзув тахтаси ва ручкалар; • PS16: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар; • AS1: бозор сегментлашувини аниқлаш учун саволлар; • кейс-стади материаллари.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: маркетинг режаларнинг янги мавзусига кириш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS16) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ бозор сегментлашуви ва мақсадли бозор танлови; ○ вазиятга оид таҳлилнинг восита ва усуллари; ○ маркетингга оид стратегияни яратиш ва манбаларни тақсимлаш; ○ назорат ва мониторинг чора-тадбирлари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: саволлар ва жавоблар сессияси: <ul style="list-style-type: none"> ○ бозор сегменти деганда нимани назарда тутилади? ○ бозор сегментлашувининг турли усуллари қандай? • Жуфликда бажариладиган машқлар: (TS1) ўқувчилар топшириқлар варағи бўйича саволларни бериш орқали ўз шерикларини билиб оладилар: <ul style="list-style-type: none"> ○ Оилангиз асосий харидларни қаерда амалга оширади? ○ Оилангиз бир ойда неча бор ноозиқ-овқат товарларини харид қилади? ○ Оилангизнинг ноозиқ-овқат товарларни харид қиладиган бешта энг севимли дўконлари қайсилар? ○ Оилангизда интернетга уланиш имконияти мавжудми? ○ Оилангиз қаерда яшайди? ○ Сиз қандай турдаги турар жойда яшайсиз? ○ Оилангиз ўз шахсий уйига эгами? ○ Оилангиздаги ёш тоифалари қандай? ○ Сиз ёки оилангиз спорт ва дам олишнинг қандай турлари билан шуғулланасизлар? ○ Мазкур маълумот уларга ўз шериклари ҳақида нимани англатади? Қандай ташкилотлар уларни ўз товар ва хизматларига йўналтирадилар?

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
	<ul style="list-style-type: none"> • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар кейс-стадиларининг тегишли материалларидан фойдаланиб, бозор сегментлашувини ташкилотга нисбатан қўллайдилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: аввалги машқ/муҳокамадан фойдаланиб мазкур бизнес учун мўлжалланган бозорни аниқланг. • Гуруҳдаги муҳокама: бозорнинг сегментлашуви қанчалик муҳим?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	19 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилотнинг умумий бизнес-мақсадларга эришиш учун “маркетинг-микс” (7P) элементларидан қандай фойдаланишини тушуниш ва стратегик маркетинг режасини ишлаб чиқиш ҳамда баҳолашни билиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси; • Ёзув тахтаси ва ручкалар; • 2- мустақил топшириқ қисқача йўриқнома.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: мустақил топшириқ семинари мавзусига кириш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи раҳбарлигидаги семинар: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2- мустақил топшириқ қисқача йўриқномага доир тарқатма материал; ○ баҳолашга нисбатан талабларнинг қисқа шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: <ul style="list-style-type: none"> ○ мустақил топшириқ қисқача йўриқнома ва топшириқларга тааллуқли, умумий масалалар ва муаммоларни ҳал этиш учун саволлар ва жавобларнинг очиқ сессияси; ○ академик талаблар ва топшириш форматининг шарҳи. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар саволларни ва мавҳум жиҳатларни муҳокама қиладилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар баҳоловчи машқни ёзишни бошлайдилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар баҳоловчи машқни ёзишда давом этадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс рақами	20 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилотнинг умумий бизнес-мақсадларга эришиш учун “маркетинг-микс” (7P) элементларидан қандай фойдаланишини тушуниш ва стратегик маркетинг режасини ишлаб чиқиш ҳамда баҳолашни билиш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • модулнинг спецификацияси; • Ёзув тахтаси ва ручкалар; • 2- мустақил топшириқ қисқача йўриқнома.
--------------------------	---

Калитлар: **MP:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (5 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: мустақил топшириқ семинари мавзусига кириш.
Асосий машқлар (170 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар баҳоловчи машқни ёзишда давом этадилар ва ўз муваффақиятларини ўқитувчи билан муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (5 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи баҳоловчи машқни топширишнинг якуний муддатини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар топшириш учун баҳоловчи машқни яқунлайдилар.

Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	1-модул: Маркетинг асослари
Дарс мақсад(лар)и	<p>A Маркетингнинг ролини ва унинг ташкилотни бошқа функционал бўлимлари билан ўзаро алоқасини тушуниш.</p> <p>B Умумий бизнес мақсадларга эришиш учун ташкилотлар томонидан маркетинг элементлари комплекси (7P) дан фойдаланиш йўлларини тушуниш.</p> <p>C Стратегик маркетинг режани ишлаб чиқиш ва баҳолашни билиш.</p>
Мустақил топшириқнинг номи	Маркетинг концепциялари ва ички муносабатлар, маркетинг стратегияси ва қўлланилиши
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилиш санаси	
Топшириш санаси	
Касбий сценарий ва контекст	<p>Сиз ташкилотдаги маркетинг бўлими раҳбари лавозимига даъвогарлик қилмоқдасиз [сиз кўрсатилган ташкилотдан ёки ўзингиз танлаган ташкилотдан, агар зарур бўлса, ўз иш жойингиздан фойдаланишингиз мумкин] ва суҳбат жараёнида маркетинг концепциясини, шунингдек ташкилотдаги унинг ўрнини муҳокама қилишингиз лозим. Кейин сиз маркетингнинг бизнесдаги бошқа вазифалар билан қандай ўзаро боғлиқлигини тадқиқ қиласиз.</p>

1-топшириқ	<ul style="list-style-type: none"> • Сиз интервьюнинг бир қисми сифатида 10 дақиқалик тақдимотни кўрсатишингиз лозим. Тақдимотингиз қуйидагиларни қамраб олиши керак: <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг концепцияси мавзусига кириш, жумладан жорий ва келажакдаги ғоялар. 2. Турли маркетинг жараёнларининг шарҳи. 3. Ташкилот контекстида маркетинг бўйича менежернинг вазифа ва масъулиятини тушунтириш. 4. Ташкилотнинг бошқа функционал бўлинмаларига маркетингнинг таъсири ва улар билан ўзаро алоқаси таҳлили. 5. Маркетинг тутган ўриннинг аҳамияти ва муҳимлигининг ташкилот контекстидаги таҳлили. 6. Турли функционал бўлимлар ўртасидаги самарали ўзаро алоқа мавжудлигининг аҳамиятини умумлаштирувчи хулосалар.
Далилларнинг зарурий рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Тақдимот слайдлари. • Спикернинг қайдлари.

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонга эришиш учун сиз нимага қодирлигингизни кўрсатишингиз лозим:
A.P1	Маркетинг функциясининг роли ва мажбуриятларини таҳлил қилинг.
A.P2	Маркетингнинг роли ва вазифалари ташкилотнинг кенгроқ шароити билан қандай ўзаро боғлиқлигини тушунтиринг.
A.P3	Маркетинг ва ташкилотнинг бошқа функционал бўлимлари ўртасидаги ўзаро боғлиқликнинг аҳамиятини таҳлил қилинг.

<p>Касбий сценарий ва контекст</p>	<p>Сиз 1-топшириқда фойдаланилган ташкилотнинг маркетинг бўйича янги раҳбари этиб тайинландингиз.</p> <p>Сиз олдингизга қўйган биринчи мақсад – рақобатни таҳлил қилиш ва ташкилот учун маркетингга оид мақсадларни тарғиб қилиш учун ўз натижаларингизга асосланган маркетинг режасини ишлаб чиқиш.</p>
<p>2-топшириқ</p>	<p>Мустақил топшириқ икки қисмдан иборат:</p> <p>А қисми</p> <p>Айнан битта рақобатли бозордаги икки турли ташкилотнинг 7P “маркетинг-микс” нинг турли элементларини қандай қўллашини солиштиринг. Бу маркетинг жамоаси учун қисқача йўриқномангга оид ҳужжат сифатида тақдим этилади.</p> <p>Қисқача йўриқномангга оид ҳужжатда танлаб олинган икки ташкилотга тааллуқли бизнес-мақсадларга эришиш учун “маркетинг-микс”нинг қандай қўлланилиши аниқланади. Ўтказилган тадқиқот вазиятга оид таҳлилингизнинг асоси бўлиб хизмат қилади ва сизга қиёслаш натижаларига асосан ташкилотингиз учун маркетингга оид мақсад ва вазифаларни шакллантириш имконини беради.</p> <p>В қисми</p> <p>Маркетингга оид мақсад ва вазифаларни бажариш учун маркетинг режасини тузинг. Маркетинг режаси 7P “маркетинг-микс” нинг барча элементларини, тактик ҳаракатлар режасини, ривожланишни мониторинг қилиш ва баҳолаш учун тадбирларни, мақсад ва вазифаларга эришишни ўз ичига олиши лозим.</p>
<p>Тасдиқлашнинг зарурий рўйхати</p>	<p>Бажарилган маркетинг режаси.</p> <p>Маркетинг режасининг мақсад ва вазифаларини қўллаб-қувватлаш учун вазиятга оид таҳлилни тадқиқ қилиш ҳақида қисқача йўриқноманг ҳужжати. Тадқиқотларингизда Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланиш лозим.</p> <p>Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланиш билан боғлиқ библиография.</p> <p>Сўзларнинг тавсия этилган чегараси 1000–1500 сўздан иборат, лекин сўзларнинг умумий чегарасидан ошиб кетсангиз ҳам жазоланмайсиз.</p>

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонга эришиш учун сиз нимага қодирлигингизни кўрсатишингиз лозим:
V.P1	Бизнес-мақсадларга эришиш учун режалаштириш жараёнида комплекс ҳаракатларни қўллашда турли ташкилотлар фойдаланадиган усулларни солиштиринг.
V.P2	Бизнес-мақсадларга эришиш усулларини намойиш этиш учун ташкилотлар томонидан қўлланиладиган турли тактикаларни баҳоланг.
C.P1	Умумий маркетинг мақсадларга эришиш учун 7P дан тактик фойдаланиш орқали стратегик маркетинг режани ишлаб чиқинг ва баҳоланг

Мустақил топшириққа ёрдам бериш учун маълумот манбалари	
Мазкур мустақил топшириққа илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	

2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари

Ўқув қўлланма

Модул билан танишиш

Мазкур модулнинг мақсади – ўқувчиларда Ўзбекистонда республика даражасида ва бутун дунёда фойдаланиладиган маркетингга оид алоқа воситалари ва техникалар тўғрисидаги билим ва тушунчаларни ривожлантиришдан иборат. Ўқувчилар энг муҳим назарияларни ва асосларни ўрганадилар ҳамда уларни реал мисоллар билан, жумладан, ўзлари кундалик ҳаётларида тўқнаш келишлари мумкин бўлган маркетингга оид алоқалар билан боғлашлари мумкин бўлади.

Сиз ўқувчиларни турли ташкилотларнинг маркетингга оид алоқаларини кўриб чиқишга ва уларнинг ўз алоқа мақсадларига эришиш учун турли маркетинг каналларидан қандай фойдаланишларини тушунишга ундашингиз лозим бўлади. Амалиёт нуқтаи назаридан ўқувчилар ўз танловларига кўра ташкилот учун алоқавий мақсадларни ишлаб чиқа олишлари, канал ва алоқавий мақсадларга мос келадиган контентни ишлаб чиқиш ҳамда ишлаб чиқаришни билишлари лозим. Шунингдек, улар алоқавий стратегияни, канал танловини ва ижодий контентни баҳолай олишлари керак бўлади.

Ўқувчиларга модулни билишлари ва тушунишларини намоиш этишлари учун турли ташкилотларни ҳамда уларнинг маркетингга оид алоқаларини тадқиқ қилиш ва муҳокама қилишлари учун кўплаб имкониятлар тақдим этилиши зарур.

Мазкур модулни яқунлаш учун ўқувчиларингизга интернет, журналлар ва китобларни ўз ичига оладиган бир қатор тадқиқот материалларидан фойдаланиш имконияти тақдим этилиши лозим.

Сиз мазкур модулда ўқитишнинг турли усулларидадан фойдаланишингиз мумкин, масалан:

- муҳокама – маркетингга оид алоқалар, уларнинг турли ташкилотларда қўлланилиши ва уларнинг муҳимлигини синфда ва кичик гуруҳларда муҳокама қилиш;
- мустақил ва гуруҳли тақдимотлар – маркетингга оид алоқаларни ва ташкилотнинг муваффақияти ва муваффақиятсизлиги билан боғлиқлигини қамраб олади;
- кейс-стадилар ва видеоклиплар – бизнесдаги маркетингга оид алоқаларни тасвирлайди;
- маркетингга оид алоқаларга тааллуқли бўлган ОАВ материаллари ва журналлардаги мақолалар;
- интернет – маркетингга оид алоқаларга доир суҳбатлар ва видеороликлар.

Гуруҳлардаги машқ ўқитишнинг мақбул шакли ҳисобланади, бироқ сиз ҳар бир ўқувчи баҳолаш учун етарли даражадаги ўзининг шахсий далиллари тақдим этаётганига ишонч ҳосил қилишингиз лозим.

Ўқитиш мақсадларига эришиш

А – ўқитиш мақсади учун ўқувчиларнинг турли маркетинг каналларини ва уларнинг алоқавий мақсадларга хизмат қилишини тушунишлари муҳим ҳисобланади. Сиз ўқувчилардан ўзларининг маркетингга оид алоқалар соҳасидаги билимларини муҳокама қилишлари ва ўз ғояларини синф билан ўртоқлашишлари учун кичик гуруҳларда ишлашларини сўрашингиз мумкин.

Ўқувчиларга турли ташкилотлар учун маркетингга оид алоқалар тўғрисидаги ва уларнинг ташкилотга қандай таъсир этиши мумкинлиги тўғрисидаги билимларини ўртоқлашишни таклиф этиш орқали мавзунини очиб беринг. Тармоқда бир қатор ташкилотлар учун маркетингга оид алоқаларни тасвирлаб берадиган маркетинг алоқаларининг кўплаб мисоллари мавжуд. Гуруҳли баҳс-мунозараларни ўтказиш учун мавзуга оид тадқиқотлардан ва сценарийлардан ҳам фойдаланиш мумкин. Муҳокама қилиш ва ўз шахсий мисолларини қўшишларига имконият бериш мақсадида синфга самарали ва самарасиз маркетингга оид алоқаларнинг мисолларини келтириш лозим.

Маркетингга оид алоқаларни муҳокама қилиш учун маҳаллий ва миллий корхоналардан спикерлар таклиф этилиши мумкин. Ўқувчиларга спикерлар келгунига қадар маркетингга оид алоқалар ва уларнинг ташкилотга қандай фойда келтириши мумкинлиги ҳақида саволлар тайёрлаш топшириғи берилиши лозим. Бу ўқувчиларнинг мазкур фаолиятдан максимал натижа олишларини кафолатлаши керак бўлади.

В ва С ўқитиш мақсадлари учун ўқувчиларнинг ташкилот учун маркетингга оид алоқаларни ишлаб чиқа олишларига, шунингдек каналга ва мазкур алоқавий мақсадларга мос келадиган контентни ярата олишларига ишонч ҳосил қилинг. Ўқувчиларни ташкилотлар учун яхши маркетингга оид алоқаларнинг кадр-қимматиини мустақил ўрганишларига ва ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашишларига унданг.

Ўқувчиларга ўзларининг шахсий маркетингга оид алоқаларини ишлаб чиқишларидан аввал маркетингга оид алоқаларни тадқиқ қилиш имкониятини берадиган кейс-стадилар тақдим этилиши мумкин.

D – ўқитиш мақсади учун ўқувчиларнинг ўз индивидуал танқидий баҳолашларини яқунлашларидан аввал танқидий баҳоланишни амалиётда ўтаганларига ишонч ҳосил қилинг.

Баҳолашга доир қўлланма

Мазкур модул бир қатор мустақил топшириқлар орқали ўқитадиган ташкилотнинг ичида баҳоланади. Ҳар бир топшириқ ҳеч бўлмаганда битта ўқитиш мақсадини қамраб олиши лозим. Ўқитиш мақсадининг мезонларга кўра топшириқларга ёки қуйи топшириқларга бўлинмасдан бутунича баҳоланиши муҳим ҳисобланади.

Барча ўқувчилар тасдиқланиши мумкин бўлган шахсий далилларини мустақил тарзда ишлаб чиқишлари лозим. Алоҳида тадқиқотлар билан бирга келадиган алоҳида ёзма ҳисоботлар далилларнинг асосий манбалари бўлиши мумкин.

Модулнинг бошланиши

Сизга модулни ўрганишнинг битта усули учун бошланғич нуқта берилади. У спецификацияда келтирилган, тавсия этилган баҳолашга нисбатан ёндашувга асосланган.

2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари

Кириш

Ўқувчиларни гуруҳли муҳокама ёрдамида модул билан таништиришдан бошланг. Бу уларнинг ўзлари фаолият юритадиган ташкилотларидаги қарор қабул қилиш жараёнига тааллуқли бўлган модулни ўқитиш мақсадларининг баёни билан биргаликда келиши мумкин.

А – ўқитиш мақсади: Маркетингнинг турли ёндашувлари ва уларнинг коммуникация мақсадларига хизматини ўрганиш

- Сиз ўқувчилардан улар «маркетингга оид алоқалар» атамасини қандай тушунишлари ҳақида ўйлаб кўришларини сўрашдан бошлашингиз мумкин.
- Ўқувчилардан навбатдаги «Маркетингга оид алоқалар ва уларнинг мижозлар ҳамда ташкилотга таъсири» мавзусини муҳокама қилишларини сўранг. Маркетингга оид алоқалар ва уларнинг турли ташкилотларда қўлланилиши борасидаги муҳокамани қўллаб-қувватлаш учун ўқувчиларнинг мисолларидан фойдаланинг.
- Мижозларнинг эътиборларини жалб этиш, уларда ўзаро боғлиқлик, идрок этиш ва содиқлик ҳисларини шакллантириш учун брендларни тарғиб қилиш ва ривожлантиришдаги маркетингга оид алоқаларнинг тутган ўрни ҳақида гуруҳда муҳокама ўтказинг.
- Ўқувчилардан болалар учун реклама ва «pester power» (боланинг ота-онасидан бирор нимани сотиб олиб беришларини сўрай олиш қобилияти), сотувлар чоғида босим ўтказиш усуллари, «greenwash» (ҳалокатли фаолиятни яшириш, сир сақлаш ёки камайтириб кўрсатиш мақсадида атроф-муҳитга нисбатан ёлғон ёки чалкаштирувчи дўстона муносабат) ва махфийлик каби маркетингга оид алоқалардаги ахлоқий масалаларга доир ўзларининг фикрлари билан ўртоқлашиш учун кичик гуруҳларда иш олиб боришларини сўранг.

В – ўқитиш мақсади: Коммуникация мақсадларини ривожлантира олиш

С – ўқитиш мақсади: Коммуникация мақсадлари ва каналига мос контентни ишлаб чиқиш ва ривожлантиришнибилиш

- Алоқа мақсадлари ва алоқа каналлари ўртасидаги ўзаро боғлиқлик мавзусига кириш. Ўқувчилардан ўзлари биладиган баъзи товар ва хизматларни айтиб беришларини сўранг ва уларни тарғиб қилиш учун фойдаланиладиган каналларни муҳокама қилинг. Булар ўқувчиларга таниш бўлган ҳар қандай товар ва хизматлар бўлиши мумкин.
- Ташкилотнинг умумий муваффақиятига мазкур товар ва хизматларни сотиш учун фойдаланиладиган каналларнинг қандай кўмаклашиши тўғрисида муҳокама ўтказинг. Натижаларни синф билан муҳокама қилинг.
- Синфда ўқувчилар маркетингга оид интеграцион (қисмлари жамланган) алоқалар ва муваффақиятли маркетинг учун унинг аҳамиятини муҳокама қилишда иштирок этишлари мумкин.
- Ўқувчилардан ташкилот учун алоқавий мақсадлар ҳақидаги ғояларини ўртоқлашишларини ва синф билан ўртоқлашиш мумкин бўлган мисолларнинг рўйхатини тайёрлашлари учун жуфтликларда иш олиб боришларини сўранг.
- Тўғри алоқа каналларидан фойдаланиш ташкилотга ўзининг маркетингга оид мақсадларига эришишида қандай ёрдам бериши мумкинлиги тўғрисида муҳокама ўтказинг.
- Маркетингга оид алоқаларни муҳокама этиш учун спикерлар таклиф этилиши мумкин. Ўқувчилар унга маркетингга оид алоқалар ва улардан спикернинг ташкилотида қандай фойдаланилиши тўғрисида саволлар беришлари мумкин бўлади. Спикер тегишли мисолларни келтириш орқали ўзининг ташкилотида маркетингга оид алоқалардан қандай фойдаланилишини тушунтириб бериши мумкин.

D – ўқитиш мақсади: Коммуникацион стратегияни баҳолай олиш, канал ва ижодий контентни танлаш

- Ўқувчилар бир қатор ташкилотларнинг алоқага оид стратегияларини, каналлар танловини ва ижодий контентни баҳолаш учун кичик гуруҳларда иш олиб борадилар. Мазкур ташкилотлар тижорий ёки нотижорий бўлишлари мумкин (масалан, ҳайрия ёки нодавлат ташкилотлари).
- Ўқувчилар ўзларининг баҳоланувчи ҳисоботлари учун мос келадиган кейс-стадини ўрганишлари лозим бўлади. Ўзларининг дастлабки мулоҳазалари билан ўртоқлашиш, кейин эса ўз хулосаларини синфга тақдим этиш учун ўқувчилар жуфтликларда ёки кичик гуруҳларда иш олиб боришлари мумкин.
- Ҳар бир ўқувчи алоқага оид стратегияни, канал танловини ва ижодий контентни ўз ичига оладиган кейс-стадини танқидий таҳлил қилиш қобилиятини намоён этиш учун мустақил ҳисоботни баҳолаш учун тақдим этиши лозим. Ўқувчиларнинг баҳолаш учун ўз ҳисоботларини ёзишга киришишларидан аввал турли ташкилотларнинг маркетингга оид алоқаларини ўрганиш ва танқидий таърифни амалда синаб кўришлари учун кўплаб имкониятларга эга бўлишлари муҳим ҳисобланади.

ВТЕС нинг бошқа модулларига ва малакаларга ҳаволалар

Ресурслар

Китоблар

BAKER, M, J. (2014) *Marketing Strategy and Management*, 5th Ed. London: Palgrave Macmillan

BLYTHE, J, (2013) *Principles and Practice of Marketing: Edition 3*, Sage

BRASSINGTON, F. and PETTITT, S. (2012) *Essentials of Marketing*, 3rd Ed. Harlow: Pearson

CLOW, K. and BAACK, D. (2013) *Integrated Advertising, Promotions and Marketing Communications* (Global edition), 6th Ed. Harlow: Pearson

GROUCUTT, J. and HOPKINS, C. (2015) *Marketing* (Business Briefings), London: Palgrave Macmillan

HACKLEY, C. (2010) *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Approach*, 2nd Ed. London: Sage Publications

Журналлар

Journal of Marketing

Веб-сайтлар

www.ted.com/topics/marketing

TED – бу 100 дан ортиқ тиллардаги, одатда қисқа (18 дақиқадан кўп бўлмаган), кучли нутқлар шаклидаги, турли мавзуларга доир ғояларни тарқатиш билан шуғулланадиган нодавлат ташкилот.

www.youtube.com/playlist?list=PLfwoaiiezPT-E9gcZ6AV1et2hcd92J21C

«Маркетинг бўйича ўқитувчи» ўқувчилар, ўқитувчилар ва маркетинг бўйича мутахассислар учун маркетинг ва менежментга доир бир қатор бепул видеороликларни таклиф этади.

Pearson ташқи интернет-сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайтни синфда фойдаланишдан аввал, URL-манзилнинг ҳамон аниқ, ишончли ва ўринли эканига ишонч ҳосил қилиш учун ўқитувчилар томонидан кўриб чиқилиши муҳим ҳисобланади. Биз ўқитувчиларга фойдали веб-сайтларни танланган саҳифаларда сақлашни ва ўқувчиларга мактаб / коллежнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга рухсат беришларини маслаҳат берамиз.

Иш схемаси

Модул	Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Ўқув соатлари	60
Дарслар сони	20
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	1-модул: Маркетинг асослари 3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг

Ўқитиш учун калитлар			
ЁМТ	Ёзма мустақил топшириқ	ММ	Материални мустаҳкамлаш
ТЭС	Таклиф этилган спикер	Т	Ташриф
МЎ	Мустақил ўқитиш	ИТ	Иш тажрибаси

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	Маркетингга оид алоқалар ва уларнинг ташкилотнинг ичидаги ҳамда ташқи манфаатдор томонлар, айниқса, мижозлар учун муҳимлигини аниқлаш.	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетингга оид алоқаларнинг мақсадлари ва уларнинг бизнесга нисбатан муносабатлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ манбаларнинг қийматини ошириш ва улардан максимал фойдаланиш учун нега алоқа интеграцияланган бўлиши лозим ○ маркетинг ва корпоратив алоқа ўртасидаги боғлиқлик. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетингга оид алоқаларга нисбатан турли таърифлар ва ёндашувларни муҳокама қилиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ ташкилотлар ва уларнинг бизнес-мақсадлари учун маркетингга оид алоқаларнинг аҳамиятини баҳолаш; ○ манбалардан самаралироқ фойдаланиш, шунингдек бизнеснинг самарадорлигини ошириш учун маркетингга оид алоқаларнинг ёндашувини тадқиқ қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини тузадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
2	Маркетингга оид алоқалар доирасида турли манфаатдор томонлар билан таништириш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ички ва ташқи таъминотчилар – молия, бренд-менежерлар, ҳисоб ёзувларини бошқариш, агентликлар, дизайнерлар ва маслаҳатчилар: <ul style="list-style-type: none"> ○ алоқага оид амалиётларнинг қийматини максималлаштириш учун вазифалараро муносабатлар ўрнатишнинг муҳимлиги. • Гуруҳдаги машқ: маркетингга оид алоқаларга нисбатан турли хил ёндашувлар ёрдамида манфаатдор томонлар билан ўзаро боғлиқликни тадқиқ қилиш. • Гуруҳдаги муҳокама: вазифалараро муносабатлардан самарали фойдаланиш эвазига маркетингга оид алоқаларнинг қийматини максималлаштириш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	А – ўқитиш мақсади: Маркетингнинг турли ёндашувлари ва уларнинг коммуникация мақсадларига хизматини ўрганиш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: брендингнинг устунликлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ ранглар ва белгилар брендни яратиш воситалари сифатида; ○ маркетингга оид алоқалар ва брендинг нуфузи – брендинг таниқлилиги, бренд билан ўзаро боғлиқлик, идрок этиш, мижозларнинг содиқлигининг шаклланиши. • Гуруҳларда машқлар: брендинг ривожланишида ва уни тарғиб қилишда маркетингга оид алоқаларнинг тутган ўрни ҳақидаги турли илмий нашрларни тадқиқ қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар брендингнинг бизнесга келтириши мумкин бўлган эҳтимолий устунликларини ўрганадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: брендингнинг ҳар хил турлари ва воситаларининг самарадорлиги. • Гуруҳлардаги тадқиқот машқи: муайян мисолларни тақдим этган ҳолда бренд нуфузининг параметрларини ўрганиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
4	Корпоратив шахснинг фирма услубини, фирма услуби ва корпоратив имижни ишлаб чиқиш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: корпоратив алоқанинг мақсадларини аниқлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ корпоратив алоқаларнинг ҳажмлари – белгилари ва хатти-ҳаракат тарзи, уларнинг маркетинг ва бошқарув алоқалари билан боғлиқлиги. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: фирма услубини, бренднинг индивидуаллигини ёки ишга оид имижни қандай яратиш мумкин ва истеъмолчиларда бренд тўғрисида қандай қилиб кучли таассурот қолдириш мумкин? • Жуфликда бажариладиган машқлар: реал вақт мобайнида турли вазиятлардаги корпоратив мулоқотнинг турли жиҳатларини ва унинг мақсадларини тадқиқ қилиш. • Ўқувчилар натижаларни синфда муҳокама қиладилар ва флипчартдан фойдаланган ҳолда асосий жиҳатларини ажратиб оладилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Флипчарт.</p> <p>Корпоратив мулоқот ва унинг мақсади ҳақидаги кейс-стадилар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
5	Сегментлашувни, мақсадга йўналтиришни ва ўрин тутишни қўллаш (STP)	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мўлжалланган аудитория учун мос келадиган маркетингга оид мулоқотлар каналларини танлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ бу каби ёндашув қандай қилиб якуний фойдаланувчи учун маркетингга оид алоқаларнинг (мақсадларга эришиш) қийматини таъминлаган ҳолда уларнинг ташкилот учун самарадорлигини максималлаштиришини намойиш этиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар маркетингга нисбатан сегментлашувга, мақсадга йўналтиришга ва ўрин тутишга асосланган турлича ёндашувларнинг таъсирини солиштирадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: турли хил алоқа каналларининг ўринлигини ва уларнинг бизнеснинг ҳар хил турлари учун аҳамиятини муҳокама қилиш. • Гуруҳларда машқлар: кейс-стадидан фойдаланган ҳолда, ўқувчилар маркетингга оид алоқаларнинг самарадорлигини максималлаштириши ва якуний фойдаланувчи учун қийматини ошириши мумкин бўлган ёндашувларни тақдим этадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Маркетингга оид алоқаларнинг самарадорлигини қандай максималлаштириш тўғрисидаги мавзуга оид тадқиқотлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
6	Истеъмолчининг хатти-ҳаракатини тушуниш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: когнитив назариянинг асослари, масалан, шахсият, идрок этиш, ўқитиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ қарорлар қабул қилиш жараёни – муаммоларни аниқлай олиш, маълумотни излаш, муқобил баҳолаш, харид ҳақидаги қарор ва хариддан кейинги баҳолаш; ○ мижозлар томонидан қарорлар қабул қилиниши – жалб этилганликнинг юқори ва паст даражаси ҳамда интеграцион (қисмлари жамланган) маркетингга оид алоқаларнинг (IMC) мазкур жараёнда тутган ўрни. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар брендингга доир реклама тадбирлари ва кампанияларини ўрганадилар, шунингдек қўлланиладиган когнитив назарияларни аниқлайдилар ва улар билан боғлиқ қарорлар қабул қилиш жараёнини ажратиб кўрсатадилар • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозлар томонидан қарорлар қабул қилиниши, шунингдек уларнинг харид пайтида нималарни афзал кўришларини аниқлаб берадиган омиллар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: IMC нинг аҳамиятини аниқлаш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
7	Маркетинг ва бизнесга оид топшириқларга асосан алоқавий мақсадларни белгилаб олиш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: алоқавий ва бизнес-мақсадларнинг товарнинг ҳаётий цикли билан боғлиқлиги – жорий этиш, ўсиш, етуклик ва инқироз/қайта тикланиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ кўп каналли стратегияни ишлаб чиқиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – маркетинг ва бизнесни ҳис этиш нуқтаи назаридан алоқавий мақсадларнинг асосини аниқлаш. • Гуруҳларда машқлар: товар ҳаётий циклининг тўртта босқичи билан алоқа ва ишга оид мақсадни аниқлаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: кўп каналли стратегияни тушуниш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
8	Бюджетлашнинг IMC да тутган ўрнини тушуниш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ички ва ташқи бюджетларга таъсир этувчи ва уларни белгилаб берувчи омиллар. Ички ва ташқи манфаатдор томонлар билан ишлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ бюджетни тузиш ва IMC кампаниясининг жадвалини тузиш ўртасидаги боғлиқлик. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар IMC да бюджетни тузишнинг муҳимлигини ўрганадилар ва бюджетга таъсир этадиган турли ички ва ташқи омилларни муҳокама қиладилар: <ul style="list-style-type: none"> ○ бюджетни тузиш ва IMC кампаниясининг жадвали ўртасидаги алоқани ўрнатиш. • Гуруҳли тақдимот: бизнес-мақсадларга эришиш учун IMC устунликларидан бизнеснинг қандай фойдаланишини муайян мисоллар орқали ўрганиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ бизнес-IMC томонидан таклиф этиладиган кейс-стади/видеодан фойдаланган ҳолда, ўқувчилар IMC ни ишга туширишда тўқнаш келадиган муаммоларни тақдим этадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>IMC нинг кўзда тутилган бизнеси учун кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
9	Алоқаларни режалаштириш жараёнини ўрганиш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ алоқалар жадвали ва режасини тузиш; ○ канал танлови ва унинг асосланиши; ○ интеграциянинг тутган ўрни; ○ SMART мақсадларини аниқлаш ва улардан фойдаланиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар алоқа жараёнлари ва режалаштиришнинг турли назариялари ва ёндашувларини баҳолаш тўғрисидаги журнал мақолаларининг шарҳини амалга оширадилар: <ul style="list-style-type: none"> ○ ўқувчилар кейс-стадилардан, масалан, Coca-Cola, Starbucks, Red Bull лардан фойдаланиб, самарали алоқа каналини танлаш ва асослаш учун параметрлар тўғрисида тақризлар берадилар. • Гуруҳларда машқлар: муайян товар/хизмат учун алоқага оид режани тузиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: интеграция ва SMART-мақсадлар жараёни. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Алоқа жараёнларини режалаштиришга нисбатан турли назариялар ва ёндашувларни баҳоловчи мақолалар.</p> <p>Самарали алоқа каналлари тўғрисидаги кейс-стадилар.</p> <p>Алоқа режаси учун фаоллик варағи.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	Маркетингга оид алоқалар ҳамда иш режаларини мониторинг қилиш ва баҳолашнинг муҳимлиги	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетингга оид алоқаларнинг режасини ўлчаш/баҳолаш усуллари: <ul style="list-style-type: none"> ○ ўлчаш ва баҳолашнинг умумий маркетинг ва бизнес-мақсадлар ҳамда стратегиялар билан боғлиқлиги. • Гуруҳдаги муҳокама: маркетингга оид алоқалар режаларини ва турли амалиётларни назорат қилиш ва баҳолаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: кейс-стадилардан фойдаланиб, маркетинг алоқаларининг режалари бўйича самарадорликни баҳолашнинг аҳамиятини ўрганиш. • Гуруҳлардаги тадқиқот машқлари: бизнес-мақсадларни, корпоратив стратегияларни ва маркетингга оид ташаббусларни ўлчаш ҳамда баҳолаш ўртасидаги алоқани тадқиқ қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Маркетингга оид алоқалар режаларининг самарадорлигини баҳолашга доир кейс-стадилар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
11	Рекламанинг турли шакллари ва турларини аниқлаш, масалан умумий, товар, бренд, корпоратив, кооператив ва эксперт турлари.	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ОАВ даги турли реклама каналларини аниқлаш – телевидение, кино, радио, босма маълумот, ташқи реклама, онлайн (жумладан, мобиль): <ul style="list-style-type: none"> ○ В2С ва В2В рекламаларини таққослаш ва қарама-қарши қўйиш; ○ ижодкорликнинг рекламада тутган ўрни. • Викторина машқи: ўқувчилар шиорлар ва турли товарлар/хизматларнинг тасвирларидан иборат брендларни танлаб оладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: рекламанинг турлари ва шакллари. • Жуфликда бажариладиган машқлар: турли реклама медиа-каналларини сарф-харажатларнинг, қамраб олишнинг, конверсия коэффициентининг ва инвестицияларни ўз-ўзини қоплашининг турли жиҳатлари бўйича баҳолаш. • Гуруҳларда машқлар: реклама агентлигининг тузилмаси қандай ишлайди ва унинг тутган ўрни қандай. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Услуглар, шиорлар, тасвирлар ва брендларга доир викторина.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
12	Турли реклама медиаканаллари	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ ижодкорликнинг рекламада тутган ўрни; ○ реклама ва ИМС; ○ реклама иш тартибининг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: истеъмолчиларнинг катта қўламини бизнесга жалб этиш учун реклама медиаканаллари, шунингдек рекламадаги ижодий ёндашувнинг аҳамияти. • Гуруҳларда машқлар: амалиётдан олинган мисоллардан (Coca-Cola, Nike, Red Bull) фойдаланган ҳолда, реклама назарияларини, туб моҳиятини ва ИМС режаларини тадқиқ қилиш. • Гуруҳли тақдимот: рекламадаги тартиб ва қонунийликнинг асосий жиҳатлари. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Реклама ва ИМС режаларининг назарияси ҳамда амалий иловаларининг мавзуга оид тадқиқотлари.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
13	Сотувларни тарғиб қилишни тушуниш	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: сотувларни тарғиб қилишнинг мақсадлари – бозорда тарқатилишнинг кўпайишини, мижозларнинг содиқлигини ривожлантиришга эришишни текшириш имконияти: <ul style="list-style-type: none"> ○ сотувларни тарғиб қилишнинг ривожланишига таъсир этган омиллар; ○ истеъмолчиларни рағбатлантириш – пулли рағбатлар, масалан, купонлар ва ваучерлар, реклама тадбирлари, масалан, синаш нусхалари; ○ ишга оид тадбирлар – нархларнинг пасайиши, янгилари эвазига эски акцияларни қайтариб олиш, дилерлар учун реклама тадбирлари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: реклама тадбирлари ва улар билан боғлиқ омиллар. • Гуруҳлардаги тадқиқот машқлари: бизнесдаги сотувни тезлаштирувчи, истеъмолчиларни тарғиб қилишининг турли усуллари, ўқувчилар қайта алоқа учун муайян мисолларни келтирадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотиш ва ІМС ни рағбатлантиришнинг, шунингдек сотувларни тарғиб қилиш билан боғлиқ тартибга солувчи омилларнинг долзарблигини баҳолаш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
14	Ташкилотга нисбатан жамоавий, ички ва ташқи муносабатларнинг мақсадлари	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: жамоавий муносабатларнинг ҳар хил турлари (PR): <ul style="list-style-type: none"> ○ ички – компания тўғрисида маълумот (онлайн, қоғозда), ижтимоий тадбирлар, маслаҳатлар, тақдимотлар; ○ жамоатчилик билан алоқа – корпоратив реклама, корпоратив сайтлар, ижтимоий тармоқлар, ҳар йили ўтказиладиган тадбирлар, лоббилаш ва ҳомийлик; ○ медиа – медиатўпламлар, пресс-релизлар, VNR, веб-сайтлар, интервьюлар; ○ маркетинг – товарни жойлаштириш, товар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар жамоатчилик билан алоқанинг ҳар хил турларининг мақсадларини тадқиқ қиладилар, PR воситаларидан фойдаланишнинг турли мисоллари учун мақсад ва вазифаларни аниқлайдилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: инқирозга қарши бошқарувнинг аҳамияти. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар</p> <p>PR воситалари тўғрисидаги кейс-стадилар</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
15	Ҳомийлик турлари – ҳодисалар ва боғловчи сабаблар	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг ва B2C ҳамда B2B корпоратив алоқалари нуқтаи назаридан ҳомийлик мақсадларини аниқлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ ҳомийликнинг/ҳомийликдаги ва IMC даги ижодкорликнинг тутган ўрни. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетинг ҳамда B2C ва B2B корпоратив алоқалар нуқтаи назаридан ҳомийликнинг ҳар хил турлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ ақлий ҳужум – ҳомийликнинг афзаллик ва камчиликлари. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ҳомийлик, масалан бутун дунё бўйича спорт тадбирларига ҳомийлик тўғрисидаги кейс-стадини кўриб чиқадилар ва баҳолайдилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ижодкорликнинг тутган ўрнини ҳомийлик ва IMC учун долзарблик доирасида қўллаш мақсадидаги машқ. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Ҳомийлик тўғрисидаги кейс-стадилар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

16	Бевосита сотувлар ва шахсий сотувлар	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ бевосита маркетинг усулларини аниқлаш – бевосита реклама, телемаркетинг, бевосита почта тарқатмаси, ижтимоий тармоқлар; ○ маълумотларнинг сақланиш жойи ва маълумотларнинг интеллектуал таҳлили – бевосита маркетингда маълумотлардан фойдаланиш (клуб хариталари); ○ сотишнинг шахсий жараёни – режалаштириш, муносабатларни йўлга қўйиш, мижозларнинг эҳтиёжларини тушуниш, сотувларнинг ёпилиши ва назорат қилиш. • Гуруҳли тақдимот: бизнеснинг сотувлари ҳажмини тезлатадиган бевосита маркетинг ёндашувларидан фойдаланишни кўрсатиш учун кейс-стади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: турли бизнес-омилларни ва сотиш кўрсаткичларини яхшироқ тушуниш учун маълумотларни сақлаш жойи ҳамда маълумотларнинг интеллектуал таҳлили тўғрисидаги мулоҳазалар. • Мустақил бажариш учун машқ: шахсий сотувлар ва реал келишувлардан фойдаланиш билан боғлиқ босқичларнинг муҳимлигини баҳолаш учун ўқувчилар кузатувларини ёзиб борадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Бевосита маркетингдан фойдаланиш тўғрисидаги кейс-стади.</p> <p>Келишувлар ҳақидаги кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>
----	--------------------------------------	---	--	--

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
17	Кўргазмалар, ярмаркалар ва реклама тадбирлари	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: муносабатларни ўрнатиш, мижозларнинг содиқликларини ривожлантириш, етакчи сотувларни шакллантириш, компания имижини мустаҳкамлаш, товарларни сотиш, брендни мустаҳкамлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ мерчандайзингга оид фаолият ва мерчандайзингнинг мақсадини аниқлаш. • Гуруҳдаги муҳокама: кўргазма ва ярмаркаларнинг ҳар хил турлари, маркетинг самарадорлигининг бир нечта параметрлари, шунингдек, мижозлар билан ўзаро муносабатлар асосида аттестациядан ўтказиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мерчандайзинг тактикасининг ҳар хил турларини тадқиқ қиладилар ва уларнинг мақсадларини аниқлайдилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
18	Ижтимоий тармоқлар ва IMC нинг тутган ўрни	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ижтимоий тармоқларнинг IMC га таъсири: <ul style="list-style-type: none"> ○ реклама фаолияти учун фойдаланиладиган турли усуллар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – ижтимоий тармоқларнинг афзалликлари ва маркетингга оид алоқаларга таъсири, ижтимоий тармоқларнинг таъсири ҳақидаги мақолаларнинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ижтимоий тармоқлар, уларнинг хусусиятлари ва истеъмолчининг руҳиятига уларнинг таъсири, шунингдек брендингни амалга оширишда ёрдам берадиган турли шакллар. • Гуруҳлардаги машқларни тадқиқ қилиш: ижтимоий тармоқлар нуқтаи назаридан IMC даги ижодкорликни тадқиқ қилиш ва ташкилотнинг маркетинг фаолиятида улардан фойдаланиш . <ul style="list-style-type: none"> ○ ўқувчилар ўз натижалари билан синфда ўртоқлашадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
19	Товар жойлаштиришнинг турлари ва атроф-муҳит	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: товарни жойлаштиришнинг мақсадларини аниқлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ маҳсулотни ИМС да жойлаштиришнинг тутган ўрни. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маҳсулотни ва унинг атрофидаги материалларни жойлаштириш имкониятларини ўрганиш учун видеоклиплар ва тасвирлардан фойдаланиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар рекламанинг ҳар икки мисолини излайдилар ва хулосалар билан ўртоқлашадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – товарни жойлаштиришнинг /атрофдаги ОАВларнинг афзалликлари ва юзага келиши мумкин бўлган хатарлари. • Гуруҳларда машқлар: ИМС ва ижодкорлик билан таклиф этилган кейс-стадилардан фойдаланган ҳолда брендни яратишга доир фаолият учун товарларни жойлаштиришнинг ўзаро алоқасини тадқиқ қилиш ва тақдим этиш . • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>ИМС ва брендни яратиш учун ижодкорликнинг ўзаро боғлиқлиги тўғрисидаги кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
20	Ахлоқий муммолар ва маркетингга оид алоқалар	Ўқитувчининг раҳбарлигида, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: баҳсли хабарлар, болалар учун реклама, босим остидаги сотиш усуллари, «greenwash» (ҳалокатга олиб келадиган фаолиятни яшириш, сир сақлаш ёки камайтириб кўрсатиш мақсадида ёлғон ёки чалкаштирадиган дўстона муносабат тарзи) ва жамоатчилик билан алоқаларга доир кампаниялар: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетингга оид алоқаларда қўлланилиши мумкин бўлган қарорлар қабул қилишнинг ахлоқий доиралари ○ маркетингга оид алоқалар ва махфийлик масалалари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетингга оид алоқалар контекстидаги ахлоқий муаммолар ва мижозларни жалб этиш ҳамда яхши таассурот қолдириш бўйича ишга оид мақсадлар. • Гуруҳларда машқлар: брендни яратиш самарадорлигини ошириш учун маркетингга оид алоқаларда қарорлар қабул қилишнинг ахлоқий доираларини қўллаш. • Мустақил бажариш учун машқ: маркетингга оид алоқалар контекстида махфийликнинг турли муаммоларини ва амалиётнинг ихтиёрий равишдаги кодексларини аниқлаш ҳамда тадқиқ қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингга оид алоқаларни ва унинг ташкилотнинг ички/бошқа томони учун ҳамда ташқи манфаатдор томонлар, айниқса, мижозлар учун қарорлар қабул қилишда муҳимлигини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS1: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи «Маркетингга оид алоқалар» мавзусини тақдим этади. • Гуруҳларда машқлар: маркетингга оид алоқаларни концепциялар сифатидаги умумий/дастлабки билимга доир «савол ва жавоб» машқи.
Асосий машқлар (130 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS1) қуйидагиларни ўз ичига олувчи маркетингга оид алоқалар мавзусига кириш: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетингга оид алоқаларнинг мақсадлари ва уларнинг бизнес билан қандай боғлиқ экани; ○ нима учун бу боғлиқлик қийматнинг ошиши ва манбалардан максимал фойдаланиш учун интеграцияланган бўлиши лозим; ○ маркетинг ва корпоратив алоқалар ўртасидаги боғлиқлик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: «маркетингга оид алоқалар – аудиториянинг маҳсулот ва хизматлар тўғрисида нималарни ўйлаётгани ва ҳис этаётганига таъсир этиш ва уни ҳаракат қилишга мажбур этиш учун бир ёки бир нечта каналлар орқали кенг аудиторияга юбориладиган мувофиқлашган хабарлар». Ўқувчилар мазкур таърифни ва маркетингга оид алоқаларнинг турли ёндашувларини муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар манбалардан самаралироқ фойдаланиш, шунингдек бизнеснинг самарадорлигини ошириш учун маркетингга оид алоқаларнинг ёндашувларини ўрганадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: маркетингга оид алоқалар ташкилотлар ва уларнинг бизнес-мақсадлари учун қанчалик муҳим?
Якуний машқ (30 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар ва таянч атамалар глоссарийси устида ишлашни бошлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	2 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингга оид алоқаларнинг ишидаги турли манфаатдор томонларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS2: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS2) маркетингга оид алоқаларнинг амалиёти доираларидаги турли манфаатдор томонлар билан таништириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ ички ва ташқи таъминотчилар – маблағлар, бренд-менеджерлар, ҳисоб ёзувларини бошқариш, агентликлар, дизайнерлар ва маслаҳатчилар; ○ алоқага оид амалиётларнинг қийматини максималлаштириш учун вазифалараро муносабатларни ўрнатилишининг муҳимлиги. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар маркетингга оид алоқаларга нисбатан турли ёндашувлар ёрдамида манфаатдор томонлар билан ўзаро муносабатларни тадқиқ қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ташкилот вазифалараро муносабатлардан самарали фойдаланиш орқали маркетингга оид алоқаларнинг қийматини қандай қилиб максималлаштириши мумкин?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингга оид алоқаларнинг брендларни тарғиб қилиш ва ривожлантиришдаги тутган ўрнини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS3: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Маркетинг учун чоп этилган академик материаллар.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS3) маркетингга оид алоқаларнинг брендларни тарғиб қилиш ва ривожлантиришдаги тутган ўрни мавзусига кириш қўйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ брендингнинг устунликлари; ○ ранглар ва белгилар брендни яратиш воситалари сифатида; ○ маркетингга оид алоқалар ва брендинг нуфузи – брендинг таниқлилиги, бренд билан ўзаро боғлиқлик, идрок этиш, мижозларнинг содиқлигининг шаклланиши; ○ маркетингга оид алоқалардаги ахлоқий муаммолар, масалан, болалар учун реклама, босим остидаги сотиш усуллари, «greenwash» (ҳалокатга олиб келадиган фаолиятни яшириш, сир сақлаш ёки камайтириб кўрсатиш мақсадида ёлғон ёки чалкаштирадиган дўстона муносабат тарзи) ва махфийлик. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар брендни ривожлантириш ва тарғиб қилиш учун маркетингга оид алоқаларнинг тутган ўрнини тадқиқ қилиш мақсадида турли илмий нашрларни ўрганадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар брендингнинг бизнесга келтириши мумкин бўлган устунликларини ўрганадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар иккита турли бизнесни танлаб оладилар, тадқиқот ўтказадилар ва брендингнинг ҳар хил турларини ҳамда фойдаланиладиган воситаларини муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар брендни баҳолаш параметрларини ўрганадилар ва гуруҳ учун муайян мисолларни тақдим этадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ташкилот учун брендингнинг аҳамияти қандай?
Якуний машқ (30 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none">• Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • фирма услуби нима эканини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS4: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Маркетинг учун чоп этилган академик материаллар.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS4) фирма услуби мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ корпоратив алоқаларнинг мақсадлари; ○ корпоратив алоқаларнинг кўламлари – рамзий ишоралар ва хатти-ҳаракат, уларнинг маркетинг ва бошқарувга оид алоқалар билан боғлиқлиги. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ўз танловларига кўра иккита машҳур брендларнинг индивидуаллигини ўрганадилар, улар келтириб чиқарадиган эмоционал муносабатларни муҳокама қиладилар, кейин эса натижаларни гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: фирма услубини, бренднинг индивидуаллигини ёки ишга оид имижни қандай яратиш мумкин ва истеъмолчилар онгида бренд тўғрисида қандай қилиб кучли таассурот қолдириш мумкин? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар корпоратив мулоқотнинг турли жиҳатларини ва унинг мақсадларини турли кейс-стадилар ёрдамида ўрганадилар. Ўқувчилар ўзларининг асосий хулосаларини гуруҳга тақдим этадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: фирма услуби ташкилот учун қанчалик муҳим ҳисобланади?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сегментлашувнинг, мақсадга йўналтирилишнинг ва ўрин тутишнинг қўлланилишини тушуниш (STP).
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS5: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс- стадилар. • AS: самарали молиявий режалаштиришнинг хусусиятларини аниқлаш.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS5) сегментлашувнинг, мақсадга йўналтирилишнинг ва ўрин тутишнинг қўлланилиши мавзусига кириш (STP) қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ мўлжалланган аудитория учун маркетингга оид алоқаларнинг мос келувчи каналларини танлаш; ○ бир вақтнинг ўзида якуний фойдаланувчи қийматни таъминлаган ҳолда, бу каби ёндашув қандай қилиб ташкилот билан маркетингга оид алоқаларнинг (мақсадларга эришиш) самарадорлигини максималлаштиради. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар машҳур ташкилотларни ва уларнинг маркетингга нисбатан сегментлашув, мақсадга йўналтирилиш, ўрин тутишга асосланган ёндашувларини тадқиқ қиладилар ва турли ёндашувларнинг таъсирини таққослайдилар. Ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: турли алоқа каналлари қай даражада ўринли? Ўқувчилар ўзлари таниш бўлган мисолларни келтирадилар ва бизнеснинг ҳар хил турлари учун уларнинг аҳамиятини муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: кейс-стадилардан фойдаланган ҳолда, ўқувчилар маркетингга оид алоқаларнинг самарадорлигини максималлаштириши ва якуний фойдаланувчи учун қийматини ошириши мумкин бўлган ёндашувларни тақдим этадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • истеъмолчиларнинг хулқ-атворларини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS6: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS6) истеъмолчиларнинг хулқ-атворлари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ когнитив назариянинг асослари, масалан шахс, идрок этиш, ўқитиш; ○ қарорлар қабул қилиш жараёни – муаммоларни аниқлай олиш, маълумот излаш, муқобил баҳолаш, харид тўғрисидаги қарор ва хариддан кейинги баҳолаш; ○ мижозлар томонидан қарорлар қабул қилиниши – юқори ва паст даражадаги жалб қилинганлик ҳамда интеграцияланган (қисмлари жамланган) маркетингга оид алоқаларнинг (IMC) жараёнда тутган ўрни. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар брендингга доир реклама тадбирлари ва кампанияларини ўрганадилар, қўлланилаётган когнитив назариянинг асосларини аниқлайдилар ва тегишли қарор қабул қилиш жараёнини ажратиб кўрсатадилар. Ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг қарор қабул қилишлари деганда биз нимани назарда тутамиз ва уларнинг харид пайтида афзал кўрадиган нарсаларини аниқловчи омиллар қандай? • Гуруҳдаги муҳокама: ташкилот учун IMC қанчалик муҳим?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетинг ва бизнес мақсадлари билан боғлиқ бўлган алоқага оид мақсадларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS7: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
--------------------------	---

Калитлар: **MP**: машқлар рўйхати; **ФШ**: форма шаблони; **ТС**: тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS7) маркетинг ва бизнес мақсадлари билан боғлиқ бўлган алоқага оид мақсадлар мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ алоқавий ва бизнес-мақсадларнинг товарнинг ҳаётий цикли билан боғлиқлиги – жорий этиш, ўсиш, етуклик ва инқироз/қайта тикланиш; ○ кўп каналли стратегияни ишлаб чиқиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетинг ва бизнесни ҳис этиш нуқтаи назаридан алоқавий мақсадларнинг асослари қандай? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар алоқавий ва бизнес-мақсадлар ҳамда товар ҳаётий циклининг тўртта босқичи ўртасидаги боғлиқликни тадқиқ қиладилар, ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар кўп каналли стратегияга эга бўлган ташкилотларнинг мисолларини келтирадилар ва уларнинг нима учун бундай стратегияни муҳим деб ҳисоблашларини тушунтирадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • бюджетлаштиришнинг IMC да тутган ўрнини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS8: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Таклиф этиладиган бизнес-IMC нинг кейс-стади/видеоси.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS8) бюджетлаштиришнинг ИМС да тутган ўрни мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ бюджетларни аниқловчи ва уларга таъсир этувчи омиллар – ички ва ташқи омиллар; ○ ички ва ташқи манфаатдор томонлар билан иш олиб бориш; ○ бюджетни тузиш ва ИМС кампанияси жадвалини тузиш ўртасидаги боғлиқлик. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ИМС да бюджетни тузишнинг муҳимлигини ўрганадилар ҳамда бюджетларга таъсир этадиган турли ички ва ташқи омилларни муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилотнинг ўз бизнес мақсадларига эришиши учун ИМС нинг устунликларидан қандай фойдаланишини тадқиқ қиладилар ва бу ҳақидаги хулосаларини тақдим этадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: кейс-стади/бизнес учун ИМС томонидан таклиф этилган, ўқитувчи томонидан тақдим этилган видеодан фойдаланиб, ўқувчилар ИМС ни ишга туширишда тўқнаш келадиган муаммоларини тақдим этадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	9 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • алоқаларни режалаштириш жараёнини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS9: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Алоқанинг самарали каналларига доир журнал мақолалари ва кейс-стадилар.
--------------------------	--

Калитлар: **МР**: машқлар рўйхати; **ФШ**: форма шаблони; **ТС**: тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS9) алоқаларнинг жадвал ва режалари мавзусига кириш қўйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ каналнинг танлови ва асосланиши; ○ интеграциянинг тутган ўрни; ○ SMART-мақсадларни аниқлаш ва улардан фойдаланиш. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар турли назарияларни, режалаштиришга нисбатан ёндашувларни ва алоқа жараёнларини баҳолаш тўғрисидаги журнал мақолаларини кўздан кечирадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар танлов учун параметрлар ҳақида билиш ва самарали алоқа каналини асослаш мақсадида кейс-стадилардан фойдаланадилар. Ўқувчилар ўз тақризларини гуруҳга тақдим этадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар интеграциянинг тутган ўрнини тадқиқ қиладилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар SMART-мақсадларни қўйидагича кўринишда аниқлайдилар: <ul style="list-style-type: none"> ○ сотишлар бўйича ўзбек етакчиси томонидан ўзбек маркетинг жамоаси билан ҳамкорликда ўтказиладиган ўзбек маркетинг кампанияси 31 июлга қадар янги хизматимизни жорий этадиган олти янги ташкилотларни аниқлаш ва ривожлантириш учун анжуманлардаги чиқишлардан, мижозларнинг тавсияларидан, контент-маркетинг тактикасидан, ижтимоий тармоқлардаги тарғиботдан ва шахсий сотишлардан фойдаланади. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ўз танловларига кўра товар ёки хизмат учун алоқанинг умумий режасини тузадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: нима учун SMART-мақсадни белгилаб олиш лозим?

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингга оид алоқалар амалиётлари ҳамда режалаштиришни мониторинг қилиш ва баҳолашнинг муҳимлигини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS10: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Алоқаларни режалаштиришга доир кейс-стадилар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS10) маркетингга оид алоқалар амалиётларини ҳамда режалаштиришни мониторинг қилиш ва баҳолашнинг муҳимлиги ҳақидаги мавзуга кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетингга оид алоқаларни режалаштиришни ўлчаш/баҳолаш усуллари; ○ ўлчаш ва баҳолашнинг умумий маркетинг ҳамда бизнес-мақсадлари ва стратегиялар билан боғлиқлиги. • Гуруҳдаги муҳокама: ташкилот маркетингга оид алоқаларнинг режалари ва амалиётларини қандай кузатиши ва баҳолаши мумкин? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар маркетингга оид алоқалар режасининг самарадорлигини баҳолашнинг аҳамиятини ўрганиш учун кейс-стадидан фойдаланадилар. Ўқувчилар натижаларни синфда муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	11 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> рекламининг турли шакллари ва кўринишларини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> Модулнинг спецификацияси. Ёзув тахтаси ва ручкалар. PS11: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. Саволлар ва жавоблар викторинаси.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS11) рекламанинг турли шакллари ва кўринишлари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ рекламанинг шакл ва кўринишлари, масалан бевосита реклама, товарнинг, бренднинг рекламаси, корпоратив, кооператив ва эксперт реклама; ○ реклама медиаканаллари, масалан телевидение, кино, радио, босма нашр, ташқи реклама, онлайн (жумладан мобил реклама); ○ B2C ва B2B рекламаларини таққослаш ва қарши қўйиш. • Гуруҳларда машқлар: викторина – ўқувчилар турли шиорлар ва товар ҳамда хизматларнинг тасвирлари асосида брендларни танлаб оладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар реклама шакллари ва турларини тадқиқ қиладилар ва муҳокама қиладилар. Ўқувчилар натижаларни гуруҳ билан муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар сарф-харажатлар, қамров, конверсиялар ва инвестициялар қайтишининг турли жиҳатларига кўра турли реклама медиаканалларини баҳолайдилар. Ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар реклама агентлигининг тузилмаси ва ролини муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	12 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • турли реклама медиаканалларини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS12: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS12) турли реклама медиаканаллари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ ижодкорликнинг рекламада тутган ўрни; ○ реклама ва IMC; ○ реклама тартибини кўздан кечириш. • Гуруҳдаги муҳокама: реклама медиаканаллари қандай қилиб бизнесга кўпроқ истеъмолчиларни жалб этмоқда ва рекламада ижодий ёндашувлардан фойдаланишнинг аҳамияти қандай? • Гуруҳдаги машқ: кейс-стади мисолларидан фойдаланган ҳолда, реклама ва IMC режаларининг назарияси ва амалий оқибатларини тадқиқ қилиш. Ўқувчилар натижаларни гуруҳда муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар гуруҳ учун рекламадаги тартиб ва қонунчиликнинг асосий жиҳатлари тўғрисидаги тақдимотни тайёрлайдилар. • Гуруҳдаги муҳокама ва тақдимот: рекламадаги тартиб ва қонунчиликнинг асосий жиҳатлари.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	13 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • сотувларни тарғиб қилишни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS13: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
--------------------------	--

Калитлар: **MP**: машқлар рўйхати; **ФШ**: форма шаблони; **ТС**: тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS13) сотувларни тарғиб қилиш мавзуси қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ сотувларни тарғиб қилишнинг мақсадлари – синаш, бозорга кириб боришнинг кўпайиши, мижозларнинг содиқликларини ривожлантириш ва рағбатлантириш; ○ сотишни рағбатлантиришни ривожлантиришга таъсир этган омиллар; ○ истеъмол ва ишбилармонлик акциялари. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзлари таниш бўлган реклама тадбирларига мисоллар келтирадилар ва уларнинг муваффақияти ёки муваффақиятсизлигини муҳокама қилдилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар қайта алоқа учун муайян мисоллардан фойдаланган ҳолда, сотувларни кўпайтирадиган истеъмолчилар орасидаги тарғиб қилишнинг турли усулларини ўрганадилар. Улар қуйидагиларни ўз ичига олиши лозим: <ul style="list-style-type: none"> ○ пулли рағбатлар, масалан купонлар ва ваучерлар; ○ товарни тарғиб қилиш, масалан намуналар; ○ нархларнинг пасайиши; ○ янги товар учун эскисини қайтариб олиш; ○ дилернинг промоакциялари. • Гуруҳдаги муҳокама: сотиш ва ИМС ни рағбатлантиришнинг долзарблиги қай даражада ва тартибга солувчи омиллар уларга қандай таъсир этади?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг алоқалари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	14 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилотларга оид жамоавий, ички ва ташқи алоқалар мақсадлари мавзусига кириш, жамоавий алоқалар.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS14: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • PR-фаолият тўғрисидаги кейс-стади.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS14) ташкилотларга оид жамоавий, ички ва ташқи алоқалар мақсадлари мавзусига кириш жамоавий алоқаларнинг (PR) қуйидаги турли кўринишларини ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ ички – компания тўғрисида маълумот (онлайн, қоғозда), ижтимоий тадбирлар, маслаҳатлар, тақдимотлар; ○ жамоатчилик билан алоқа – корпоратив реклама, корпоратив сайтлар, ижтимоий тармоқлар, ҳар йили ўтказиладиган тадбирлар, лоббилаш ва ҳомийлик; ○ медиа – медиатўпламлар, пресс-релизлар, VNR, веб-сайтлар, интервьюлар; ○ маркетинг – товарни жойлаштириш, товарни ишлаб чиқаришни бошлаш. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар жамоатчилик билан алоқанинг ҳар хил турларининг мақсадларини тадқиқ қиладилар ва уларнинг ташкилотга нисбатан таъсирини муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар жамоатчилик билан алоқаларнинг ҳар хил турларига тегишли мақсадларини тадқиқ қиладилар ва ўз натижаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар PR-воситаларнинг турли мисоллари учун мақсад ва вазифаларни аниқлаб оладилар ва натижаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: инқирозли бошқарув – бу нима ва у нима учун муҳим?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг алоқалари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	15 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ҳомийлик, ҳодисалар турларини ва боғловчи сабабларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS15: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
--------------------------	--

Калитлар: **MP:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS15) ҳомийлик мақсадлари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг ва корпоратив алоқаларнинг ташаббуслари (B2C ва B2B) ; ○ ижодкорликнинг ҳомийликда тутган ўрни; ○ ҳомийлик ва IMC. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар маркетинг ва корпоратив алоқалар нуқтаи назаридан B2C ва B2B лар учун ҳомийликнинг ҳар хил турларини муҳокама қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ҳомийликнинг устунлик ва камчиликлари нимадан иборат? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳомийлик, масалан бутун дунё бўйича спорт тадбирларига ҳомийлик тўғрисидаги кейс-стадини кўриб чиқадилар ва баҳолайдилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ижодкорликнинг ҳомийлик тузилмасида тутган ўрни ва IMC учун унинг долзарблиги қай даражада?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	16 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • бевосита ва шахсий сотувларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS16: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Бевосита маркетинг тўғрисидаги мавзуга оид тадқиқотлар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS16) бевосита ва шахсий сотувлар мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: • бевосита маркетинг усулларини аниқлаш – бевосита реклама, телемаркетинг, бевосита почта жўнатмаси, ижтимоий тармоқлар; • маълумотларнинг сақланиш жойи ва маълумотларнинг интеллектуал таҳлили – бевосита маркетингда маълумотлардан фойдаланиш (содиқлик карталари); • сотишнинг шахсий жараёни – режалаштириш, муносабатларни йўлга қўйиш, мижозларнинг эҳтиёжларини тушуниш, сотувларнинг ёпилиши ва назорат қилиш. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар бизнеснинг сотувлари ҳажмини тезлаштирадиган бевосита маркетинг ёндашувларидан фойдаланишни кўрсатиш учун кейс- стабиларни ўрганадилар ва гуруҳли тақдимотни ўтказадилар. • Машқларни муҳокама қилиш: турли бизнес-омиллар ва сотишлар натижаларини яхшироқ тушуниш учун маълумотларнинг сақланиш жойи ва маълумотларнинг интеллектуал таҳлили тўғрисида фикрлаш. • ўқувчилар шахсий сотувларнинг ва ҳақиқий ҳолатнинг таҳлили билан боғлиқ босқичларнинг аҳамиятини муҳокама қилиш учун изоҳларни ёзиб борадилар; • ўқувчилар маркетинг ва корпоратив алоқалар нуқтаи назаридан B2C ва B2B лар учун ҳомийликнинг ҳар хил турларини муҳокама қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ҳомийликнинг устунлик ва камчиликлари нимадан иборат?

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
	<ul style="list-style-type: none"> • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳомийлик, масалан бутун дунё бўйича спорт тадбирларига ҳомийлик тўғрисидаги кейс-стадини кўриб чиқадилар ва баҳолайдилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ижодкорликнинг ҳомийлик тузилмасидаги тутган ўрни ва ИМС учун унинг долзарблиги қандай?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	17 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • кўргазмалар, ярмаркалар ва мерчандайзингнинг моҳиятини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS17: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФС : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS17) кўргазмалар, ярмаркалар ва мерчандайзинг мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ муносабатларни ўрнатиш, миждозлар содиқликларининг шаклланиши ва ривожланиши, етакчи сотувларнинг шаклланиши, компания имижининг мустаҳкамланиши, янги товарларни ишлаб чиқариш, брендни мустаҳкамлаш; ○ мерчандайзингга оид фаолият ва мерчандайзингнинг мақсадини аниқлаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар ўзларига таниш бўлган кўргазма ва ярмаркаларни ҳамда уларнинг маркетинги/миждозларни жалб этишининг самарадорлигини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мерчандайзингнинг турли хил тактикаларини тадқиқ қиладилар ва уларнинг мақсадларини аниқлайдилар. Ўқувчилар ўз хулосаларини синф билан ўртоқлашадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: кўргазма ва ярмаркалар барча ташкилотлар учун ҳам мос келадими? Агар мос келмаса, нима учун?
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	18 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ижтимоий тармоқлар ва IMC нинг тутган ўрнини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS18: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Ижтимоий тармоқларнинг таъсири ҳақидаги мақолалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS18) ижтимоий тармоқлар ва ИМС нинг тутган ўрни мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ ижтимоий тармоқларнинг ИМС ги таъсири; ○ реклама фаолияти учун фойдаланиладиган турли усуллар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ижтимоий тармоқларнинг таъсири ҳақидаги мақолаларнинг шарҳини бажарадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар ижтимоий тармоқларнинг устунликларини ва уларнинг маркетингга оид алоқаларга таъсирини муҳокама қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ижтимоий медиа, уларнинг моҳияти ва истеъмолчиларнинг руҳиятига таъсири. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ижтимоий тармоқлар нуқтаи назаридан ИМС даги ижодкорликни ва ташкилотнинг маркетинг фаолиятида улардан фойдаланишни тадқиқ қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг тақризлари ва хулосалари билан ўртоқлашадилар.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	19 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • товарни жойлаштиришнинг ва атрофдаги медиамуҳитнинг турларини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS19: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Товарларни жойлаштиришни кўрсатувчи видеоклиплар ва тасвирлар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS19) товарни жойлаштиришнинг ва атрофдаги медиамуҳитнинг турлари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ товарни жойлаштиришнинг мақсадлари; ○ товарни жойлаштиришнинг ИМС да тутган ўрни. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқитувчи видеоклиплар ва тасвирларни кўрсатади, шунингдек товарларни жойлаштириш ва атрофдаги медиамуҳит учун материаллардан фойдаланиш борасида баҳс-мунозара олиб боради. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар голливуд фильмларида товарлардан фойдаланишни тадқиқ қиладилар. Фильмларда қандай товарлар жойлаштирилади – бу сотувларга қандай таъсир этиши мумкин? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар атрофдаги медиа воситаларнинг мисолларини топиш ва ўз натижаларини гуруҳ билан ўртоқлашиш учун тадқиқот ўтказадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар товарни жойлаштириш ва атрофдаги медиамуҳитнинг устунликлари ва эҳтимолий хатарларини муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ИМС ва брендни яратишга доир машқлар учун товарларни жойлаштиришда ижодкорликнинг боғлиқлиги тўғрисидаги тақдимотни тайёрлаш мақсадида кейс-стадидан ҳамда ўзларининг шахсий тадқиқотларидан фойдаланадилар. • Гуруҳларда машқлар: тақдимот ёки муҳокама.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Дарс рақами	20 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ахлоқий масалалар ва маркетингга оид алоқаларни тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS20: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФС : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи охириги дарсга хулоса ясайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS19) ахлоқий масалалар ва маркетингга оид алоқаларни тушуниш мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ баҳсли хабарлар, болалар учун реклама, босим остида сотиш усуллари, «greenwash» (ҳалокатга олиб келадиган фаолиятни яшириш, сир сақлаш ёки камайтириб кўрсатиш мақсадида ёлғон ёки чалкаштирадиган дўстона муносабат тарзи) ва жамоатчилик билан алоқаларга доир кампаниялар: ○ маркетингга оид алоқаларга қўлланилиши мумкин бўлган қарорлар қабул қилишнинг ахлоқий доиралари ○ маркетингга оид алоқалар ва махфийлик масалалари. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ўзларининг фикрларига кўра бир маъноли бўлмаган ва ташкилотнинг брендига таъсир этиши мумкин бўлган маркетингга оид алоқаларни ўрганадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз хулосалари билан ўртоқлашадилар ва маркетингга оид алоқалар контекстидаги ахлоқий муаммолар ҳамда мижозларни жалб этиш ва яхши таассурот қолдириш бўйича ишга оид мақсадларни муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар қарорлар қабул қилишнинг ахлоқий доиралари маркетингга оид алоқаларга ва брендни яратишга нисбатан қандай қўлланилишини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар маркетингга оид алоқалар контекстида махфийликнинг турли муаммоларини ва амалиётнинг ихтиёрий равишдаги кодексларини аниқлайдилар ҳамда тадқиқ қиладилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="544 315 1358 432">• Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ва таянч атамалар глоссарийсини ёзиб борадилар

1-мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Ўқитиш мақсади(лари)	<p>A Маркетингнинг турли ёндашувлари ва уларнинг коммуникация мақсадларига хизматини ўрганиш.</p> <p>B Коммуникация мақсадларини ривожлантира олиш.</p> <p>C Коммуникация мақсадлари ва каналига мос контентни ишлаб чиқиш ва ривожлантиришни билиш.</p>
Мустақил топшириқнинг номи	Маркетингга оид алоқаларни интеграциялашган (бутунлашган) тарзда режалаштириш
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилган санаси	
Топшириш муддати	

Касбий сценарий ва контекст	<p>Сиз маркетинг жамоасида иш юритасиз [бу ерда ташкилотнинг номини кўрсатинг ёки ўқувчиларга навбатдаги «ўз танловингиз бўйича ташкилот» қўшимчасидан фойдаланган ҳолда ташкилотни танлаш имкониятини беринг. Агар зарур бўлса, ўқувчилар ўзларининг шахсий иш жойларидан фойдаланишлари учун рағбатлантирилишлари лозим] ва сизни янги товар/хизмат учун интеграциялашган маркетингга оид алоқаларнинг режасини ишлаб чиқиш ҳақида хабардор этишди.</p>
------------------------------------	---

<p>1-топшириқ</p>	<p>А қисми: Ҳар бир жамоа ІМС режасини ишлаб чиқади. Сиз алоқанинг тегишли мақсадларини ишлаб чиқишингиз ва танлаб олинган товар/хизмат учун канални танлашингиз лозим. Сиз шунингдек, алоқанинг танлаб олинган канал ва мақсадлари учун тегишли контентни лойиҳалаштиришингиз ва ишлаб чиқишингиз керак бўлади.</p> <p>ІМС нинг мазкур режаси қуйидагиларни ҳисобга олиши лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ІМС вазиятга оид таҳлил; • алоқалар мақсадлари; • ижодий стратегияни ва реклама бюджетини ўз ичига олувчи стратегик алоқавий режа; • реклама микси ва бир нечта каналларнинг тегишли танлови; • ҳар бир канал танловининг стратегик режаси ва тактикаси; • назорат қилиш ва баҳолаш механизмларини жорий этиш ва улардан фойдаланиш. <p>В қисми: Ҳар бир жамоа танлаб олинган турли каналларни ва уларнинг алоқавий мақсадларга қандай хизмат қилишини тушунтириш учун гуруҳли тақдимотни (10 дақиқа) тақдим этади.</p>
<p>Далилларнинг зарурий рўйхати</p>	<p>А қисми: Мазкур гуруҳли ҳисобот битта ҳисобот сифатида тақдим этилиши, бироқ унда ҳар бир иштирокчи томонидан ҳар бир бўлим қандай бажарилгани аниқ кўрсатилиши лозим. Ҳисобот бир интервал оралиқ билан ва 12 ўлчамли шрифтдан фойдаланган ҳолда қисқа, расмий иш услубида ёзилиши керак бўлади. Сиз зарурат туғилганда сарлавҳалардан, хатбошилардан, қўйи бўлимлардан ва тасвирлардан фойдаланишингиз, барча иш эса Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланилган ҳолда тадқиқотлар ва ҳаволалар билан мустаҳкамланиши лозим; шунингдек Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланган ҳолда библиографияни тақдим этиш сўралади. Тавсия этилган сўзлар миқдорининг чеклови 2000-2500 та сўздан иборат, лекин сиз сўзларнинг умумий чекловидан ошиб кетганингиз учун жазоланмайсиз.</p>

В қисми: Топшириш PowerPoint даги 10 дақиқалик гуруҳли тақдимот ва саволлар учун ажратилган 5 дақиқа шаклида бўлиб ўтади. Тақдимот слайдлари ва қайдлар битта нусхада тақдим этилиши лозим. Сиз зарурат туғилганда сарлавҳалардан, хатбошилардан ва PowerPoint қўйи бўлимларидан самарали фойдаланишингиз керак. Сизнинг тадқиқотларингизга Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланган ҳолда таяниш керак бўлади. Шунингдек Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланган ҳолда библиографияни тақдим этиш сўралади. Тавсия этилган сўзлар миқдорининг чеклови 2000-2500 та сўздан иборат, лекин сиз сўзларнинг умумий чекловидан ошиб кетганингиз учун жазоланмайсиз.

Жамоанинг ҳар бир аъзоси тақдимотнинг нусхасини тақдим этиши ва идентификациялаш учун шахсий мулоҳазаларини қўшиши, топшириқнинг ҳар икки қисми учун гуруҳлардаги машқларнинг самарадорлигини баҳолаши лозим.

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонларга эришиш учун сиз нимага қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
A.P1	Маркетинг каналларининг ҳар хил турларини ва ташкилий контекстдаги алоқа мақсадларини ҳисобга олган ҳолда фойдаланишни баҳоланг.
A.P2	Ресурсларнинг қийматини ва оптималлашувини ошириш учун ташкилий контекстдаги алоқанинг маркетинг каналларининг бирлашувини баҳоланг.
B.P1	Ташкилий вазият ва мос келувчи канал ҳамда бирлашув танловининг асослилигини ҳисобга олган ҳолда алоқа мақсадларини ишлаб чиқинг.
B.P2	Алоқа мақсадларининг маркетинг алоқалари комплекси ва ташкилотнинг бизнес-мақсадларига нисбатан қўлланилишини баҳоланг.
C.P1	Алоқа канали ва мақсадларига мос келувчи контентни ишлаб чиқинг ва ишлаб чиқилишини билинг.
C.P2	Муайян ташкилий вазият учун алоқа мақсадларига мувофиқ келувчи маркетинг алоқалари режасини тузинг.

Мустақил топшириқни бажаришда ёрдам бериш учун маълумот манбалари	
Мазкур мустақил топшириқ қисқача йўриқномага илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	

2-мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари
Ўқитиш мақсади(лари)	D Коммуникацион стратегияни баҳолай олиш, канал ваижодий контентни танлаш.
Мустақил топшириқнинг номи	IMC кейс-стадиси
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилган санаси	
Топшириш муддати	

Касбий сценарий ва контекст	Сизга маркетингга оид алоқалар бўйича раҳбар сифатида муайян ташкилотнинг маркетингга оид алоқалари тушунтириладиган ва кўриб чиқилладиган индивидуал кейс-стадини тайёрлаш топширилган эди. Танлаб олинган ташкилот тижорий ёки нотижорий бўлиши мумкин (масалан, ҳайрия ташкилоти ёки ННТ). Бундан эса мижозларга IMC режалаштиришнинг муҳимлигини намойиш этиш, шунингдек сизнинг компаниянгиз тақдим этиши мумкин бўлган тавсиялар ва қўллаб-қувватлашлар учун фойдаланилиши талаб этилади.
------------------------------------	---

1-топшириқ	<p>Ҳисобот қуйидагиларни ўз ичига олиши лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилот тўғрисида қисқа маълумот; • жорий алоқавий мақсадлар; • мазкур мақсадларни танқидий баҳолаш (улар мос келадими?); • танлаб олинган алоқа каналлари; • мазкур каналларни танқидий баҳолаш (улар мос келадими?); • мазкур ташкилотнинг маркетингга оид алоқаларидан ижодий контентнинг битта мисолини танқидий баҳолаш;
-------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> тегишли тавсиялар ва мазкур тавсияларнинг асосланиши.
Далилларнинг зарурий рўйхати	<p>Топшириш индивидуал ёзма ҳисобот шаклида бажарилади. Ҳисобот бир интервал оралиқ билан ва 12 ўлчамли шрифтдан фойдаланган ҳолда қисқа, расмий иш услубида ёзилиши керак бўлади. Сиз сарлавҳалардан, хатбошилардан, қуйи бўлимлардан ва тасвирлардан фойдаланишингиз, барча иш эса Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланилган ҳолда тадқиқотлар ва ҳаволалар билан мустаҳкамланиши лозим. Шунингдек Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланган ҳолда библиографияни тақдим этиш сўралади. Тавсия этилган сўзлар миқдори чеклови 2000-2500 та сўздан иборат, лекин сиз сўзларнинг умумий чекловдан ошиб кетганингиз учун жазоланмайсиз.</p>

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонларга эришиш учун сиз нимага қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
D.P1	Алоқа стратегиялари, канал ва креатив контентга тааллуқли бўлган маркетинг алоқалари режасини баҳоланг
D.P2	Мониторинг муваффақиятини ва маркетинг алоқалари режасининг таъсирини танқидий баҳоланг ва таҳлил қилинг.
D.P3	Даромадни максималлаштириш ва алоқавий ҳамда бизнес-вазифаларни муваффақиятли ҳал этиш учун маркетинг алоқалари режасини такомиллаштириш бўйича тегишли ва асосланган тавсияларни тақдим этинг.

Мустақил топшириқни базаришда ёрдам бериш учун маълумот манбалари	
Мазкур мустақил топшириқ қисқача йўриқномага илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	

3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг

Ўқув қўлланма

Модул билан танишиш

Мазкур модулнинг мақсади – ўқувчиларни рақамли маркетинг соҳасида юз бераётган асосий ҳодисалар билан таништиришдан иборат. Бу ўқувчиларга ташкилотнинг ўз мижозларини жалб этиш ва рақобатли устунликка эришиш учун турли рақамли восита ҳамда усуллардан қандай фойдаланишини тушунишларига имкон беради. Ўқувчилар энг муҳим назариялар ва асослар тўғрисида билиб олишлари ҳамда уларни реал мисоллар, жумладан ўзларининг кундалик ҳаётларида дуч келишлари мумкин бўлган рақамли маркетинг кампаниялари билан солиштиришлари мумкин бўлади.

Сиз ўқувчиларни турли ташкилотларнинг рақамли маркетингга оид алоқаларини ўрганишга ва компаниялар ўзларининг алоқавий мақсадларига эришиш учун турли маркетинг каналларидан қандай фойдаланишларини тушунишга рағбатлантиришингиз керак. Амалиёт нуқтаи назаридан ўқувчилар рақамли маркетингга доир машқларни бажара олишлари ва ташкилотда кўп каналли имкониятларни ярата олишлари лозим.

Ўқувчилар ўзларининг модулни билиш ва тушунишларини намойиш этишлари учун турли ташкилотлар ҳамда уларнинг рақамли маркетинг кампанияларини ўрганиш ва муҳокама қилиш учун кўплаб имкониятларга эга бўлишлари лозим.

Модулни яқунлаш учун ўқувчиларга интернет, журналлар ёки китоблар каби бир қатор тадқиқот материалларидан фойдаланиш имконияти тақдим этилиши керак бўлади.

Сиз ушбу модулда ўқитишнинг турли усулларидадан фойдаланишингиз мумкин бўлади, жумладан:

- муҳокама – рақамли маркетингга оид алоқалар, рақамли маркетингнинг таҳлили, уларнинг турли ташкилотларда қандай қўлланилиши ва уларнинг муҳимлиги тўғрисида синфда ва кичик гуруҳларда;
- мустақил ёки гуруҳли тақдимотлар – қамраб олувчи рақамли маркетингга оид алоқалар ва ташкилотнинг муваффақияти ва муваффақиятсизлиги билан уларнинг боғлиқлиги;
- кейс-стадилар ва видеоклиплар – бизнесдаги рақамли маркетингга оид алоқаларни тасвирловчи;
- маркетингга оид алоқаларга тааллуқли бўлган ОАВ материаллари ва журналлардаги мақолалар;
- интернет – маркетингга оид алоқаларга доир суҳбатлар ва видеороликлар.

Гуруҳлардаги машқ ўқитишнинг мақбул шакли ҳисобланади, бироқ сиз ҳар бир ўқувчи ўзининг баҳолаш учун етарли даражадаги шахсий далилларини тақдим этаётганига ишонч ҳосил қилишингиз лозим.

Ўқитиш мақсадларига эришиш

А – ўқитиш мақсади учун ўқувчиларнинг рақамли муҳитнинг имкониятларини, муаммоларини ва таъсирини тушунишлари муҳим ҳисобланади. Ўқувчилардан ўзларининг рақамли маркетингга оид алоқалар соҳасидаги билимларини муҳокама қилишлари ва ўз ғояларини синф билан ўртоқлашишлари учун кичик гуруҳларда ишлашларини сўранг.

Мавзуни очинг ва рақамли муҳитнинг турли ташкилотларга таъсири ҳақида ўйлаб кўринг. Интернетда қатор ташкилотларнинг фаолиятини тасвирловчи рақамли маркетингга оид алоқаларнинг кўплаб мисоллари мавжуд. Гуруҳда муҳокама ўтказиш учун кейс-стади ва сценарийлардан ҳам фойдаланиш мумкин. Муҳокама қилиш ва уларга ўз мисолларини қўшишлари учун синфга рақамли маркетинг кампаниялар таъсирининг мисолларини келтириш лозим.

Рақамли маркетингни муҳокама қилиш учун маҳаллий ва миллий корхоналардан спикерлар таклиф этилиши мумкин. Ўқувчиларга спикер келгунига қадар рақамли маркетингга оид алоқалар ва уларнинг ташкилотга келтириши мумкин бўлган фойдасига доир саволларни тайёрлаш топшириғи берилади. Бундай ёндашув ўқувчиларнинг фаолиятдан максимал натижа олишларини кафолатлаши лозим.

В – ўқитиш мақсади учун ўқувчиларнинг асосий рақамли воситаларни, платформа ва каналларни тушунишларига ҳамда «ҳақиқий, моддий» ва бошқа каналларни солиштириб кўра олишларига ишонч ҳосил қилишингиз лозим. Ўқувчиларни яхши маркетинг кампаниясининг қийматини мустақил ўрганишга ва ўз хулосаларини гуруҳ билан муҳокама қилишга ундашингиз талаб этилади. Ўз баҳс-мунозараларини яхшилашлари учун рақамли маркетинг кампанияларини тадқиқ қилиш мақсадида ўқувчиларга кейс-стадилар тақдим этилиши мумкин.

С – ўқитиш мақсади учун ўқувчилар рақамли маркетингга доир тадбирларни ташкил этадиган ва ташкилот учун кўп каналли имкониятларни яратадиган кампанияни тақдим этиш имкониятига эга бўлишлари лозим. Ўқувчиларни, баҳолаш учун шахсий кампанияларини бошлашларидан аввал турли кампанияларни ўрганишга ундаш талаб этилади.

С – ўқитиш мақсади D – ўқитиш мақсади билан боғлиқ, чунки ўқувчилар мониторинг ва рақамли маркетингни самарали ўлчаш усулларининг долзарблиги деганда нимани тушунишларини кўрсатишлари лозим. Ўз ўқишларини такомиллаштириш учун ўқувчилардан реал ташкилотларда тадқиқотлар ўтказишлари талаб этилади.

Баҳолашга доир қўлланма

Мазкур модул таълим муассасаларида бир қатор мустақил топшириқлар орқали баҳоланади. Ҳар бир топшириқ ҳеч бўлмаганда битта ўқитиш мақсадини қамраб олиши лозим. Ўқитиш мақсади мезонларга кўра топшириқларга ёки қуйи топшириқларга бўлинмасдан бутунича баҳоланиши муҳим ҳисобланади.

Барча ўқувчилар тасдиқланиши мумкин бўлган шахсий далилларини мустақил тарзда ишлаб чиқишлари лозим. Алоҳида тадқиқотлар билан бирга келадиган алоҳида ёзма ҳисоботлар далилларнинг асосий манбалари бўлиши мумкин.

Бошланиш – бу спецификацияда келтирилган, баҳолаш учун тавсия этилган ёндашувга асосланган модулни ўқитиш усулини тақдим этиш учун бошланғич таянч нуқтаси ҳисобланади.

3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг

Кириш

Ўқувчиларни гуруҳли муҳокама ёрдамида модул билан таништиришдан бошланг. Бу уларнинг ўзлари фаолият юритадиган ташкилотлардаги қарор қабул қилиш жараёнига тааллуқли бўлган модулни ўқитиш мақсадларининг баёни билан биргаликда келиши мумкин.

А – ўқитиш мақсади: Рақамли муҳитнинг имкониятлари, муаммолари ва таъсирини тушуниш

Сиз ўқувчилардан «рақамли маркетинг» атамаси деганда нимани тушунишлари ҳақида ўйлаб кўришларини сўрашдан бошлашингиз мумкин.

Ўқувчилардан ўзларига таниш бўлган рақамли маркетинг кампаниясини муҳокама қилишларини сўранг. Рақамли маркетинг кампанияси ва турли ташкилотлар томонидан ундан фойдаланилиши тўғрисидаги муҳокамани қўллаб-қувватлаш учун ўқувчиларнинг мисолларидан фойдаланинг.

Рақамли маркетингнинг йирик ва унча катта бўлмаган ташкилотларга нисбатан таъсири тўғрисида гуруҳли муҳокама ўтказинг.

Ўқувчилардан ўзларининг рақамли маркетингнинг ривожланиши тўғрисидаги фикрлари билан ўртоқлашишлари учун кичик гуруҳларда ишлашларини сўранг. Рақамли маркетинг маркетингнинг анъанавий усуллари билан параллел равишда ишляптими ёки уларнинг ўрнини эгалляптими?

В – ўқитиш мақсади: «Ғиштлар ва қоришма» ва бошқа жисмоний каналларни солиштириш ва қарши қўйиш орқали асосий рақамли воситалар, платформалар ва каналларни тушуниш

- Ўқувчилардан ўзлари билган баъзи товар ва хизматларни айтиб беришларини ва уларнинг қандай сотилиши/тарқатилишини муҳокама қилишларини сўранг. Булар ўқувчиларга таниш бўлган ҳар қандай товар ва хизматлар бўлиши мумкин.
- Асосий рақамли воситалар, платформалар ва каналларнинг мазкур товар ва хизматлар учун фойдаланиладиган тарқатиш каналлари билан қандай боғлиқлигининг муҳокамасини ўтказинг. Натижаларни синф билан муҳокама қилинг.
- Ўқувчилар рақамли маркетинг ва унинг замонавий жамиятдаги аҳамияти тўғрисидаги мавзунинг гуруҳли муҳокамасида иштирок этишлари мумкин.
- Ўқувчилардан ташкилотлар учун самарали рақамли маркетинг тўғрисидаги фикрлари билан ўртоқлашишларини ва синф билан кўриб чиқиш мумкин бўлган мисоллар рўйхатини тайёрлашлари учун жуфтликларда иш олиб боришларини сўранг.
- Маркетингга оид алоқалар тўғрисида суҳбатлашиш учун спикерлар таклиф этилиши мумкин. Ўқувчилар маркетингга оид алоқалар ва улардан ташкилотларда қандай фойдаланилиши ҳақидаги саволларни беришлари мумкин. Спикер жорий мисолларни келтириш орқали ўзининг ташкилотида маркетингга оид алоқалардан қандай фойдаланилишини тушунтириб бериши мумкин бўлади.

С – ўқитиш мақсади: Рақамли маркетинг бўйича тадбирлар ташкил этишни ва кўп каналли имкониятларни яратишни тушуниш

Д – ўқитиш мақсади: Мониторинг ва рақамли маркетингни самарали баҳолаш усулларини тушуниш

Ўқувчилар бир қатор ташкилотлар учун рақамли маркетингнинг жорий фаолиятини баҳолаш учун кичик гуруҳларда иш олиб борадилар. Бу ташкилотлар тижорий ёки нотижорий бўлиши мумкин (масалан, ҳайрия ёки нодавлат ташкилотлари).

Ҳар бир ўқувчи рақамли маркетинг ва кўп каналли имконият соҳасида таклиф этиладиган ҳаракатларни баҳолаш учун мустақил ҳисобот/тақдимот топшириши, шунингдек уларни қай тариқа кузатиш ва баҳолаш мумкинлигини тушунишини намойиш этиши лозим. Ўзларининг баҳолаш учун ҳисобот/тақдимотларини ёзишга киришишларидан аввал турли ташкилотлар ва уларнинг рақамли маркетингини тадқиқ қилиш учун ўқувчиларнинг кўплаб имкониятларга эга бўлишлари муҳим ҳисобланади.

ВТЕС нинг бошқа модуллари ва малакаларга ҳаволалар

Мазкур модул бошқа барча модуллар билан боғлиқ, бироқ қуйидаги икки модул учун айниқса долзарб ҳисобланади:

- 1-модул: Маркетинг асослари.
- 2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари.

Ресурслар

Китоблар

HAFFEY, D. and ELLIS-CHADWICK, F. (2012) *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 5th Ed. Harlow: Pearson

CHAFFEY, D. and SMITH, P. (2012) *eMarketing eXcellence: Planning and Optimising your Digital Marketing*, 4th Ed. Abingdon: Routledge

HEMANN, C. and BURBARY, K. (2013) *Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World*, Que Publishing

TAPP, A, WHITTEN, I. and MATTHEW, H. (2014) *Principles of Direct, Database and Digital Marketing*, 5th Ed. Harlow: Pearson

Журналлар

<https://journals.sagepub.com/home/jmx>

Journal of Marketing

Веб-сайтлар

www.ted.com/topics/marketing

TED – бу 100 дан ортиқ тиллардаги, одатда қисқа (18 дақиқадан кўп бўлмаган), маҳоратли нутқлар шаклидаги, турли мавзуларга доир ғояларни тарқатиш билан шуғулланадиган нодавлат ташкилот.

www.youtube.com/playlist?list=PLfwoaiiezPT-E9gcZ6AV1et2hcd92J21C

«Маркетинг бўйича ўқитувчи» ўқувчилар, ўқитувчилар ва маркетинг бўйича мутахассислар учун маркетинг ва менежментга доир бир қатор бепул видеороликларни таклиф этади.

Pearson ташқи интернет-сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайтни синфда фойдаланишдан аввал, URL-манзилнинг ҳамон аниқ, ишончли ва ўринли эканига ишонч ҳосил қилиш учун ўқитувчилар томонидан кўриб чиқилиши муҳим ҳисобланади. Биз ўқитувчиларга фойдали веб-сайтларни танланган саҳифаларда сақлашни ва ўқувчиларга мактаб / коллежнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга руҳсат беришларини маслаҳат берамиз.

Иш схемаси

Модул	Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Ўқув соатлари	60
Дарслар сони	20
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	1-модул: Маркетинг асослари 2-модул: Маркетинг коммуникациялари ва техникалари тамойиллари

Ўқитиш учун калитлар			
ЁМТ	Ёзма мустақил топшириқ	ММ	Материални мустаҳкамлаш
ТЭС	Таклиф этилган спикер	Т	Ташриф
МЎ	Мустақил ўқтиш	ИТ	Иш тажрибаси

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	Модулнинг мазмуни ва уни баҳолашга доир маълумот ҳамда тавсияларни тақдим этиш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мавзу шарҳи ва рақамли маркетинг деганда нимани тушунишимизга аниқлик киритиш, жумладан у қўлланиладиган асосий каналлар ҳамда унинг маркетингнинг умумий тузилмасида тутган ўрни: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли дегани нима? ○ келиб чиқиши ва ривожланиши – тармоқлар ва мисолларга бўлинган ҳолда; ○ 7P га нисбатан тутган ўрни. • Ўқувчилар учун онг воситасидаги ҳужум машқи: рақамли маркетингнинг асосий жиҳатларини таърифлаш ва унинг 7P га нисбатан тутган ўрнини аниқлаш. • Гуруҳларда машқлар: истеъмолчилар истакларини аниқлаш учун рақамли маркетингнинг таъсири, таҳлилдан фойдаланиш ва ижтимоий тармоқларнинг тутган ўрни тўғрисидаги тадқиқ қилиш машқлари ҳамда гуруҳли тақдимотлар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар ва таянч атамалар глоссарийси устида ишлашни бошлайдилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	Модулнинг спецификацияси. Ёзув тахтаси ва ручкалар. Тақдимот учун қайдлар. Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
2	Рақамли ландшафтнинг, масштабларнинг, инновацияларнинг, ғояларнинг ва улар берадиган имкониятларнинг шарҳини тақдим этинг.	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ интернет-ашёлар; ○ жойлашув ўрнига асосан маркетинг; ○ маълумотларнинг акс эттирилиши; ○ катта ҳажмдаги маълумотлар (big data); ○ краудсорсинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум машқи – рақамли маркетинг имкониятларини аниқлаш ва унга мисоллар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: гуруҳдаги муҳокама – ҳисобга олиш лозим бўлган масалалар, жумладан, рақамли технологиялардан фойдаланишнинг ўсиши, истеъмолчилар моделларининг ўзгариши, асосий урфлар ва истеъмолчиларга онлайн-таъсирнинг ўсиши. • Гуруҳларда машқлар: рақамли маркетингга тааллуқли бўлган концепция ва ғояларнинг гуруҳли тадқиқоти ҳамда тақдимоти. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	Рақамли маркетинг ва рақамли маркетингнинг самарали стратегияларини ишлаб чиқиш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: рақамли маркетинг стратегияларининг асосий соҳалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли маркетинг B2B; ○ маркетинг контентини бошқариш; ○ мижозларнинг жалб этилганлиги; ○ мижозлар билан ўзаро муносабатларни бошқариш; ○ конверсиянинг оптималлашуви. • Гуруҳларда машқлар: рақамли маркетингнинг усуллари ва стратегияларидан фойдаланишни тасвирлаш учун амалиётдан олинган мисолларнинг гуруҳли тадқиқоти. • Ўқувчиларнинг тақдимоти: рақамли маркетинг усулларининг таъсири ва натижаларини синфнинг қолган қисми билан муҳокама қилиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Рақамли маркетингнинг усуллари ва стратегияларидан фойдаланишга доир кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
4	Рақамли маркетингнинг муаммолари ва оқибатлари	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: кампанияни ишлаб чиқиш ва амалга оширишда маркетинглар дуч келадиган кўплаб муаммоларни, шунингдек рақамли маркетингга нисбатан ёндашувларни амалий мисолларда намойиш этинг. Асосий контент қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ ташкилий манбалар ва имкониятлар; ○ маданий тўсиқлар; ○ чекланган манбалар; ○ ташқи омиллар ва чекловлар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – кампанияни ишлаб чиқишда ва рақамли маркетингга нисбатан ёндашувда маркетинглар дуч келадиган асосий муаммолар. • Мустақил бажариш учун машқ: уларнинг таъсири ва хатарларини муҳокама қилиш ва баҳолаш учун рақамли маркетинг кампанияларининг кейс-стадисини тадқиқ ва таҳлил қилиш. • Гуруҳларда машқлар: юқорироқ кўтарилиш ва тавсиялар бериш учун стратегияни белгилаб олиш вазифасини қўйиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Рақамли маркетинг кампанияларининг кейс-стадиси</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
5	Интернет ва офлайн маркетингга оид концепциялар	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: турли тармоқларда иш юритадиган ташкилотларнинг турли ёндашувларини тақдим этиш орқали онлайн ва офлайн-маркетинг концепциялари ўртасидаги ўзаро алоқани таърифлаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ ушбу каналларнинг ўзаро қандай боғлиқлигини ва истеъмолчининг улар билан қандай ўзаро муносабатда бўлишини намойиш этиш. • Мустақил бажариш учун машқ: онлайн ва офлайн-маркетинг концепциялари ўртасидаги одатий ўзаро алоқани аниқлаш ва ажратиб олиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – онлайн/офлайн-маркетингни турли ташкилотлар ва бизнес амалиётларга нисбатан таҳлил қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: истеъмолчиларнинг бренд билан ўзаро муносабатларда нимани истаётганларига асосланган ҳолда мижознинг саёҳат харитасини ишлаб чиқиш. Уларнинг мақсадлари контентини акс эттириш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Мижознинг саёҳат харитаси учун машқлар варағи</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
6	Рақамли маркетинг ва онлайн-кўришнинг устунликларини жамланг	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: рақамли маркетингнинг устунликлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ географик қамрови; ○ мижозларнинг қамраб олиниши; ○ солиштирма қиймат; ○ мослашувчанлик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар турли кейс-стадилардан фойдаланадилар ва рақамли маркетингнинг асосий устунликларини ва ишончли рақамли кўриниш ҳамда стратегиялар мавжудлиги асосланишининг қисқа баёнини тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – рақамли маркетингдан самарали фойдаланиш мисолларидаги рақамли технологияларнинг устунликлари. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг дарсда аниқланган асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Рақамли маркетингнинг кейс-стадиси.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
7	Рақамли маркетингнинг самарали фаолиятининг ривожланишида мижозларни тушунишнинг тутган ўрни	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: рақамли маркетинг натижасида мижозларнинг ўзларини тутишларидаги ўзгаришларни баҳолаш. Қуйидаги кейс-стадиларга таяниш лозим бўлади: <ul style="list-style-type: none"> ○ жалб этиш, сақлаб қолиш ва содиқлик; ○ «сарафан радио» ва ижтимоий тармоқлар; ○ мижозларнинг эҳтиёжлари; ○ мижозларнинг сафарлари; ○ мижозларнинг истаклари; ○ икки томонлама алоқа. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: истеъмолчиларни тушуниш нима ва у маркетингнинг самарадорлигига қандай таъсир этади? • Мустақил бажариш учун машқ: таклиф этилган рақамли маркетинг режаси асосида ётадиган асосий истеъмолчилик ғояларини аниқлаш, тадқиқ қилиш фаолиятини амалга ошириш ва ўз хулосаларини тақдим этиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Рақамли маркетинг режаларининг мавзуга оид тадқиқотлари.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
8	Истеъмолчиларнинг онлайн-таъсирининг сабаблари ва асосларини ўрганинг	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маънони намойиш этиш учун турли рақамли механизмларни, жумладан нархларни таққослаш веб-сайтларини тадқиқ қилиш. Асосланишга қуйидаги жиҳатларни қўшиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ излашга бўлган сарф-харажатлар ва кучни камайтириш; ○ товар ва нархларни таққослаш; ○ мижозларни кузатишнинг кучи; ○ истеъмолчининг онлайн танлови ва қулайлик. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – истеъмолчиларнинг онлайн-муҳитда бу қадар таъсирли бўлганларининг асосий сабаблари. • Гуруҳларда машқлар: истеъмолчилик ҳуқуқларининг ўсиши ҳақидаги мақолаларни ўқиб бериш, асосий сабабларни муҳокама қилиш ва бир-бирларига тақдим этиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Истеъмолчилик талабининг ўсишига доир мақолалар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
9	Даромад олиш учун восита сифатида рақамли платформалар ва интернетдан қандай фойдаланилиши мумкин	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ мобиль ва электрон тижорат; ○ обуна бўлиш ва аъзолик; ○ рекламадан келадиган даромад ва клик учун тўлов; ○ савдогарлар; ○ маълумотлар ва CRM. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ақлий ҳужум – электрон тижорат платформасидан фойдаланиш ҳисобига интернетдаги даромад қандай юзага келтирилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: тадқиқотлар ва тақдимот – интернет-бизнеснинг фойда келтирадиган турли моделларини аниқлаш ва мисолларни кўрсатиш. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар веб-сайтларнинг кейс-стадиларини ўрганадилар ва ўз бизнес-моделларининг жиҳатларига доир ишчи варақларни тўлдирадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Веб-сайтлардан фойдаланишга доир кейс-стадилар.</p> <p>Ташкилотларнинг бизнес-моделлари жиҳатларига доир муайян вазиятларни ўрганадиган ишчи варақ.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	Рақамли маркетингга оид алоқаларнинг 7P га нисбатан тутган ўрни	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: 7P ларнинг ҳар бирини ва турли брендларнинг рақамли алоқаларда қандай фойдаланишини муҳокама қилиш. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар мисоллардан иборат 7P да фойдаланиш мумкин бўлган асосий рақамли туташ нуқталарни аниқлашлари ва уларни гуруҳли машқда тақдим этишлари лозим. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
11	Маркетологлар фойдаланишлари мумкин бўлган турли рақамли воситалар	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бир қатор маркетинг воситаларини муҳокама қилиш, жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ блоглар ва онлайн-чатлар; видео алмашув; ижтимоий тармоқлар; вики-сайтлар; аудио-видео материаллар; ўйинли ва вирусли маркетинг. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар турли ташкилотларнинг мазкур маркетинг воситаларидан қандай фойдаланганликлари тўғрисида қизиқарли мисолларини топадилар ва ўрганадилар. Мисолларни ажратиб кўрсатиш ва намоёниш этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мазкур воситаларнинг таъсири. Уларнинг маркетингни қандай қўллаб-қувватлаши ва яхшилашини муҳокама қилиш. Рақамли манзаранинг ўзгариши тўғрисидаги мақолаларни кўриб чиқиш ва муҳокама қилиш. Келгусидаги ривожланиш йўналишлари қандай? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Ўзгараётган рақамли манзара тўғрисидаги мақолалар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
12	Рақамли аппаратли таъминотда қандай мўлжал олиниши керак	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: кийим-бошни рамзий ишора билан қандай мувофиқлаштириш мумкин; рақамли ускуналар – мобиль планшетлар ва ноутбуклар; телефонлар; стол компьютерлари; телевизорлар ва киосклар? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўзларининг шахсий қурилмаларини ва уларнинг ҳар биридан қандай фойдаланишларини аниқлаб оладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ускуналар ва уларнинг ҳар бирининг қандай ишлаши ўртасидаги боғлиқликни намоиш этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: рақамли ускуналарни қандай қилиб самарали тарзда интеграциялаш ва мувофиқлаштириш мумкин? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
13	Мижозларга хизмат кўрсатишнинг юқори сифатини таъминлашда рақамли алоқа воситаларининг аҳамияти	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: рақамли алоқа воситалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ веб-саҳифалар, микросайтлар, блоглар, порталлар, ҳаволалар, электрон почта, қисқа хабарлар хизмати (SMS); ○ излашга оид оптималлашув (SEO); ○ конверсиянинг оптималлашуви; ○ онлайн ва офлайн-интеграция; ○ тинглашнинг фаол механизмлари. • Мустақил бажариш учун машқ: рақамли каналдан фойдаланиш билан бошланадиган ёки яқунланадиган «сирли дўкон» машқини ўтказиш. • Ўқувчиларнинг қайта алоқалари: мижознинг йўлини кўздан кечириш орқали ўқувчилар мижознинг ташкилотдаги умумий идрокига рақамли воситаларнинг мослашишига асосланган натижаларни тақдим этадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Яқуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
14	Истеъмолчи учун рақамли технологияни жорий этишнинг ҳаётий циклидаги турли босқичларни аниқлаш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ технологияларни жорий этиш ва тарқатиш; ○ истеъмолчи учун жорий этиш жараёнининг босқичлари; ○ бизнесни жорий этишнинг ташкилий жараёни; ○ жорий этишнинг тезлиги ва даражасига таъсир этадиган омиллар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар улар инновацияларни ўзлаштириш эгри чизиғининг қаерида жойлашганликларини аниқлайдилар. • Гуруҳларда машқлар: турли гуруҳларнинг инновацияларни ўзлаштириш эгри чизиғининг қаерида жойлашганларини тушуниш. Ўз натижаларингизни бошқаларга тақдим этинг. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
15	Алоқалар учун мультимедия платформалар	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: турли платформалар ва онлайн-алмашувларни ажратиб олиш ва баҳолаш: қамровнинг чуқурлиги ва кенглигида, ўлчаш ва таҳлил қилишда, ҳамкорликдаги ишда ва иш жараёнида, жалб этилганликда ва кўламдорликда. • Мустақил бажариш учун машқ: турли мисолларни тадқиқ қилиш <ul style="list-style-type: none"> ○ турли бизнес-контекстларда қандай қўлланилишини кўрсатиш учун электрон тижорат ва онлайн-алмашув платформалари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: энг яхши электрон тижорат платформаларини қандай танлаб олиш мумкин. • Жуфликда бажариладиган машқлар: энг мос келадиган электрон тижорат платформаларини аниқлаб олиш учун кейс-стади мисоллари. • Гуруҳдаги тақдимот: онлайн-ўтказмаларнинг турли контекстларини аниқлаш. Мисоллардан фойдаланиш, уларнинг ҳар бирининг қандай ишлашини, шунингдек улар ўртасидаги асосий фарқларни кўрсатиб беради. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Электрон тижорат платформалари тўғрисидаги кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
16	Сотишлар ва қўллаб-қувватлаш бўйича турли автоматлашган ҳамда автоматлашмаган ҳаракатларнинг тутган ўрни	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ дўстона суҳбат (баннерлар) ○ харидлар учун саватчалар ва такрорий харидларнинг автоматлашган созлови; ○ ҳаракатланишга ундаш , реал вақт режимидаги онлайн-сотувлар ва қўллаб-қувватлаш, электрон почта бўйича реклама кампаниялари; ○ СМС-тарқатмалар, савдо филиаллари ва савдо тармоқлари; ○ ижтимоий тармоқлардаги сотув каналлари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: миқдорни қандай аниқлаш ва натижаларни қандай баҳолаш мумкин? Инвестицияларнинг фойдалилигини қандай ўлчайсиз? • Ақлий ҳужум: сотувлар ва қўллаб-қувватлаш бўйича автоматлашган ва автоматлашмаган амалиётларнинг ҳар хил турларини аниқлаш. • Мустақил бажариш учун машқ: маркетинг автоматлашувининг ва бир нечта туташ нуқталар бирлашуви жараёнининг устунликлари. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб бордилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
17	Рақамли маркетинг кампанияларнинг тутган ўринлари ва усуллари	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: кўп каналли маркетингнинг устунлик ва камчиликлари, жумладан: реаллик, интерфаол дисплейлар, линкбилдинг, Lingubot, қалқиб чиқувчи ойналар билан тўлдирилган бозорнинг қамрови ва юқори тарқатилганлиги. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: муҳокама – кўп каналли ва универсал маркетинг ўртасидаги фарқ. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар маркетингнинг турли каналларини ва улардан фойдаланишни тасвирлаш учун маркетингга оид бир қатор мисолларни ўрганадилар. • Синфдаги машқ: кўп каналли маркетингдан фойдаланиш ҳақидаги видеоклипларни кўриш ва муҳокама учун мақолаларни ўқиш. • Гуруҳларда машқлар: кўп каналли маркетинг стратегиясининг асосий устунлик ва камчиликлари. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Турли маркетинг каналларининг мисоллари.</p> <p>Кўп каналли маркетинг билан боғлиқ видео ва мақолалар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
18	Онлайн-кампаниялар маркетингларга янада ижодий, мослашувчан ва осон тартибга солинадиган имкониятларни қандай таклиф этиши мумкин	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ бир нечта каналлардан фойдаланган ҳолда яхлитланган кампанияларни қўллаш; ○ вирусли маркетинг ва ўйинлар; ○ мижозларнинг хатти-ҳаракатини онлайн кузатув. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар рақамли маркетинг ижодий тарзда амалга оширилган ҳолатларга мисолларни келтирадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
19	Рақамли кампанияларни ишончли баҳолаш муҳимлигининг сабаблари ва асослари	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: қуйидаги рақамли кампанияларни баҳолаш учун фойдаланиладиган тартиб-қоидаларни қўллаш: <ul style="list-style-type: none"> ○ истеъмолни тадқиқ қилиш, тадқиқотларни кузатиш, конверсион воронка; ○ онлайн-метрикалардан фойдаланилгандаги самарадорлик кўрсаткичлари: жавоблар коэффициентлари, кампаниялар шарҳи ва мижозларни таҳлил қилиш; ○ онлайн-харидор ва излаш хулқ-атвори. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар маркетингнинг маҳсулдорлигига, маркетинг соҳасидаги қарорларга, инвестицияларнинг маркетингга қайтишига (ROMI) ва мижозларнинг қониқишларига урғу бериш орқали турли рақамли кампанияларнинг кейс-стадиларини тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: рақамли кампанияни ўлчашнинг муҳимлиги. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар усулдан, жумладан онлайн-баҳолашлардан тўғри фойдаланишни аниқлаш учун юқорида баён этилганларни турли кейс-стадиларга нисбатан қўллайдилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Рақамли кампанияларни ўлчаш тўғрисидаги кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
20	Рақамли кампанияларда аҳолини ўлчаш	Ўқитувчи раҳбарлигидаги, шунингдек мустақил ўқув машқлари	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: аввалги дарснинг шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: <ul style="list-style-type: none"> ○ шериклик тармоқлари; ○ ижтимоий тармоқлар; ○ мижозлар ва мижоз бўлмаганлар; ○ ташриф буюрувчилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар демографик параметрларни кейс-стадиларга ёки сценарийларга нисбатан қўллайдилар ва натижаларни муҳокама қиладилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар. • Якуний сессия: ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлаш. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Аҳолини ўлчаш усуллари тўғрисидаги кейс-стади.</p> <p>Интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • модулнинг мазмуни ва уни баҳолашга тааллуқли бўлган маълумот ҳамда тавсияларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS1: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
<p>Бошланғич машқ (20 дақиқа)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи модулни тақдим этади: Рақамли технологиялар даврида маркетинг. • Гуруҳларда машқлар: рақамли маркетингни концепция сифатидаги умумий/дастлабки билимларга доир «савол ва жавоб» машқи.
<p>Асосий машқлар (150 дақиқа)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS1) рақамли маркетинг мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли маркетинг деганда нимани назарда тутилади, жумладан бозорнинг қамрови, у намоён бўладиган асосий каналлар ва маркетингнинг умумий тузилмасидаги унинг тутган ўрни; ○ келиб чиқиши ва ривожланиши – тармоқларга бўлиниши ва мисоллари; ○ унинг 7P га нисбатан тутган ўрни. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: рақамли маркетингнинг асосий жиҳатлари қандай? Унинг 7P га нисбатан тутган ўрни қандай? • Гуруҳларда машқлар: «жаҳон кафеси» машқи – рақамли маркетингнинг таъсири. Тўрт-олти кишидан иборат ўқувчилар гуруҳлари стол атрофида ўтирадилар ва қоғоз жадвалда ёки флипчартда ёзувларни бажарадилар. 20 дақиқадан сўнг «олиб борувчи» дан бошқа барча кетади ва бошқа столдагиларга қўшилади. Ҳар бир жадвал муҳокама учун контекстга эга: <ul style="list-style-type: none"> ○ истеъмолчилар нимани истаяптилар; ○ рақамли маркетинг таҳлилидан фойдаланиш; ○ ижтимоий тармоқларнинг тутган ўрни. • Гуруҳдаги муҳокама: барча ўқувчилар ўзларининг «жаҳон кафеси» машқига доир фикрларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
<p>Якуний машқ (10 дақиқа)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
<p>Синфдан ташқари мустақил машқ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзиб борадилар ва таянч атамалар глоссарийсини юритишни бошлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	2 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли ландшафт ва масштабларни, улар тақдим этадиган инновацияларни, тенденцияларни ва имкониятларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS2: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS2) рақамли ландшафтнинг ўзига хосликлари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ соҳа; ○ янгиликларни жорий этиш; ○ трендлар; ○ имкониятлар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар ўзларига таниш бўлган рақамли маркетингнинг мисолларини ва унинг имкониятларини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар рақамли маркетингга тааллуқли бўлган концепция ва ғояларни ўрганадилар ҳамда натижаларни гуруҳда муҳокама қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: «жаҳон кафеси» – рақамли маркетингнинг мисоллари. Тўрт-олти кишидан иборат ўқувчилар гуруҳлари стол атрофида ўтирадилар ва қоғоз жадвалда ёки флипчартда ёзувларни бажарадилар. 20 дақиқадан сўнг «олиб борувчи» дан бошқа барча кетади ва бошқа столдагиларга қўшилади. Ҳар бир жадвал муҳокама учун контекстга эга: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли технологиялардан фойдаланишнинг ривожланиши; ○ истеъмолчилик моделларининг ўзгариши; ○ асосий трендлар; ○ истеъмолчиларнинг онлайн-таъсирларининг ўсиши. • Гуруҳдаги муҳокама: барча ўқувчилар ўзларининг «жаҳон кафеси» машқига доир фикрларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="544 315 1209 432">• Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадидилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли маркетингнинг самарали стратегияларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS3: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS3) рақамли маркетингнинг асосий стратегиялари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ B2B / B2G рақамли маркетинг; ○ маркетинг контентини бошқариш; ○ мижозларнинг жалб этилганликлари; ○ мижозлар билан ўзаро муносабатларни бошқариш; ○ конверсиянинг оптималлашуви. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар рақамли маркетингнинг усуллари ва стратегияларидан фойдаланишни тасвирлаш учун амалиётдан олинган мисолларни ўрганадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар рақамли маркетинг усуллари таъсирини тадқиқ қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар рақамли маркетинг усуллари таъсири тўғрисида ўзларининг хулосаларини синфнинг қолган қисмига тақдим этадилар.
Яқуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли маркетингга оид муаммолар ва оқибатларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS4: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS4) рақамли маркетингга оид муаммолар ва оқибатлар мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ ташкилий манбалар ва имкониятлар; ○ маданий тўсиқлар; ○ «ишончли бўлмаган» манбалар; ○ ташқи омиллар ва чекловлар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар кампанияни ва рақамли маркетингга нисбатан ёндашувни ишлаб чиқиш ҳамда амалга оширишда маркетинглар дуч келадиган муаммолар ва баҳсли масалаларнинг кейс-стадилардан олинган кўплаб мисолларини ўрганадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: рақамли маркетинглар олдида турган асосий муаммолар. • Гуруҳларда машқлар: рақамли маркетингнинг таъсири ва хатарини муҳокама қилиш ва баҳолаш учун ўқувчилар рақамли маркетинг кампанияларининг кейс-стадисини ўрганадилар ва таҳлил қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: юқориноқ кўтарилиш. Рақобатли муҳитдан юқориноқ кўтарилиш мақсадида ўқувчилар рақамли стратегиялар учун тавсияларни шакллантирадилар ва берадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: микролаҳзалар. Ўқувчилар ўзлари қурилмадан, масалан смартфондан, ниманидир билиш, ниманидир амалга ошириш, ниманидир очиш, ниманидир кўриб чиқиш ёки ниманидир сотиб олиш зарурати туғилганда фойдаланган ҳолатларига мисоллар келтирадилар. Ўқувчилар уларнинг маркетингга кўрсатадиган таъсирини муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="544 315 1366 432">• Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • онлайн ва офлайн-маркетинг концепцияларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS5: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФС : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS5) онлайн ва офлайн-маркетинг концепциялари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ онлайн ва офлайн-маркетинг концепциялари ва каналлари ўртасидаги алоқа; ○ мазкур каналлар қандай боғланган; ○ истеъмолчилар улар билан қандай ўзаро муносабатда бўладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқитувчи турли тармоқларда фаолият юритаётган ташкилотларнинг турли ёндашувларини муҳокама учун тақдим этади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар онлайн ва офлайн-маркетинг концепциялари ўртасидаги одатий муносабатларни ўрганадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар турли ташкилотлар ва бизнес-амалиётлардаги онлайн ва офлайн-маркетингни муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар истеъмолчиларнинг бренд билан ҳамкорлик қилиш орқали нимага эришишни истаётганликларига асосланган ҳолда миқдорнинг йўл харитасини ишлаб чиқадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли маркетинг ва онлайн-қарашнинг устунликларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS6: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS6) рақамли маркетинг ва онлайн-қарашнинг устунликларининг қисқа баёни қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ географик қамровни; ○ мижозлар қамровини; ○ солиштира қийматни; ○ мослашувчанликни. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқитувчи турли тармоқларда фаолият юритаётган ташкилотларнинг турли ёндашувларини муҳокама учун тақдим этади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар рақамли маркетинг соҳасидаги кейс-стадини ўрганадилар ва рақамли маркетингнинг асосий устунликларининг қисқа баёнини, шунингдек гуруҳнинг қолган қисми учун ишончли рақамли қараш ва стратегиянинг мавжудлигининг асосини тақдим этадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар рақамли маркетингдан самарали фойдаланишнинг мисолларини ўрганадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар топилган мисоллардан фойдаланиб рақамли маркетингнинг устунликларини муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли маркетингнинг самарали ҳаракатларини ишлаб чиқишда мижозлар тасавури ва зийраклигининг ролини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS7: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS7) рақамли маркетингнинг самарали ҳаракатларини ишлаб чиқишда мижозларнинг тасаввури ва зийраклигининг роли мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли маркетинг туфайли мижозларнинг ўзларини тутишларидаги ўзгаришлар; ○ эришиш, сақлаб қолиш ва содиқлик; ○ «сарафан радиоси» ва ижтимоий тармоқлар; ○ мижозларнинг эҳтиёжлари ва истаклари; ○ мижозларнинг сафарлари; ○ икки томонлама алоқа. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: истеъмолчи фикри нима ва у маркетингнинг самарадорлигига қандай таъсир этади? • Кичик гуруҳлардаги машқ: ўқувчилар рақамли маркетингнинг таклиф этилган режаси асосида ётадиган асосий истеъмолчилик ғояларини аниқлаш учун тадқиқот ўтказдилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз натижаларини гуруҳнинг қолган қисмига тақдим этадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • истеъмолчилар онлайн-таъсирини ўсишининг сабаблари ва асосларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS8: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS8) истеъmolчилар онлайн-таъсирини ўсишининг сабаblари ва асослари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли механизмлар; ○ излашга бўлган сарф-харажатлар ва кучларни камайтириш; ○ товар ва нархларни таққослаш; ○ мижозларни кўздан кечиришнинг кучи; ○ истеъmolчининг онлайн танлови ва қулайлик. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: истеъmolчилар онлайн-муҳитда бу қадар таъсирли бўлганликларининг асосий сабаblари нимада? • Кичик гуруҳлардаги машқ: ўқувчилар истеъmolчилик ҳуқуқи тўғрисидаги кейс-стади ва мақолаларни ўқийдилар, шунингдек истеъmolчиларнинг онлайн-таъсирини ўсишининг асосий сабаblарини аниқлайдилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз натижаларини гуруҳнинг қолган қисмига тақдим этадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	9 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли платформалар ва интернетдан даромад олиш воситаси сифатида қандай фойдаланиш мумкинлигини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS9: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар. • AS1: савдога оид бизнес-моделлар.
Калитлар: MP : машқлар рўйхати; ФШ : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS9) рақамли платформалар ва интернетдан даромад олиш воситаси сифатида қандай фойдаланиш мумкинлиги мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ мобиль ва электрон тижорат; ○ обуна бўлиш ва аъзолик; ○ рекламадан келадиган даромад ва клик учун тўлов; ○ савдогарлар; ○ маълумотлар ва CRM. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: электрон тижорат платформасидан фойдаланиш ҳисобига интернетдаги даромад қандай юзага келтирилади. Ўқувчилар ўзларининг электрон тижоратдан фойдаланишга оид тажрибаларидан мисоллар келтирадилар. • Кичик гуруҳлардаги машқ: ўқувчилар гуруҳ билан ўртоқлашиш мумкин бўлган яхши мисолларни топиш учун интернет-бизнеснинг даромад келтирадиган турли моделларини тадқиқ қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўз натижаларини гуруҳнинг қолган қисмига тақдим этадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар кейс-стадиларни ўрганадилар ва AS1 ни мазкур савдо платформалари бизнес-моделларининг жиҳатлари билан яқунлайдилар.
Яқуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингга оид алоқаларнинг 7P га нисбатан тутган ўрнини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS10: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар. • AS2: рақамли алоқалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS10) рақамли маркетингга оид алоқаларнинг тутган ўрни мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ “маркетинг-микс”нинг 7 та жиҳатидан ҳар бирига нисбатан муносабат; ○ турли брендларнинг рақамли алоқалардан қандай фойдаланиши. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 7P рақамли маркетинг алоқаларига қандай таъсир этади? Ўқувчилар ўзларининг шахсий тажрибаларидан мисоллар келтирадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар фойдаланиш мумкин бўлган асосий рақамли туташ нуқталарни аниқлаш учун тадқиқот ўтказадилар ва жорий мисолларни тўплайдилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг натижаларини гуруҳнинг қолган қисмига тақдим этадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар турли брендларни тадқиқ қиладилар ва улар рақамли алоқалардан қандай фойдаланишини кўрсатиш учун AS2 ни яқунлайдилар.
Яқуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	11 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетинглар фойдаланишлари мумкин бўлган турли рақамли воситаларни тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS11: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Ўзгараётган рақамли манзара тўғрисидаги мақолалар.
--------------------------	--

Калитлар: **MP:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS11) маркетинглар фойдаланишлари мумкин бўлган турли рақамли воситалар мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ блоглар, влоглар ва онлайн-чат; ○ видео алмашув; ○ ижтимоий тармоқлар; ○ вики-сайтлар; ○ аудио-видео материаллар; ○ ўйинлар; ○ вирусли маркетинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар мазкур воситалардан нечасини биладилар? Мазкур рақамли воситалардан фойдалана олмайдиган ташкилотлар мавжудми? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар турли ташкилотларнинг рақамли маркетингни ушбу воситаларидан қандай фойдаланишига доир қизиқарли мисолларни топиш учун тадқиқот ўтказадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар ўз натижаларини гуруҳнинг қолган қисмига тақдим этадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: рақамли маркетинг воситаларининг таъсири. Мазкур воситалар маркетингни қандай қўллаб-қувватлайди ва яхшилайдими? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар рақамли ландшафтнинг ўзгариши ҳақидаги мақолаларни кўриб чиқадилар ва муҳокама қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: келгусидаги ривожланиш йўналишлари қандай?
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	12 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли ускуналарда йўналишни қандай аниқлаб олишни тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS12: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
--------------------------	--

Калитлар: **MP:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS12) рақамли аппаратли таъминот бўйича йўналишни аниқлаш мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ рақамли қурилмаларни мувофиқлаштириш ҳамда смартфонлар ва ақлли соатлар, ноутбуклар, планшетлар ва нетбуклар, компьютерлар, ўйин қурилмалари ва ақлли телевизорлар каби мобиль технология, қурилма ва иловалардан (apps) фойдаланиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг шахсий қурилмалари ва уларнинг ҳар бирдан қандай фойдаланишларига мисоллар келтирадилар. Мазкур фойдаланишнинг ташкилот учун ижобий ва салбий оқибатлари қандай? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар қурилмалар ва уларнинг ҳар бирининг ишлаш тамойиллари ўртасидаги боғлиқликни тадқиқ қиладилар ва муҳокама қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар рақамли ускуналарнинг қандай интеграцияланиши ва мувофиқлашишини муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	13 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мижозларга хизмат кўрсатишнинг юқори сифатини таъминлаш учун рақамли воситалар, платформалар ва каналларнинг муҳимлигини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS13: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS13) мижозларга хизмат кўрсатишнинг юқори сифатини таъминлаш учун рақамли воситалар, платформалар ва каналларнинг муҳимлиги мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ веб-саҳифалар, микросайтлар, блоглар, порталлар, ҳаволалар, электрон почта, SMS, SEO; ○ конверсиянинг оптималлашуви; ○ онлайн ва офлайн-интеграция; ○ тинглашнинг фаол механизмлари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар ўзларининг рақамли воситалар, платформалар ва каналлар билан ишлаш тажрибаларидан мисоллар келтирадилар. Улар мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини қандай оширадилар? • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар рақамли каналдан фойдаланиш билан бошланадиган ёки якунланадиган «сирли / махфий харидор» ўқув машқини ўтказадилар ва ўз натижаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар ўзлари танлаб олган ташкилотдан мисоллар келтириш орқали рақамли воситалар, платформалар ва каналларнинг мижозлар билан ўзаро ҳаракатлар жараёнига мослашиб кетишини, шунингдек мижозлар билан ишлаш тажрибасини муҳокама қиладилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	14 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли технологияларни жорий этиш истеъмолчилари ҳаётий циклининг турли босқичларини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS14: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS14) рақамли жорий этиш истеъмолчилари ҳаётий циклининг турли босқичлари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ технологияларни жорий этиш ва тарқатиш; ○ истеъмолчини жорий этиш жараёнининг босқичлари; ○ бизнесни жорий этишнинг ташкилий жараёни; ○ жорий этишнинг тезлиги ва даражасига таъсир этадиган омиллар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сиз инновацияларни ўзлаштириш эгри чизигининг қаерида жойлашгансиз, масалан истеъмолчиноваторларда, эрта издошларда, эрта даврдаги кўпчиликда, кечки даврдаги кўпчиликда, сусткашларда? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар истеъмолчиларнинг турли гуруҳлари инновацияларни ўзлаштириш эгри чизигининг қаерида жойлашганини тушуниш учун тадқиқот ўтказадилар ва ўз хулосаларини гуруҳга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ўқувчилар инновацияларнинг тезлиги ва даражасига таъсир этадиган омилларни муҳокама қиладилар.
Яқуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	15 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • алоқалар учун рақамли платформаларни тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS15: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS15) алоқалар учун рақамли платформалар мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ турли платформалар ва онлайн-алмашувлар; ○ қамров; ○ таҳлил ва метрика; ○ ҳамкорлик ва ишчи жараён; ○ жалб этилганлик ва кўламдорлик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар электрон тижорат ва онлайн-алмашув платформаларини тушуниш ҳамда уларнинг турли бизнес-контекстларда қўлланилишини кўрсатиш учун тадқиқот ўтказадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ташкилот электрон тижорат учун энг яхши платформани қандай танлаб олади? • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар турли ташкилотлар учун электрон тижоратнинг қандай платформалари самаралироқ бўлишини аниқлаш учун кейс-стадилардан олинган мисолларни ўрганадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар улардан ҳар бирининг қандай ишлаётгани ва уларнинг асосий фарқларига оид мисолларни кўриб чиқиш орқали онлайн-ўтказмаларнинг турли контекстларини аниқлайдилар ва тадқиқ қиладилар. Ўқувчилар ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	16 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сотувлар ва қўллаб-қувватлашга доир турли автоматлашган ва автоматлашмаган амалиётларнинг туган ўрнини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS16: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Кейс-стадилар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS16) сотувлар ва қўллаб-қувватлашга доир турли автоматлашган ва автоматлашмаган амалиётларнинг тутган ўрни мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ матнли баннерлар, харидлар учун саватчалар ва такрорий харидларнинг автоматлашган созлови; ○ ҳаракат қилишга ундаш, реал вақт режимидаги онлайн-сотувлар ва қўллаб-қувватлаш, электрон почта бўйича реклама кампаниялари; ○ СМС-тарқатмалар, савдо филиаллари ва савдо тармоқлари; ○ ижтимоий тармоқлардаги сотув каналлари. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: инвестицияларнинг фойдалилигини (ROI) қандай ўлчайсиз? • Гуруҳдаги муҳокама: автоматлашган ва автоматлашмаган сотувлар ҳамда қўллаб-қувватлашларнинг қандай турлари мавжуд? Ўқувчилар ўз тажрибаларидан мисоллар келтирадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар автоматлашган маркетингнинг афзалликларини ва унинг бир нечта туташ нуқталарни қандай бирлаштиришни ўрганадилар.
Яқуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	17 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли маркетинг кампанияларининг тутган ўрни ва таъсирини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS17: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Турли маркетинг каналларининг мисоллари ва улардан фойдаланиш. • Кўп каналли маркетингга доир мақолалар. • Видеоклиплар.
Калитлар: MP: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS17) рақамли маркетинг кампанияларининг тутган ўрни ва таъсири мавзуси кўп каналли маркетингнинг устунлик ва камчиликларини ўз ичига олади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: кўп каналли ва универсал маркетинг ўртасида қандай фарқ мавжуд? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар маркетингнинг турли каналлари ва улардан фойдаланишни тасвирлаш учун маркетингга доир турли мисолларни ўрганадилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар кўп каналли маркетингдан фойдаланиш ҳақидаги видеороликларни томоша қиладилар ва муҳокама қилиш учун мақолаларни ўқийдилар. • Гуруҳдаги муҳокама: кўп каналли маркетинг стратегиясининг асосий устунлик ва камчиликлари нимада?
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	18 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • интернет-кампанияларнинг маркетингларга янада ижодий, мослашувчан ва осон бошқариладиган имкониятларни қандай таклиф этиши мумкинлигини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS18: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS18) интернет-кампанияларнинг маркетингларга янада ижодий, мослашувчан ва осон бошқариладиган имкониятларни қандай таклиф этиши мумкинлиги мавзуси қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ бир нечта каналлардан фойдаланган ҳолда интеграцияланган кампанияларни қўллаш; ○ вирусли маркетинг ва ўйинлар; ○ мижозларнинг хулқ-атворларини онлайн кузатуви. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: интернет-кампанияларни ташкил этишнинг қандай фойдаси мавжуд? • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар гуруҳ билан ўртоқлашиш учун ижодий рақамли маркетингнинг мисолларини тадқиқ қиладилар. • Гуруҳдаги муҳокама: ташкилот вирусли кампанияни режалаштириши мумкинми?
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	19 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: рақамли кампанияларни ишончли баҳолаш муҳимлигининг сабаблари ва асосларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. <p>PS19: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар.</p>
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS19) рақамли кампанияларни ишончли баҳолаш муҳимлигининг сабаблари ва асослари мавзусига кириш қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ истеъмолни тадқиқ қилиш, тадқиқотларни кузатиш, конверсион чуқур; ○ онлайн-метрикалардан фойдаланилгандаги самарадорлик кўрсаткичлари: жавоблар коэффициентлари, кампаниялар шарҳи ва мижозларни таҳлил қилиш; ○ онлайн-харидор ва излаш хулқ-атвори. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар маркетингнинг маҳсулдорлигига, маркетинг соҳасидаги қарорларга, инвестицияларнинг маркетингга қайтишига (ROMI) ва мижозларнинг қониқишларига урғу бериш орқали турли рақамли кампанияларнинг мисолларини ўрганадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: рақамли кампанияни баҳолашнинг муҳимлиги. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар усулдан, жумладан онлайн-баҳолашлардан тўғри фойдаланишни аниқлаш учун турли кейс-стадиларни ўрганадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Дарс рақами	20 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рақамли кампанияларда аҳолини ўлчашни тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • PS20: ўқитувчи учун слайдлар ва эслатмалар. • Рақамли кампанияларнинг кейс-стадиси.
Калитлар: МР : машқлар рўйхати; ФС : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқитувчи аввалги дарсни мустаҳкамлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: (PS20) рақамли кампанияларда аҳолини ўлчаш мавзусига кириш қўйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ шериклик тармоқлари; ○ ижтимоий тармоқлар; ○ мижозлар ва мижоз бўлмаганлар; ○ ташриф буюрувчилар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар рақамли кампанияларнинг кейс-стадиларини ўрганадилар, демографик кўрсаткичларни қўллайдилар ва ўз хулосаларини гуруҳ билан ўртоқлашадилар. • Гуруҳдаги муҳокама: аҳолини ўлчашнинг муҳимлиги.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: ўқувчилар ўз қайдларини ёзадилар ва таянч атамалар глоссарийсини давом эттирадилар.

Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг
Ўқитиш мақсади (лари)	<p>A Рақамли муҳитнинг имкониятлари, муаммолари ва таъсирини тушуниш.</p> <p>B «Ғиштар ва қоришма» ва бошқа жисмоний каналларни солиштириш ва қарши қўйиш орқали асосий рақамли воситалар, платформалар ва каналларни тушуниш.</p> <p>C Рақамли маркетинг бўйича тадбирлар ташкил этишни ва қўп каналли имкониятларни яратишни тушуниш.</p> <p>D Мониторинг ва рақамли маркетингни самарали баҳолаш усулларини тушуниш.</p>
Мустақил топшириқнинг номи	Универсал рақамли маркетингнинг режаси
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилиш санаси	
Топшириш муддати	

Касбий сценарий ва контекст	<p>Сизга рақамли маркетолог сифатида рақамли маркетинг талаб этилаётган маҳаллий корхонадан мурожаат қилишди ва улар сиздан ҳамда сизнинг компаниянгиздан ўзлари учун рақамли маркетинг кампаниясини ишлаб чиқишни сўрашди.</p> <p>Кампания бир нечта қурилмаларга хизмат кўрсатишни, муваффақиятни ўлчаш ва баҳолаш учун турли каналлар бўйича таҳлилларни боғлашни, муайян каналнинг трафиги учун маркетинг метрикаларидан фойдаланишни, шунингдек мижозларни аниқлаш ва маркетинг таҳлил ёрдамида уларнинг тажрибаларини персоналлаштириш усулларини ўз ичига олиши лозим.</p> <p><i>[Мазкур мустақил топшириқ учун ўқитувчилар реал ёки тасаввурдаги корхонадан фойдаланишлари мумкин.]</i></p>
------------------------------------	---

<p>1-топшириқ</p>	<p>Тақдимот қуйидагиларни ўз ичига олиши лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маҳаллий бизнес билан танишув; • универсал маркетингнинг қандай ва нима учун ривожланганини тушунтириш; • кўп каналли имкониятлардан фойдаланиш орқали амалга ошадиган рақамли кампания; • фойдаланиладиган, танлаб олинган имкониятларнинг ва улар мижозларнинг жалб этилишларини ҳамда инвестицияларнинг қайтарилишини (ROI) қандай оптималлаштиришининг асосланиши; • якка тартибдаги ва персоналлашган товар ва хизматларни хабардор этиш ҳамда ишлаб чиқиш учун маълумотлардан фойдаланиш; • самарадорлик кўрсаткичларидан фойдаланиш орқали рақамли маркетингнинг самарадорлигини ошириш учун зарур бўлган чора-тадбирларни амалга ошириш.
<p>Далилларнинг зарурий рўйхати</p>	<p>Топшириш PowerPoint даги 10-15 дақиқалик гуруҳли тақдимот ва саволлар учун ажратилган 5 дақиқа шаклида бўлиб ўтади. Сиз элементларнинг, масалан кадрлар занжиридан, иловалар макетидан, шиорлар учун тасвирлардан фойдаланишнинг қандай кўриниш ҳосил қилишига доир тасвирлардан фойдаланган ҳолда ўз кампаниянгизни тақдимот шаклида намойиш этишингиз лозим. Улар мустақил топшириқлар билан бирга топширилиши лозим.</p> <p>Тақдимот слайдлари ва спикерларнинг қайдлари битта нусхада тақдим этилиши лозим. Сиз зарурат туғилганда сарлавҳалардан, хатбошилардан ва PowerPoint қуйи бўлимларидан самарали фойдаланишингиз керак. Сизнинг тадқиқотларингизга Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланган ҳолда таяниш керак бўлади. Шунингдек Гарвард ҳаволалар тизимидан фойдаланган ҳолда библиографияни тақдим этиш сўралади. Тавсия этиладиган сўзлар миқдори чеклови спикернинг изоҳларини ҳам қўшган ҳолда 2000-2500 та сўздан иборат бўлади, лекин сиз сўзларнинг умумий чекловидан ошиб кетганингиз учун жазоланмайсиз.</p>

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонга эришиш учун сиз нималарга қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
A.P1	Рақамли маркетингнинг ўсишига кўмаклашувчи асосий истеъмолчилик тамойиллари ва ғояларини тушунтиринг.
A.P2	Рақамли маркетинг ландшафти дуч келадиган имконият ва муаммоларни тушунтиринг.
B.P1	«Ғиштлар ва қоришма» ва бошқа жисмоний каналлардан фарқли ўлароқ маркетинглар учун имконли бўлган асосий рақамли воситалар ҳамда жиҳозларнинг афзаллик ва камчиликларини баҳоланг.
B.P2	Электрон тижорат ҳамда рақамли маркетингнинг платформа каналларининг жисмоний каналларга нисбатан ривожланишини ўрганинг.
C.P1	Кўп каналли маркетингнинг қандай ривожланганини тушунтиринг.
C.P2	Комплекс маркетинг кампаниясини режалаштириш учун восита ва усулларни қўлланг.
D.P1	Рақамли маркетингдаги ўлчаш усуллари ва самарадорлик кўрсаткичларини баҳоланг.
D.P2	Рақамли маркетингда унумдорликни ошириш бўйича ўзингиз таклиф этаётган ҳаракатларни асосланг.

Мустақил топшириқни бажаришга ёрдам бериш учун маълумот манбалари	
Мазкур мустақил топшириқ қисқача йўриқномага илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	

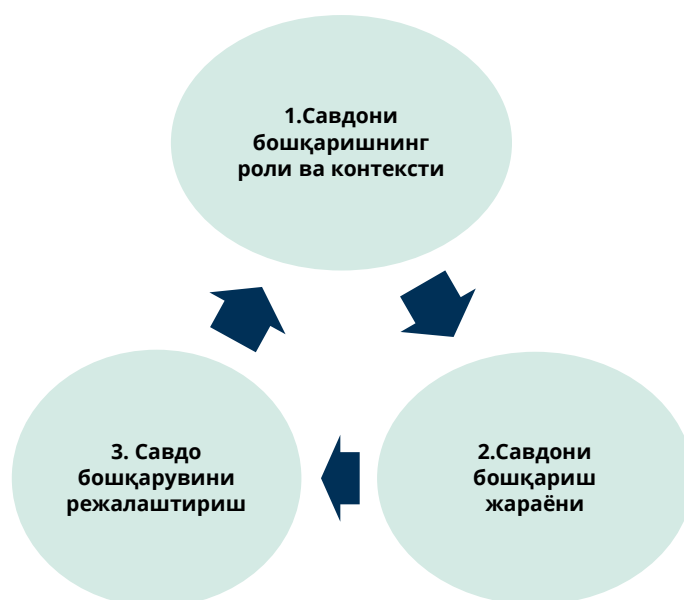
4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти

Ўқув қўлланма

Модул билан танишиш

Савдо ва даромад олиш ташкилотнинг муваффақияти ва ўсиши учун асосий талаблардир. Бироқ, савдо фаолияти ташкилотнинг умумий савдо ва маркетинг стратегияси контекстида бошқарилиши ва назорат қилиниши керак. Ўқувчилар савдо бошқаруви, ўзи ишлаётган муҳитда ташкилот стратегиясини амалга оширишда, қандай рол ўйнаши билан танишишлари керак.

Фақат шуни англаб бўлгандан кейингина, ўқувчилар савдо бошқаруви жараёни ва савдони бошқариш режасини қандай ишлаб чиқишни тушунишни бошлашлари мумкин. Шунинг учун ушбу модул учун ўқитиш ва ўрганиш мантиқий ва тизимли бўлиши жуда муҳимдир. Ўқитувчилар қуйидаги 1-расмни, ушбу модулни қандай тузиш кераклигини тўлиқ модел сифатида кўриб чиқишлари керак.



1-расм: Ушбу модулни ўрганиш кетма-кетлиги

Модел – савдони бошқаришнинг ташкилотдаги ўрни ва ташкилотнинг ҳозирги шароитини тушунишдан бошланадиган, цикл жараёнини намойиш этади. Контекстда савдони бошқариш фаолиятига, савдо ва маркетинг ўртасидаги муносабатларга ва мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллар мавжуд. Ушбу контекст ва савдо бошқарувининг роли А ва Б ўқув мақсадларида кўриб чиқилади.

С ўқитиш мақсади, ўқувчиларни савдони бошқариш жараёни билан таништиради ва D ўқитиш мақсади эса савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишга қаратилган. Ўқувчилар ҳар бир ўқув мақсадининг талабларига жавоб беришлари учун ушбу модул таълим мақсадлари билан кетма-кетликда бажарилиши керак.

Гарчи ушбу модул, ўқувчиларни фақатгина савдони бошқариш режасини тузадиган жойга олиб борадиган бўлса ҳам, ўқувчилар циклик табиатни ва савдони бошқариш ҳамда режалаштириш ўртасидаги муносабатни тушунишлари ва қадрлашлари муҳимдир.

Ўқитиш ва ўрганиш ўқувчиларга йўналтирилган бўлиши керак. Бунга эришиш учун иш режаси ва дарс режалари фақат ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимотларга асосланмайди. Бунинг ўрнига улар презентациялар, жуфтлик ва жамоалардаги машқлар ва синф муҳокамаларига асосланган. Бундай ёндашув, ўқувчиларнинг ўзаро муносабатларини рағбатлантиради, шунингдек, ўқувчиларни ўзларига бўлган ишонч, мулоқот кўникмалари ва жамоада ишлаш қобилиятини янада ривожлантиришга ундайди. Ўқувчилар жуфт ва гуруҳ бўлиб ишлайдилар ва бутун синф учун тақдимот ўтказишлари керак.

Ушбу босқичда, ўқувчилар тегишли тадқиқотларда ва кенгроқ ўқишда иштирок этишлари тавсия этилади ва хусусий ўқитишнинг кўп вазифалари, модул дастурининг ушбу жиҳати билан боғлиқ. Шу сабабли, ўқув машғулотида ҳамда алоқа ва АТ кўникмаларини ривожлантиришда, қўллаб-қувватлаш учун ўқувчилар ресурслар билан таъминланишлари ёки уларга йўналтирилиши жуда муҳимдир.

Идеал ҳолда, машғулоти ўқувчининг иш жойига боғлаш керак, бу ерда ушбу модул таркибини ҳаётий фаолият билан боғлаш орқали, тушунчалар, назариялар ва моделларни ўрганиш мумкин.

Ҳақиқий ташкилотчилик асосида, тегишли кейс-стадиларни тақдим этиш керак, шунда барча ўқувчилар ҳақиқий тажриба доирасида, дарсларини биргаликда ўтказишлари мумкин. Алоҳида кейс-стадини аниқлаш тавсия этилади. Ўқитувчига таниш бўлган ва интернетда тафсилотлари мавжуд бўлган ташкилот, бунга идеал мисол бўлиши мумкин. Кейинчалик ўқитувчи ташкилотни шундай танлаши керакки, унда у бир нечта ташкилотлар билан эмас, балки фақатгина битта ташкилот билан танишишига тўғри келиши керак.

Барча ўқувчилар операцион даражада савдо ва амалиётни бошқариш дунёси билан танишишлари фойдали бўлади. Масалан: савдони бошқариш соҳасида ишлайдиган меҳмон маърузачилар, ўқитиш ва ўрганишга ҳақиқий қиймат қўшиш учун модулнинг муайян жиҳатига эътибор қаратишлари мумкин. Ўқувчилар, саволлар олдиндан тайёрланиши учун маърузачини ва унинг ташкилотини ўрганиш жараёнида қатнашишлари мумкин.

Шунинг учун ушбу модулни ўқитиш ва ўрганиш, мантиқий ва тизимли бўлиши керак, улар синфдаги ўзаро алоқаларни қўллаб-қувватлашлари ва ўқувчиларни расмий шароитларда тақдим этилган тушунчалар, назариялар ва моделларни, масалан: уларнинг иш жойлари, шунингдек, мустақил тадқиқотлар ва ўқиш орқали ўрганишга ундашлари керак. (Ушбу модулнинг умумий дастурда тутган ўрни идеал равишда, 1 ва 5-модуллар аллақачон ўрганиб чиқилган бўлиши учун эътиборга олиниши керак. Бу кейинчалик баъзи дарслар учун таркиб қандай тақдим этилишига таъсир қилиши мумкин.)

Баҳолаш

Баҳолаш бўйича қўлланма

Қуйидаги жадвалда ҳар бир ўқитиш мақсади, қандай баҳоланиши ҳақида қисқача маълумот берилган. Баҳолаш учун икки хил вазифа мавжуд ва вазифа бир хилда барча тўртта А, В, С ва D ўқитиш мақсадларига қаратилган.

Ўқитиш мақсади	Асосий таркибий қисмлар	Тавсия этилган ёндашув
A Сотувларни бошқариш ролини тушуниш.	A1 Сотувларни бошқариш функциялари. A2 Сотувларни бошқариш муҳимлиги. A3 Сотувларни бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омиллар.	Ушбу даражада талаб қилинадиган билим ва баҳолаш қобилиятини тасдиқловчи маълумот ва яхши ишлаб чиқилган маълумот ҳужжатини яратиш.
B Сотувларни бошқариш контекстини тушуниш.	B1 Маркетинг ва сотувларни бошқариш ўртасидаги муносабатлар. B2 Мижозларнинг хатти-ҳаракатлари ва сотувларни бошқариш ўртасидаги алоқа. B3 Сотувлар ва маркетинг-микс.	
C Сотувларни бошқариш жараёнини тушуниш.	C1 Сотувларни бошқариш жараёни. C2 Сотувларни самарали бошқариш жараёнининг ташкилотлар учун бўлган афзалликлари.	Муайян ташкилот учун ҳаётий стратегик савдо бошқаруви режасини тузиш.
D Сотувларни бошқариш бўйича режа тузишни билиш.	D1 Сотувларни бошқариш режаси учун муваффақият мезонлари. D2 Сотувларни бошқариш режасини ишлаб чиқишдаги ёндашувлар.	

1-мустақил иш топшириғи, А ва В ўқитиш мақсадларига қаратилган (савдони бошқаришнинг роли ва контексти). Ушбу топшириқнинг бир қисми сифатида, ўқувчилар савдони бошқаришнинг функциялари ва аҳамияти, шунингдек, савдони бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омиллар тўғрисидаги тушунчаларини намойиш этадиган, ахборот ҳужжатини тайёрлайдилар.

Ахборот ҳужжати, шунингдек, ўқувчиларнинг савдо бошқаруви, мижозлар ҳаракати ва маркетинг ўртасидаги муносабатларни тушунишни намойиш этади. Шунингдек, у ўқувчидан, савдо қандай қўллаб-қувватланиши ва маркетинг аралашмасининг бир қисми бўлишини тахмин қилишни талаб қилади. Ўқувчилар мустақил ишнинг қисқача мазмунидаги талабни В.РЗ баҳолаш мезонларига жавоб бериш учун тўлиқ асослаб берилиши ва баҳоланиши кераклигини тушунганларига ишонч ҳосил қилинг.

2-мустақил иш топшириғи, савдони бошқариш жараёни ва режасига (С ва Д ўқитиш мақсадларига) қаратилган. Савдо бошқаруви режаси тузилишидан олдин ташкилотнинг савдони бошқариш жараёни баҳоланади. Яъни режа, ташкилотнинг савдо-сотикни бошқариш жараёнидан, ҳозирги вақтда фойдаланишини баҳолашга асосланиши керак. Ушбу дастлабки баҳолашсиз С.РЗ қониқтирилмайди.

Ўқувчилар малакани ошириш учун барча баҳолаш мезонларига жавоб беришлари кераклигини тушунишлари жуда муҳимдир.

Эслатма: дарс режасида 1 ва 2-мустақил иш учун топшириқлар тугатилгандан сўнг ўқувчиларга қачон ва қандай қилиб қайта алоқани таклиф қилиш кераклиги кўрсатилмайди. Бунинг учун алоҳида вақт талаб этилади. Масалан: 20-дарс ўқувчилар билан индивидуал машғулотлардан иборат бўлиб, уларда бутун модулни кўриш имконияти пайдо бўлади ва ўқитувчи ҳар қандай ҳал қилинмаган саволларга жавоб бериши мумкин. Бу мустақил ишнинг 2-топшириғи бўйича фикрлар билдириш учун яхши имконият бўлади.

Баҳолаш бўйича қўлланма

Қуйидаги қўлланмада ўқувчилар баҳолаш мезонлари ва ўқитиш мақсадларини бажаришни хоҳласалар, улар мустақил иш топшириқларига нималарни киритишлари кераклиги тўғрисидаги маълумотлар мавжуд.

1-топшириқ: Ахборот ҳужжати (А ва В ўқитиш мақсадлари)

Ахборот ҳужжати мантиқий равишда тақдим этилиши ва ўқувчининг модул спецификациясида ва мустақил ишлаши, қисқача йўриқномада кўрсатилган мезонларга жавоб берадиган фундаментал билимларга эга эканлигини исботловчи етарли далилларга эга бўлиши керак. Бу таҳлил қилиш ва баҳолаш қобилиятининг далилларини ўз ичига олиши керак.

2-топшириқ: Савдо бошқаруви режаси (С ва D ўқитиш мақсади)

Режа юқори даражадаги тингловчилар учун тайёрланиши керак. Режа далилларга асосланган бўлиши ва бундай аудиторияга тегишли таклифларни таклиф қилиши керак. Режа аниқ, асосли ва тингловчиларга унинг ҳаётийлигини намоиш эта олиши керак. Яъни, режа кўриб чиқиш учун етарлича талабларга жавоб беради.

Модулнинг бошланиши

Сизга модулни ўрганишнинг битта усули учун бошланғич нуқта берилади. У спецификацияда келтирилган, тавсия этилган баҳолашга нисбатан ёндашувга асосланган.

4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти

Кириш

Идеал ҳолда, ўқувчилар ўз ташкилотларида ўқишни контекстуализация қилишлари керак. Агар бунинг иложи бўлмаса, ўқувчилар ташкилотни ўрганишлари мумкин бўлган манба сифатида тақдим этишлари керак. Бироқ, баъзи дарслар вазиятни амалий ўрганишни ҳам талаб қилади.

Ўқитувчилар, ўқувчилар онлайн тадқиқотлар ўтказишга даъват этилганда, фақатгина ташкилотларнинг номларини кўрсатишлари керак. Шундай қилиб, барча ўқувчилар турли хил ташкилотларда савдо бошқаруви тамойиллари ва амалиётлари тўғрисидаги билимларини мустақамлашлари учун ўз тадқиқотларини ўтказишлари керак.

Ўқувчиларни кўпроқ ўқишга ундаш керак ва баъзи манбалар модул спецификациясида ва ушбу қўлланмада келтирилган. Ўқувчилар, шунингдек, кенгроқ ўқиш учун ўзларининг маълумот манбаларини аниқлашни хоҳлашади ва буни рағбатлантириш керак. Кенгроқ ўқиш, таълим олувчиларнинг қарорлари ва таклифларини қўллаб-қувватлашларида, айниқса, улар талаб қилинадиган вазифаларни бажарганларида фойдалидир. Масалан: ўқувчилар ушбу модулда келтирилган асосий тушунчалар ва моделларни тушунишлари керак. Шунингдек, моделларнинг афзалликлари ва уларнинг контекст/вазият билан боғлиқлигини чуқур тушуниш учун улардан фойдаланишдан олдин ушбу моделларни таҳлил қилиш керак.

10, 18 ва 19-дарслар, ўқувчилар 1 ва 2-топшириқларда ишлашлари учун ишлаб чиқилган бўлиб, 20-дарс ўқувчилар билан айниқса, мустақил иш мезонларини баҳолаш учун қўшимча раҳбарлик ва ёрдамга муҳтож бўлганлар билан юзма-юз суҳбатлар ўтказиш имкониятини беради.

Ўқитиш ва ўрганиш ўқувчиларга йўналтирилган бўлиши керак. Дарслар презентацияларнинг комбинацияси, жуфт бўлиб ишлаш, кичик гуруҳлар ва синф муҳокамалари сифатида ишлаб чиқилган. Ушбу ёндашув ўқувчилар ўртасидаги ўзаро муносабатларни, шунингдек, ишонч, мулоқот қобилиятлари ва жамоада ишлашни рағбатлантиради. Ҳар бир дарсда ўқитиш ва ўрганиш мобайнида сиз қуйидагилар бажарилаётганига ишонч ҳосил қилишингиз керак:

- дарснинг асосий фикрлари муҳокама қилинапти;
- ўқувчиларнинг асосий шарҳлари ёзув тахтасига ёзилапти;

4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти

- ўқувчилар мунозара пайтида қайдлар ёзишяпти;
- ўқувчилар билан ўзаро алоқа рағбатлантирилаяпти, агар керак бўлса, оғзаки саволлар қўлланилаяпти.

А ўқитиш мақсади: Сотувларни бошқариш ролини тушуниш

Дастурнинг 1-дарсида савдо бошқарувининг модули ва асосий тушунчалари, савдо бошқарувининг принциплари ва функциялари билан таништирилади, 2-дарсда эса савдони бошқариш функциялари билан танишиш давом эттирилади. Ўқитувчилар томонидан олиб бориладиган тақдимотлар, жуфтликдаги машқлар ва синфдаги мунозараларнинг комбинацияси орқали ўқувчилар ташкилотларда савдони бошқариш усулларини ўрганадилар. Сизга интернетга уланган компьютерлар керак бўлади.

Ушбу дастлабки иккита дарсни ўрганишни кучайтириш учун ўқувчилардан савдо бошқарувининг вазифалари тўғрисида, иккита турли матнларни ўқиш талаб қилинади.

3-дарсда, масалан: маркетингни қўллаб-қувватлаш, даромад олиш ва бозор маълумотларини тўплашда, ташкилотларда савдо бошқарувининг аҳамияти ўрганилади. Ўқувчилар энг муҳим жиҳати, деб ҳисоблайдиган савдо бошқарувининг аспекти ҳақида, ўз тақдимотини яратиш учун жуфт бўлиб ишлашдан олдин, ўқитувчи тақдимот қилади ва ўқувчилар кейс-стадидан фойдаланган ҳолда, асосий фикрларни муҳокама қилишади (ўқитувчи бунга киришга рухсат олиши ёки ўзи яратиши керак бўлади). Ўқувчилар ўз фикрларини синфга етказишга тайёр бўлишлари керак.

Мустақил дарсдан ташқари ишларнинг вазифаси, дарсларни ўзлаштиришни кучайтиришдир. Ўқувчиларга савдо бошқаруви функциясининг аҳамияти мавзусини давом эттирадиган, иккита турли хил матнларни ўқиш таклиф қилинади.

4-дарсда бюджетни бошқариш, атроф-муҳит омиллари ва рақобатчилар фаолияти каби савдони бошқариш фаолиятига таъсир кўрсатадиган омиллар келтирилган. Дарс машғулоти ўқувчилардан, ўқитувчининг назарий маълумотларига таянишни талаб қилади ва 3-дарсдаги мисолдан фойдаланиб, ташкилотнинг савдо бошқаруви фаолиятига ташқи ва ички омилларнинг таъсирини баҳолайди.

Ўқувчилар баҳолаш натижаларини тақдим этадилар ва синф муҳокамаларида ушбу мавзунини янада ўрганадилар. Ўқув натижаларини бирлаштириш учун ўқувчилардан, савдо бошқарувининг аҳамияти тўғрисида икки хил матнни ўқиш сўралади.

4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти**В ўқитиш мақсади: Сотувларни бошқариш контекстини тушуниш**

5 ва 6-дарсларда, талабалар маркетинг хусусиятларини кўриб чиқадилар.

Шуни таъкидлаш керакки, ушбу модул дастурда аниқ қаерда берилганига қараб, ўқувчилар ушбу функциялар ҳақида аллақачон билишлари мумкин. Бундай ҳолда, ўқитувчига ўқувчилар аллақачон ўрганган нарсаларини билиб олиши фойдали бўлади ва у вазиятни ўрганиш таҳлилига эътибор қаратишдан олдин, диққатни жамлаш учун дарсларни қайта йўналтириши мумкин.

Ўқувчилар савдо бошқаруви ва маркетинг ўртасида алоқа ўрнатиши жуда муҳимдир. 5-дарс охиридаги мустақил дарсдан ташқари, ишлар маркетинг функциясини ўрганишга ёрдам беради, 6-дарс охирида, олиб бориладиган мустақил дарсдан кейинги машғулот эса кейинги дарсга тайёргарлик кўришда мижознинг хатти-ҳаракати тўғрисида ўқишдир.

7 ва 8-дарс мавзулари, харидорларнинг хулқ-атвори ва хусусиятлари ҳамда мижозларнинг хатти-ҳаракати сотувга қандай таъсир қилиши мумкинлигини ўз ичига олади. Ўқув натижаларини бирлаштириш учун ўқувчилардан мижозларнинг хатти-ҳаракатлари ва уларнинг савдо бошқаруви билан муносабатлари билан боғлиқ иккита турли матнларни ўқиш талаб қилинади. 8-дарс охиридаги шахсий машғулот топшириғи ўқувчиларни сотиш тўғрисидаги маълумотни ўқиб бўлгандан кейин, кейинги дарсга тайёргарлик кўришга йўналтиради.

Шуни яна бир бор таъкидлаш керакки, ўқувчилар истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатларининг хусусиятлари ва моделлари, шунингдек, 5-модулда мижозлар хатти-ҳаракатларига оид асосий хабарлардан хабардор бўлишлари мумкин. Ўқувчилар нимани ўрганиш мумкинлиги тўғрисида олдиндан билимга эга бўлишлари 7 ва 8-дарсларнинг тузилишини қайта йўналтиришга ёрдам беради.

9-дарс ушбу мақсад учун ўқитиш ва ўқишни якунлайди ҳамда савдо ва маркетингга бағишланган. Яна бир бор, дастур қандай таъминланганига қараб, ўқувчилар ушбу мавзу бўйича олдиндан билимга эга бўлишлари мумкин. Шунга қарамай, бу маълум бир ишни ўрганиш учун билимларни қўллаш имкониятидир (буни ўқитувчи тайёрлаши керак).

Ўқувчилар савдо бошқаруви ва мижозларнинг хулқ-атвори ўртасидаги муносабатни бошқа модулларда қамраб олмасликларини тушунишлари муҳимлигига эътибор беринг, шунинг учун 7, 8 ва 9-дарсларни ўқиш керак.

4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти

С ўқитиш мақсади: Сотувларни бошқариш жараёнини тушуниш

10-дарс. Баҳолаш семинари (1-мустақил иш топшириғи).

Ўқувчилар 11 ва 12-дарсларда савдони режалаштириш ва одатдаги савдони бошқариш жараёнлари ҳақида билиб олишади.

Ўқувчилар савдони бошқариш жараёнининг ҳар бир босқичини таҳлил қиладилар: тайёргарликдан бошлаб савдонинг яқунланишигача, бу эса уларни 2-мутақил иш топшириғи ҳисобланган савдони бошқариш режасини тузишга тайёрлайди. Ўқитилган мавзуларни мустаҳкамлаш мақсадида, ўқувчилар савдони режалаштириш тўғрисида турли матнларни 11-12-дарслар якунида мустақил иш сифатида ўқишлари керак бўлади.

13-дарс савдони бошқариш жараёнини тушунишга асосланган, ўқувчилар машқлари ва мунозараларга қаратилган. Ўқувчилар, айниқса, Ўзбекистонда савдо-сотиқни бошқариш жараёнини ташкил қилишнинг афзалликлари билан танишадилар.

Кейинчалик ушбу кенг тушунча, 14-дарсда маълум бир ташкилотга эътибор қаратиш учун ишлатилади. Ўқувчилар жамоалари турли ташкилотларда, савдо бошқаруви жараёнидан фойдаланишни баҳолайдилар. Ҳар бир гуруҳ ўз натижаларини тақдим этади, шундан сўнг, синф ушбу топилмаларни муҳокама қилади, ташкилотлар ўртасидаги ўхшашлик ва фарқларни топади. (Ўқувчилар турли ташкилотлар ўзларининг жараёнлари ва режалари муваффақиятли ёки муваффақиятли эмаслигини баҳолаш учун фойдаланадиган мезонларни кўриб чиқишни рағбатлантиришлари керак. Ушбу машқ 16 ва 17-дарслар учун фойдали бўлади).

Ўқувчилардан кейинги дарсга тайёргарлик кўриш пайтида, савдо режаларининг талаблари тўғрисида иккита турли хил матнларни ўқишлари сўралади.

4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти**D ўқитиш мақсади: Сотувларни бошқариш бўйича режа тузишни билиш**

D ўқитиш мақсадида, талабалар режанинг мақсад ва вазифаларига эришилишини таъминлаш учун савдо бошқаруви режаси ва муваффақиятли режа мезонларидан фойдаланишга эътибор қаратишади.

15-дарсда, муваффақиятли савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқиш мезонлари кўриб чиқилади. Олинган натижаларни синф билан баҳам кўришдан олдин, ўқувчилар муваффақиятнинг ҳар бир мезонини муҳокама қилиш учун жуфт бўлиб ишлайдилар ва мустақил дарсдан ташқари таълим бу маълумотни кучайтиради. Аммо шуни таъкидлаш керакки, турли ташкилотлар, ўзбек ташкилотлари фойдаланадиган муваффақиятнинг бир қатор мезонларидан фойдаланадилар, уларни 13-дарсда олиб борилган иш жараёнида аниқлаш мумкин ва бу дарс давомида қўлланилиши мумкин.

16 ва 17-дарслар савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқишга бағишланган. Жараённинг ҳар бир босқичи тўғри ўрганилишини таъминлаш учун ушбу дарсларнинг ҳар бир жараёнининг уч босқичига эътибор қаратилади. Ушбу дарслар ўқувчининг савдони муваффақиятли бошқариш режасини ишлаб чиқиш қобилиятининг калитидир.

Ушбу модулнинг охириги учта дарслари (18, 19 ва 20-дарслар) 2-мустақил ишни бажариш, яъни савдони бошқариш режасини ёзиш учун фойдаланилади. Ушбу режа барча тегишли баҳолаш мезонларини қамраб олиши ва ташкилотнинг маркетинг бўйича директори томонидан, ишлатилиши мумкин бўлган етарли маълумотларни (муваффақият мезонлари) ўз ичига олиши керак.

Шунинг учун, 18 ва 19-дарслар баҳолаш машғулотларидир. Топшириқни 19-дарс охирида тўплаш тавсия этилади ва ўқитувчи охириги дарсда ўқувчиларга шахсий фикр-мулоҳазаларини тақдим этади (20-дарс).

ВТЕС нинг бошқа модуллари ва малакаларига ҳаволалар

Мазкур модул бошқа барча модуллар билан боғлиқ, бироқ қуйидаги икки модул учун айниқса долзарб ҳисобланади:

- 1-модул: *Маркетинг асослари*
- 5-модул: *Истеъмолчининг хатти-ҳаракати*.

1 ва 5-модуллар мазкур модулдан олдин тақдим этилган, деб тахмин қилинади (4-модул).

Ресурслар

Китоблар

CuevCY, J. M. and Donaldson, B. (2016) *Sales Management*. 4th Ed. London: Red Globe Press. ISBN 9781137355102 (print), ISBN 9781137355126 (electronic)

Jobber, D. and LancCYter, G. (2019) *Selling and Sales Management*. 11th Ed. Harlow: Pearson Education. ISBN 9781292205021 (print), ISBN 9781292205076 (electronic)

Sethna, Z. and Blythe, J. (2019) *Consumer Behaviour*. 4th Ed. London: SAGE Publications. ISBN 9781526450012

Журналлар

European Journal of Marketing (Emerald)

Harvard Business Review (Harvard Business Publishing)

Journal of Consumer Research (OAP)

Journal of International Marketing (SAGE)

Journal of Marketing (SAGE)

Journal of Personal Selling and Sales Management (Taylor and Francis)

Вебсайтлар

www.cim.co.uk – *Chartered Institute of Marketing*

www.emerald.com – *Emerald Insight*

www.salesmanagement.org – *Sales Management Association*

www.consumerpsychologist.com – *The Psychology of Marketing*

Pearson ташқи интернет-сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайтни синфда фойдаланишдан аввал, URL-манзилнинг ҳамон аниқ, ишончли ва ўринли эканига ишонч ҳосил қилиш учун ўқитувчилар томонидан кўриб чиқилиши муҳим ҳисобланади. Биз ўқитувчиларга фойдали веб-сайтларни танланган саҳифаларда сақлашни ва ўқувчиларга мактаб/коллежнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга рухсат беришларини маслаҳат берамиз.

Иш схемаси

Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Ўқув соатлари	60
Дарслар сони	20
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	1-модул: Маркетинг асослари 5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати

Ўқитиш учун калитлар			
ЁМТ	Ёзма мустақил топшириқ	ММ	Материални мустаҳкамлаш
ТЭС	Таклиф этилган спикер	Т	Ташриф
МЎ	Мустақил ўқитиш	ИТ	Иш тажрибаси

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	<p>Модулга кириш ва уни баҳолаш.</p> <p>Савдо бошқаруви тушунчаси.</p> <p>Сотувларни бошқариш функциялари.</p> <p>A1</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: модул таркибига кириш, баҳолаш мезонлари ва қўшимча манбалар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: Савдо менежменти тушунчасини ўрганиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқарувининг функциялари: <ul style="list-style-type: none"> ○ савдо стратегиясини ишлаб чиқиш; ○ савдо мақсадларини аниқлаш ва тақсимлаш; ○ савдо назорати. • Ўқитувчи бошчилигидаги синфдаги муҳокама: Ўзбекистонда савдо бошқаруви функциялари билан яқиндан танишиш. • Якуний сессия: тушунишни кучайтириш ва кейинги дарс учун асос тайёрлаш. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви концепциясига оид иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Тақдимот учун қайдлар.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
2	Сотувларни бошқариш функциялари. A1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви концепцияси бўйича мустақил дарсдан ташқари иш топшириғига асосланган. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқаруви функциялари: <ul style="list-style-type: none"> ○ савдо бўлими/бюджет бўлимини бошқариш; ○ савдо бўйича гуруҳни ўқитиш; ○ маҳаллий савдо гуруҳини қўллаб-қувватлаш; ○ бошқа бўлимлар билан алоқа; ○ ички ва ташқи алоқаларни қуриш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: икки хил ташкилотдаги савдо бошқаруви ва унинг функциялари тўғрисида ўрганиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви функциялари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликларда ишлаш учун интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	Сотувларни бошқариш муҳимлиги. A2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 2-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви функциялари бўйича мустақил дарсдан ташқари топшириқ • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқарувининг аҳамияти: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг фаолиятини қўллаб-қувватлаш; ○ даромадларни шакллантириш; ○ брендни ривожлантириш/маҳсулот/хизмат ҳақида хабардорлик; ○ мижозлар ҳамда бозордан фикрлар ва маълумотларни йиғиш; ○ юқори даражали раҳбариятни бозор тенденциялари/кутилаётган натижалар тўғрисида хабардор қилиш; ○ ташкилий ўсиш ва ривожланишни қўллаб-қувватлаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ташкилот учун савдо бошқаруви муҳимлигини муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун икки хил манбадан бир бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ўзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликларда ишлаш учун кейс-стади.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
4	<p>Сотувларни бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омиллар.</p> <p>АЗ</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 3-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқарувининг аҳамияти тўғрисида дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ташқи омиллар: <ul style="list-style-type: none"> ○ атроф-муҳит омиллари (PESTLE); ○ рақобатчилар фаолияти; ○ мижозларнинг хатти-ҳаракати, кутишлари, эҳтиёжлари; ○ ташкилот фаолият кўрсатадиган саноат/сектор. • Гуруҳларда машқлар: амалий тадқиқотлар ёрдамида, ташқи омилларнинг ташкилотнинг савдо бошқаруви фаолиятига таъсирини баҳоланг. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ички омиллар: <ul style="list-style-type: none"> ○ ташкилий қобилият, имкониятлар(SWOT); ○ операцион бюджетлар; ○ сотилган товар/хизматлар; ○ вақт; ○ одамларни қизиқтириш, тажриба, ўқитиш; ○ маркетинг фаолияти. • Гуруҳларда машқлар: Ички омилларнинг ташкилотнинг савдо бошқаруви фаолиятига таъсирини баҳолаш учун амалий мисолдан фойдаланинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Гуруҳлардаги машқлар учун кейс-стади (3-дарс учун бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			<ul style="list-style-type: none"> • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчилар раҳбарлигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳнинг тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви фаолиятига таъсир этувчи омиллар тўғрисидаги иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
5	Маркетинг ва сотувларни бошқариш ўртасидаги муносабатлар. В1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 4-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви фаолиятига таъсир этувчи омиллар бўйича, дарсдан ташқари мустақил топшириқни бажариш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг функциясининг хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ бозорни ўрганиш; ○ тарқатиш каналларини аниқлаш ва бошқариш; ○ маҳсулот/хизматларни мижозлар билан таққослаш; ○ маҳсулот/хизматларни бошқариш. • Гуруҳларда машқлар: Сизнинг ташкилотингиз юқоридаги хусусиятлардан қандай фойдаланиши тўғрисида муҳокама қилиш учун амалий машғулотлардан фойдаланинг. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳнинг тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини ўрганишни мустаҳкамлаш учун маркетинг функциясининг хусусиятлари ҳақида, икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ўзув тахтаси ва рўчалар.</p> <p>Гуруҳлардаги машқлар учун кейс-стади (3-дарс учун бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
6	Маркетинг ва сотувларни бошқариш ўртасидаги муносабатлар. В1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 5-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетинг функциясининг хусусиятлари бўйича мустақил дарсдан ташқари ишга асосланган. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг функциясининг хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ товар/хизматларни реклама қилиш ва тарғиб қилиш; ○ маҳсулот/хизматни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш; ○ жамоатчилик билан алоқалар. • Гуруҳларда машқлар: амалий тадқиқотлар ёрдамида, ташкилотингиз юқоридаги функциялардан қандай фойдаланишини билиб олинг. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳнинг тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: кейинги дарсга тайёргарлик кўриш учун харидорнинг хатти-ҳаракати тўғрисидаги иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Гуруҳлардаги машқлар учун кейс-стади (3-дарс учун бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
7	Мижозларнинг хатти -ҳаракатлари ва сотувларни бошқариш ўртасидаги алоқа. B2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 6-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозлар хулқ-атвори концепцияси бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мижознинг хулқ-атвори хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ шахсий; ○ психологик; ○ маданий; ○ ижтимоий. • Жуфликда бажариладиган машқлар: мижозлар ҳаракати ва савдо бошқаруви ўртасидаги муносабатни муҳокама қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфт ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини мустаҳкамлаш учун мижозлар хатти-ҳаракати ва савдо бошқаруви ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
8	Мижозларнинг хатти -ҳаракатлари ва сотувларни бошқариш ўртасидаги алоқа. В2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 7-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозлар хатти-ҳаракати ва савдо бошқаруви бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мижозларнинг хатти-ҳаракати моделлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ канал сотиб олиш; ○ маҳсулот ёки хизматга қўйиладиган талаблар; ○ харид қилиш усуллари. • Жуфликда бажариладиган машқлар: мижозлар хатти-ҳаракати ва савдо бошқаруви ўртасидаги муносабатни муҳокама қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани кучайтириш ва кейинги дарс учун асос тайёрлаш. • Мустақил бажариш учун машқ: кейинги дарсга тайёргарлик кўриш учун икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
9	Сотувлар ва маркетинг-микс. ВЗ		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 8-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо ҳақида дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: "етти П" маркетинг тўплами: <ul style="list-style-type: none"> ○ нарх; ○ жой; ○ маҳсулот; ○ реклама; ○ ашёвий далиллар; ○ одамлар; ○ жараён. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар уч ёки тўрт кишидан иборат гуруҳлардан иборат бўлиб, уларнинг ҳар бири алоҳида ташкилотнинг савдо бошқарувини қўллаб-қувватлаш учун маркетинг аралашмасидан қандай фойдаланишни билиб олади. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳнинг тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун маркетинг аралашуви ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Гуруҳларда машқ қилиш учун интернетга уланган компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	<p>А ва В ўқитиш мақсадлари.</p> <p>Баҳолаш бўйича семинар.</p>	ЁМТ	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: А ва В ўқув мақсадларидан асосий мавзулар шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил иш ҳақида қисқача маълумот бериш ва 1-мустақил иш топшириғини тушунганлигини тасдиқлаш. • Индивидуал машқ: мустақил иш топшириғи бўйича ишни бошлаш. • Якуний сессия: 1-топшириқ асосида ўқувчилар фаолиятини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: 1-топшириқни давом эттиринг (11-дарс бошида тақдим этилиши керак). 	<p>Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси.</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ўзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Индивидуал машқлар учун интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
11	Сотувларни бошқариш жараёни. С1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-мустақил иш топшириғини йиғинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 1-мустақил иш топшириғи асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқарувини режалаштириш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқаруви жараёни: <ul style="list-style-type: none"> ○ 1-босқич: тайёргарлик; ○ 2-босқич: қидириш; ○ 3-босқич: дастлабки ёндашув; ○ 4-босқич: ёндашув. • Жуфликда бажариладиган машқлар: савдо бошқаруви режасини тайёрлашда 1-4-босқичларнинг муҳимлигини муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви жараёни (дастлабки босқичлар) ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
12	Сотувларни бошқариш жараёни. С1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 11-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш жараёни бўйича, дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдони бошқариш жараёни: <ul style="list-style-type: none"> ○ 5-босқич: савдо тақдимоти; ○ 6-босқич: эътироз ва шикоятларни кўриб чиқиш; ○ 7-босқич: сотувларни ёпиш; ○ 8-босқич: сотишдан кейинги ҳаракатлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: савдони бошқариш режасини тайёрлашда савдо бошқаруви жараёнининг 5-8 босқичлари муҳимлигини муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви жараёни тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
13	Сотувларни самарали бошқариш жараёнининг ташкилотлар учун бўлган афзалликлари. С2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 12-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви жараёни бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: самарали савдони бошқариш жараёнини ташкил этишнинг афзалликлари. • Жуфликда бажариладиган машқлар: самарали ташкилотларни савдо бошқаруви жараёнида ўзбек ташкилотларининг афзалликларини муҳокама қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўзининг топилмаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: индивидуал имтиёзларни аниқлаш учун тақдимотлар. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: самарали савдо бошқарувини ташкил этишнинг афзалликлари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
14	Савдо бошқаруви жараёни – баҳолаш. C1 ва C2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 13-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: самарали савдони бошқариш жараёнини ташкил этишнинг афзалликлари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар уч ёки тўрт кишидан иборат гуруҳларни ташкил қилишади, уларнинг ҳар бири савдо бошқаруви жараёнини баҳолаш учун алоҳида ташкилотни ўрганади. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир жамоа ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ташкилотларда савдони бошқариш жараёнларининг ўхшашлик ва фарқларига урғу берилган презентациялар. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: D ўқитиш мақсадига тайёргарлик кўриш учун савдо бошқарувини режалаштириш бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Ўзув тахтаси ва ручкалар. Гуруҳларда машқ қилиш учун интернетга уланиш имконияти мавжуд компьютерлар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
15	Сотувларни бошқариш режаси учун муваффақият мезонлари. D1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 14-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: муваффақиятли савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқиш бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқаруви режасининг муваффақият мезонлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ савдо мақсадлари – ҳажми ва қиймати; ○ бозорни аниқлаш; ○ мижозларнинг қониқиши; ○ харажатларни қоплаш; ○ вақтни чеклаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик савдони бошқариш режасини тузишда, ҳар бир муваффақият мезонининг аҳамиятини муҳокама қилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви режасининг муваффақият мезонлари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ўзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
16	Сотувларни бошқариш режасини ишлаб чиқишдаги ёндашувлар. D2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 15-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви режасининг муваффақият мезонлари бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқиш усуллари: <ul style="list-style-type: none"> ○ бозор мақсадларини аниқлаш; ○ савдо мақсадларини аниқлаш; ○ савдо бюджетини белгилаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик юқоридаги босқичларнинг ҳар бирини савдо бошқаруви режасида таҳлил қилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқишда икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
17	Сотувларни бошқариш режасини ишлаб чиқишдаги ёндашувлар. D2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 16-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқишдаги ёндашувлар бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо бошқаруви режасини ишлаб чиқиш усуллари: <ul style="list-style-type: none"> ○ мақсадли бозорда рақобатчилар фаолиятини таҳлил қилиш; ○ мақсадли бозор учун тактик ва операцион стратегияларни, режаларни ишлаб чиқиш; ○ савдо бўлимига қўшилиш ва қўллаб-қувватлаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик юқоридаги босқичларнинг ҳар бирини савдо бошқаруви режасида таҳлил қилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдони бошқаришни режалаштиришга ёндашувлар ҳақида икки хил манбадан бошқа бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
18	<p>С ва D ўқитиш мақсадлари.</p> <p>Баҳолаш бўйича семинар.</p>	ЁМТ	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: С ва D ўқув мақсадларидан асосий мавзулар шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқарувини режалаштиришга ёндашиш бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 2-топшириқ. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш режасининг тузилиши. • Индивидуал машқ: мустақил иш учун тадқиқот ишларини бошланг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Мустақил бажариш учун машқ: 2-топшириқни давом эттиринг. 	<p>Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Индивидуал машқлар учун интернетга уланган компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
19	<p>Модул ҳақида умумий маълумот.</p> <p>Баҳолаш бўйича семинар.</p>	ЁМТ	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 18-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: модулни тўлиқ муҳокама қилинг ҳамда ҳар қандай савол ва муаммоларни ҳал қилинг. • Индивидуал машқ: 2-мустақил иш топшириғини давом эттиринг. • Мустақил бажариш учун машқ: 2-мустақил иш топшириғини давом эттиринг (тўлдирилиб, кейинги дарсгача баҳолаш учун ўқитувчига топширилиши керак) 	<p>Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Индивидуал машқлар учун интернетга уланган компьютерлар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
20	Индивидуал муҳокамалар.		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: ўқувчиларга баҳоланган мустақил ишларни қайтаринг ва уларга шарҳларни кўриш учун вақт беринг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: бажарилган ишлар тўғрисида умумий фикрларни, шу жумладан яхши амалиёт ва кейинги ривожланиш учун фикрларни муҳокама қилинг. • Ўқитувчининг тақдироти: мазкур модул ва унинг ушбу ўқитишдан келиб чиқадиган малакаси ҳамда потенциал ишга жойлашиш имкониятларидаги модуллар билан боғлиқлигининг шарҳи. • Индивидуал машқ: ўқувчилар модулни баҳолаш шакллари тўлдирадилар ва ўқитувчи билан мустақил ишларнинг индивидуал дарсларида қатнашадилар. • Якуний сессия: Синф билан келгуси ўқув режаларини хабардор қилинг ва умумий муаммоларни муҳокама қилиш учун фойдаланиладиган дарсларни баҳолаш шакллари йиғиб олинг. 	<p>Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Модулни баҳолаш шакли.</p>

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • модулни, уни баҳолашни ва уларни ўқитиш учун ресурсларни тушуниш; • савдони бошқариш концепцияси билан танишиш; • савдони бошқариш хусусиятларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • ТС1 ва ТС2: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР : машқлар рўйхати; ФС : форма шаблони; ТС : тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: модул таркиби, баҳолаш мезонлари ва қўшимча манбалар билан танишиш; Асосий машқларга ўтишдан олдин, ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС1): савдо бошқаруви таърифлари ва савдо бошқарувининг асосий тушунчалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ турли муаллифлар томонидан дарсликлар, журналлар ва веб-сайтлардан фойдаланган ҳолда бир қатор таърифларни тақдим этиш; ○ турли муаллифларнинг қарашлари ва тадқиқотларига асосланиб, турлича қарашларни намойиш этиш учун таърифлар; ○ қандай қилиб таърифлар бир-бирига зид келиши мумкинлигини намойиш қилиш; ○ баъзи таърифлар бир-бирини қўллаб-қувватлаётганини намойиш этиш. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС2): савдони бошқариш функциялари: <ul style="list-style-type: none"> ○ савдо стратегиясини ишлаб чиқиш; ○ савдо мақсадларини аниқлаш ва тақсимлаш; ○ савдо назорати. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўзбекистонда савдони бошқариш функциялари билан яқиндан танишиш. Ўзбек контекстида муҳокама қилинадиган асосий мавзулар: <ul style="list-style-type: none"> ○ шахсий савдо тажрибаси; ○ савдо бошқарувининг ўзбек ташкилотлари томонидан фойдаланилиши; ○ Ўзбекистон Республикасининг савдо ва савдони бошқариш бўйича қонунлари.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзунини мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви концепцияси ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс сони	2 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқариш тушунчасини тушуниш; • савдони бошқариш функцияларини тушуниш; • тадқиқот ўтказиш имкониятига эга бўлиш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТСЗ: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин, 1-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш тушунчасини кўриб чиқувчи, дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТСЗ): савдони бошқариш функциялари: <ul style="list-style-type: none"> ○ савдо бўлимини бошқариш ва унинг бюджети; ○ сотув бўйича гуруҳни ўқитиш; ○ маҳаллий савдо гуруҳини қўллаб-қувватлаш; ○ бошқа бўлимлар билан алоқа; ○ ички ва ташқи алоқаларни қуриш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: интернетдан фойдаланиб, икки хил ташкилотда савдо-сотикни бошқариш ва унинг функциялари ҳақида изланишлар олиб боринг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: савдо бошқаруви функциялари ҳақидаги билимларни мустаҳкамлаш учун икки хил манбадан бир қисмни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқариш функцияларини тушуниш • ташкилотлар учун савдони бошқариш муҳимлигини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС4: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МВ1: Жуфтликдаги машқ учун кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 2-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 2-дарсга оид барча саволлари ва хавотирлари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150) дақиқа	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш функциялари бўйича, дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС4): савдони бошқаришнинг аҳамияти: <ul style="list-style-type: none"> ○ маркетинг фаолиятини қўллаб-қувватлаш; ○ даромадларни шакллантириш; ○ товар/маҳсулот ҳақида хабардорликни ривожлантириш; ○ мижозлар ва бозордан фикр ва маълумотларни йиғиш; ○ бозор раҳбарияти ва бозор истиқболлари тўғрисида хабардор қилиш; ○ ташкилий ўсиш ва ривожланишни қўллаб-қувватлаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: (МВ1): ташкилот учун савдони бошқариш муҳимлигини муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний машғулот: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун икки хил манбадан савдо бошқарувининг аҳамияти тўғрисида битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилотлар учун савдони бошқариш муҳимлигини тушуниш. • савдони бошқариш фаолиятига таъсир қилувчи ташқи омилларни тушуниш; • савдони бошқариш фаолиятига таъсир қилувчи ички омилларни тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС5 ва ТС6: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МВ1: Гуруҳларда машқ қилиш учун кейс-стади (3-дарс учун бўлгани каби).
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 3-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 3-дарс бўйича, ўқувчиларнинг барча саволлари ва хавотирларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 минут)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ташкилотлар учун савдони бошқаришнинг аҳамияти тўғрисида дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС5): савдони бошқариш фаолиятига таъсир этувчи ташқи омиллар: <ul style="list-style-type: none"> ○ атроф-муҳит омиллари (PESTLE); ○ рақобатчилар фаолияти; ○ мижозларнинг ҳулқи, кутишлари, эҳтиёжлари; ○ ташкилот фаолият кўрсатадиган саноат/соҳа. • Гуруҳларда машқлар: (МВ1): амалий тадқиқотлар ёрдамида ташкилотнинг савдони бошқариш фаолиятига ташқи омилларнинг таъсирини баҳоланг. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчилар раҳбарлигидаги тақдимот (ТС6): савдони бошқариш фаолиятига таъсир қилувчи ички омиллар: <ul style="list-style-type: none"> ○ ташкилий қобилият, имкониятлар (SWOT); ○ операцион бюджетлар; ○ сотилган товарлар/хизматлар; ○ вақт; ○ одамларни қизиқтириш, тажриба, ўқитиш; ○ маркетинг фаолияти. • Гуруҳларда машқлар: (МВ1): амалий мисолдан фойдаланиб ташкилотнинг савдони бошқариш фаолиятига ички омилларнинг таъсирини баҳоланг. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ҳар бир гуруҳнинг тақдимотида берилган натижаларни кўриб чиқинг.

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний машғулот: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдо-сотиқни бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омиллар тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омилларни тушуниш; • маркетинг функциясининг хусусиятларини тушуниш; • тадқиқот ўтказиш имкониятига эга бўлиш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС7: Тақдимот слайдлари ва дарсликлар. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МВ1: Гуруҳларда машқ қилиш учун кейс-стади (3-дарс учун бўлгани каби).
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 4-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 4-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва хавотирларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омиллар бўйича, дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС7): маркетинг функциясининг хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ бозорни ўрганиш; ○ тарқатиш каналларини аниқлаш ва бошқариш; ○ мижозларга маҳсулот/хизматларни хариталаш; ○ маҳсулот/хизматларни бошқариш. • Гуруҳларда машқлар: Сизнинг ташкилотингиз юқоридаги хусусиятлардан қандай фойдаланиши тўғрисида, муҳокама қилиш учун амалий ишланмалардан фойдаланинг. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳ тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун маркетинг функциясининг хусусиятлари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетинг функциясининг хусусиятларини тушуниш; • тадқиқот ўтказиш имкониятига эга бўлиш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС8: Тақдимот слайдлари ва дарсликлар. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МР: Гуруҳ машқлари учун кейс-стади (3-дарс учун бўлгани каби).
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: 5-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 5-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволларига жавоб берилганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маркетинг функциясининг хусусиятлари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. ● Ўқитувчи раҳбарлиги остида тақдимот (ТС8): маркетинг функциясининг хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ товар/хизматларни реклама ва тарғиб қилиш; ○ маҳсулот/хизматни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш; ○ жамоатчилик билан алоқалар. ● Гуруҳларда машқлар: Амалий мисолларни ўрганиб чиқгач, ташкилотингизнинг юқоридаги функциялардан фойдаланишини ўрганиб чиқинг. ● Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳ тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Мустақил бажариш учун машқ: кейинги дарсга тайёргарлик кўриш учун харидорнинг хулқ-атвори тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мижозлар ҳаракати тушунчасини тушуниш; • мижозлар хулқ-атворининг хусусиятларини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС9: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: 6-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 6-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча савол ва хавотирларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозлар хулқ-атвори концепцияси бўйича, дарсдан ташқари мустақил иш топшириғи. ● Ўқитувчи раҳбарлиги остида тақдимот (ТС9): мижозлар хулқ-атворининг хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ шахсий; ○ психологик; ○ маданий; ○ ижтимоий. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: мижозлар хатти-ҳаракати ва савдони бошқариш ўртасидаги муносабатни муҳокама қилинг. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун мижозларнинг хулқ-атвори ва савдони бошқариш ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • харидорнинг хулқ-атвори ва савдони бошқариш ўртасидаги муносабатни тушуниш; • мижозлар хулқ-атворини тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • СП10: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 7-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 7-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча савол ва хавотирларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атвори ва савдони бошқариш бўйича, дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС10): мижозларнинг хулқ-атвори моделлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ канал сотиб олиш; ○ маҳсулот ёки хизматга қўйиладиган талаблар; ○ моделларни сотиб олиш; ○ харид қилиш усуллари. • Жуфликда бажариладиган машқлар: мижозлар ҳаракати ва савдони бошқариш ўртасидаги муносабатни муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: Кейинги дарсга тайёргарлик кўриш учун сотиш тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	9 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдо ва маркетинг тузилишини тушуниш; • маркетинг аралашмаси савдо бошқарувини қандай қўллаб-қувватлаётганини тушуниш; • тадқиқот ўтказиш имкониятига эга бўлиш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС11: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари; • Ёзув тахтаси ва ручкалар; • Интернетга уланган компьютерлар.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 8-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 8-дарсга оид барча саволлари ва хавотирларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотув ҳақидаги дарсдан ташқари мустақил иш топшириқ асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС11): "етти П" маркетинг аралашмаси: <ul style="list-style-type: none"> ○ нарх; ○ жой; ○ маҳсулот; ○ реклама; ○ ашёвий далиллар; ○ одамлар; ○ жараён. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар уч ёки тўрт кишидан иборат гуруҳларни ташкил қилишади, уларнинг ҳар бири ташкилот маркетингни бошқариш учун маркетинг аралашмасидан қандай фойдаланишини кўриб чиқади. • Гуруҳдаги муҳокама: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳ тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун маркетинг аралашуви ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1-мустақил иш топшириғининг талабларини тушуниш; • тадқиқот ўтказиш имкониятига эга бўлиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • МВ2: мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси. • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Индивидуал машқлар учун интернетга уланган компьютерлар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: дастлабки икки мақсаддан асосий мавзулар шарҳи (савдо бошқарувининг роли ва контексти); Асосий машқларга ўтишдан олдин А ва В ўқув мақсадларига оид, ўқувчиларнинг барча саволлари ва хавотирларига жавоб берилганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил ишнинг қисқача тавсифини киритинг ва мустақил иш топшириғи тўғрисида тушунчаларни мустаҳкамланг. • Индивидуал машқлар (МВ2): 1-мустақил иш бўйича ишни бошлаш.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: 1-топшириқ асосида ўқувчилар фаолиятини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: 1-мустақил топшириқни давом эттиринг (11-дарс бошида тақдим этилиши керак).

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	11 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқаришни режалаштиришни тушуниш; • савдони бошқариш жараёнини тушуниш; • ташкилот учун савдони бошқариш жараёнининг муҳимлигини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС12 ва ТС13: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (5 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-мустақил иш топшириқларини йиғиб олиш.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 1-мустақил иш топшириғи асосида . • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС12): Савдо бошқаруви жараёнининг контекстини аниқлаш учун савдони бошқариш режасини тузиш. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС13): Савдони бошқариш жараёни: <ul style="list-style-type: none"> ○ 1-қадам: тайёргарлик; ○ 2-қадам: қидириш; ○ 3-қадам: дастлабки ёндашув; ○ 4-қадам: ёндашув. • Жуфликда бажариладиган машқлар: савдони бошқариш режасини тайёрлашда савдони бошқариш жараёнининг 1-4 босқичлари муҳимлигини муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдо бошқаруви жараёнлари (дастлабки қадамлар) ҳақида иккита турли манбалардан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	12 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдо бошқарувини режалаштиришни тушуниш; • савдо бошқаруви жараёнини тушунинг.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС14: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 11-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 11-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва хавотирларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг. • Изоҳ: 1-топшириқ, мустақил равишда баҳоланган ва ўқувчиларга юборишга тайёр бўлиши мумкин. Агар шундай бўлса, мулоҳазалар вақти дарсга киритилиши керак.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш жараёни бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС14): савдони бошқариш жараёни: <ul style="list-style-type: none"> ○ 5-қадам: савдо тақдимоти; ○ 6-қадам: эътироз ва шикоятларни кўриб чиқиш; ○ 7-қадам: сотувларни ёпиш; ○ 8-қадам: сотишдан кейинги ҳаракатлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: савдони бошқариш режасини тузишда 5-8-қадамларнинг муҳимлигини муҳокама қилинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйда бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун иккита турли манбалардан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	13 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқариш жараёнини тушуниш; • ташкилотлар учун самарали савдо-сотиқни бошқариш жараёнининг афзалликларини тушуниш; • ўзбек ташкилотлари савдони самарали бошқариш жараёнидан қандай фойда олишларини тушуниш.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 12-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 12-дарсга оид барча саволларига жавоб берилганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш жараёни бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: самарали савдо-сотик бошқаруви жараёнини ташкил этишнинг афзалликлари асосида. • Жуфликда бажариладиган машқлар: савдо ташкилотларини самарали бошқариш жараёнида, ўзбек ташкилотларининг афзалликларини муҳокама қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: асосий имтиёзларни аниқлаш учун тақдимотлар асосида
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ/уйга вазифа	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: савдони самарали бошқариш жараёнини ташкил этишнинг афзалликлари тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	14 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: • Савдони бошқариш жараёнини қандай баҳолашни тушуниш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 13-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 13-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: самарали савдо-сотикни бошқариш жараёнини ташкил этишнинг афзалликлари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Гуруҳдаги муҳокама: ўқувчилар уч ёки тўрт кишидан иборат гуруҳларни ташкил қилишади, уларнинг ҳар бири савдони бошқариш жараёнини баҳолаш учун ўз ташкилотларини текширади. • Гуруҳдаги муҳокама: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир гуруҳ тақдимотида келтирилган натижаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: D ўқув мақсадига тайёргарлик кўрган ҳолда, савдони бошқаришни режалаштириш бўйича иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	15 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • режалаштиришни тушуниш; • савдо бошқаруви режасининг муваффақият мезонларини тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС15: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 14-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 14-дарс ҳақидаги барча саволларига жавоб берилганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишда муваффақият мезонлари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқни топшириш асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС15): савдони бошқариш режасининг муваффақият мезонлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ савдо мақсадлари – ҳажми ва қиймати; ○ бозорни аниқлаш; ○ мижозларнинг қониқиши; ○ харажатларни қоплаш; ○ вақтни чеклаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик савдони бошқариш режасини тузишда, ҳар бир муваффақият мезонининг аҳамиятини муҳокама қилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустқил машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдони бошқариш режасининг муваффақият мезонлари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	16 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдо бошқаруви режасининг муваффақият мезонларини тушуниш; • савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишда ёндашувларни тушуниш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС16: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 15-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 15-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволларига жавоб берилганига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш режасининг муваффақият мезонлари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириқ асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС16): савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишга ёндашувлар: <ul style="list-style-type: none"> ○ бозор мақсадларини аниқлаш; ○ савдо мақсадларини аниқлаш; ○ савдо бюджетини белгилаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик юқоридаги босқичларнинг ҳар бирини савдони бошқариш режасида таҳлил қилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдони бошқариш режасини ишлаб чиқиш ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	17 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим: <ul style="list-style-type: none"> • Савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишда ёндашувларни тушуниб олинг.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС17: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 16-дарс шарҳи; Асосий машқларга ўтишдан олдин 16-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволларига жавоб берилганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишдаги ёндашувлар бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириғи асосида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот (ТС17): савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишга ёндашувлар: <ul style="list-style-type: none"> ○ мақсадли бозорда рақобатчилар фаолиятини таҳлил қилиш; ○ мақсадли бозор учун тактик ва операцион стратегияларни, режаларни ишлаб чиқиш; ○ савдо бўлимига қўшилиш ва қўллаб-қувватлаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик юқоридаги босқичларнинг ҳар бирини, савдони бошқариш режасида таҳлил қилади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган хулосаларни кўриб чиқинг.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишда икки хил манбадан келтирилган бошқа бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	18 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2-мустақил иш топшириғининг талабларини тушуниш; • тадқиқот ўтказиш имкониятига эга бўлиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • МВ2: Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси. • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Индивидуал машқлар учун интернетга уланган компьютерлар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Дастлабки иккита ўқитиш мақсадидан асосий мавзуларнинг умумий кўриниши (савдони бошқариш жараёни ва савдони бошқариш режасини ишлаб чиқиш); Асосий машқларга ўтишдан олдин, ўқувчиларнинг С ва D ўқув мақсадларига оид барча саволлари ва муаммоларига жавоб берилганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдони бошқариш режаларини тушунишни текшириш ва мустақил иш учун берилган топшириқни тушунганлигини текшириш учун синфдан ташқари дарслар учун берилган мустақил топшириқни кўриб чиқиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: савдо бошқаруви режасининг тузилиши. • Индивидуал машқ (MB2): 2-мустақил иш учун тадқиқот ишларини бошланг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: 2-топшириқ асосида ўқувчилар фаолиятини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: 2-топшириқни бажаришни давом эттиринг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	19 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни амалга оширишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • С ва D ўқитиш мақсадларидаги асосий фикрларни тушуниш; • мустақил ишнинг 2-топшириғини бажариш учун тадқиқотлар ўтказиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • МВ2: Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси. • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Индивидуал машқлар учун интернетга уланган компьютерлар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Барча ўқув мақсадларидан асосий мавзулар шарҳи
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: модулни тўлиқ муҳокама қилинг ва ҳар қандай савол ва муаммоларни ҳал қилинг. • Индивидуал машқ (MB2): 2-топшириқни давом эттиринг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: мустақил топшириқ билан ўқувчилар фаолиятини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: 2-мустақил иш топшириғини давом эттиринг (у тўлдирилиб, кейинги дарсгача баҳолаш учун ўқитувчига топширилиши керак).

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	20 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқувчиларга мустақил топшириқ бўйича фикрлар билдириш. • Модулдан ўрганиш натижаларини текшириш ва ўқувчилар модулни баҳолашлари учун уни тўлиқ малака доирасида жойлаштириш.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • МВ2: Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси. • Модулнинг спецификацияси. • Модулни баҳолаш шакллари.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Ўқувчиларга баҳоланган мустақил топшириқларини қайтаринг ва уларга шарҳларни кўриш учун вақт беринг.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: бажарилган ишлар тўғрисида умумий маълумотлар, шу жумладан кейинги ривожланиш бўйича тавсиялар. • Ўқитувчининг тақдими: модул ҳамда унинг ушбу тренинг натижасида келиб чиқадиган малакаси ва потенциал ишга жойлашиш имкониятларидаги бошқа модуллар билан алоқаси шарҳи. • Индивидуал машқ: ўқувчилар модулни баҳолаш шакллари тўлдирадиган ва ўқитувчи билан мустақил ишнинг индивидуал дарсларида қатнашадиган.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: келажакдаги ўқув режаларини тузиш ва синф билан умумий муаммоларни муҳокама қилиш учун фойдаланиладиган дарсларни баҳолаш шакллари тўпланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Бу дарс учун йўқ.

Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти
Ўқитиш мақсади (лари)	<p>A Сотувларни бошқариш ролини тушуниш;</p> <p>B Сотувларни бошқариш контекстини тушуниш;</p> <p>C Сотувларни бошқариш жараёнини тушуниш;</p> <p>D Сотувларни бошқариш бўйича режа тузишни билиш.</p>
Мустақил топшириқнинг номи	Савдо бошқаруви режаси [талаба ташкилот номини киритиш учун]
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилиш санаси	
Топшириш муддати	

Касбий сценарий ва контекст	<p>Сиз ташкилотнинг савдо ва маркетинг бўлимида савдо бўйича менежерсиз.</p> <p>Сиздан жамоангиз учун бошқа савдо режаларини ва ташкилотнинг савдо ва маркетинг мақсадларини қўллаб-қувватлайдиган савдо режасини ишлаб чиқишингизни сўрашди.</p> <p>Савдо режангиз ишончли савдони бошқариш тамойилларига асосланиши керак.</p> <p><i>Ушбу мустақил ишнинг жавоби, сиз ҳозир ишлаётган ёки сиз ҳақингизда маълумотга эга бўлган ташкилотга тегишли бўлиши керак.</i></p>
------------------------------------	---

<p>1-топшириқ</p>	<p>Сиз ташкилотингизнинг маркетинг бўйича директорига тақдим этиладиган маълумот ҳужжати тайёрлашингиз керак.</p> <p>Ҳужжатда қуйидагилар кўрсатилиши керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқаришнинг функциялари ва аҳамиятини ҳамда савдони бошқариш фаолиятига таъсир этувчи омилларни тушуниш; ўз хулосаларингизни, хусусан, бошқа ташкилотлар билан таққослашга асослашингиз мумкин; <p>Савдо бошқаруви, мижозлар ҳаракати ва маркетинг ўртасидаги муносабатни тушуниш.</p> <p>Ахборот ҳужжатида, шунингдек, савдо қандай қўллаб-қувватланиши ва маркетинг аралашмасининг бир қисми бўлганлиги тушунтирилади. Ушбу тушунтириш бутунлай асосли ва оқилона бўлиши керак.</p>
<p>Далилларнинг зарурий рўйхати</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Тегишли шаклда тайёрланган, 600 сўздан ошмайдиган маълумот ҳужжати. • Тегишли форматдаги ҳаволалар. (Ҳаволалар рўйхати сўзлар сонига киритилмаган.)

<p>Мазкур топшириқ учун мезонлар:</p>	
<p>Тавсия этилган мезонлар</p>	<p>Мезонга эришиш учун сиз нималарга қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:</p>
<p>A.P1</p>	<p>Сотувларни бошқариш функциялари.</p>
<p>A.P2</p>	<p>Сотув бошқарувининг муҳимлигини тушунтириш.</p>
<p>A.P3</p>	<p>Сотув бошқаруви фаолиятига таъсир кўрсатувчи омилларни таҳлил қилиш.</p>
<p>B.P1</p>	<p>Маркетинг ва сотув бошқаруви ўртасидаги боғлиқликни тасвирлаб бериш.</p>
<p>B.P2</p>	<p>Мижозлар хатти-ҳаракати ва сотув бошқаруви ўртасидаги ўзаро боғлиқликни тасвирлаб бериш.</p>
<p>B.P3</p>	<p>Сотувни маркетинг-миксинг бир қисми сифатида баҳолаш.</p>

2-топшириқ	<p>Сиз ташкилотингизнинг маркетинг бўйича директорига тақдим этиш учун савдо бошқаруви режасини тузишингиз керак.</p> <p>маълум бир бозор/секторда ишлайдиган (ёки ишлашни хоҳлайдиган) ташкилот учун савдони бошқариш режасини ишлаб чиқиш;</p> <p>Режа, ташкилотнинг савдони бошқариш жараёнидан фойдаланишини баҳолашга асосланиши керак.</p> <p>Режада қуйидагилар бўлиши керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • режанинг муваффақият даражасини аниқлайдиган, муваффақият мезонларини тақлиф этиш (тўлиқ асосланган ва баҳоланган). • савдони бошқариш режасини ишлаб чиқишда умумий қабул қилинган ёндашувга амал қилиш. • савдони бошқариш режасининг бир қисми бўлган ҳаракатларни батафсил тартибга солиш.
Далилларнинг зарурий рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Тегишли форматда тузилган 900 сўздан ошмайдиган савдо режаси. • Тегишли форматдаги ҳаволалар. (Ҳаволалар сўзлар сонига киритилмаган.)

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонга эришиш учун сиз нималарга қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
C.P1	Сотув бошқаруви жараёнидаги босқичларни тушунтириш.
C.P2	Сотувни самарали бошқариш жараёнини ташкил қилишнинг афзалликларини тушунтириш.
C.P3	Ташкилотнинг сотув бошқаруви жараёнини баҳолаш.
D.P1	Сотув бошқаруви режасининг муваффақият мезонларини баҳолаш.
D.P2	Сотув бошқаруви режасини ишлаб чиқишдаги ёндашувларни таҳлил қилиш.

<p>Мустақил топшириқни бажаришга ёрдам бериш учун маълумот манбалари</p>	<p>Ушбу модулнинг техник тавсифларида, тавсия этилган манбаларга мурожаат қилинг.</p> <p>Спецификацияда таклиф қилинган манбаларга мурожаат қилинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1-модул: Маркетинг асослари. • 5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати.
<p>Мазкур мустақил топшириқ қисқача йўриқномасига илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар</p>	<p>Йўқ</p>

5-модул: Истеъмомолчининг хатти-ҳаракати

Ўқув қўлланма

Модул билан танишиш

Ушбу модул ўқувчиларнинг мижозлар хусусиятлари ва харидорларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир этувчи омиллар, тўғрисидаги тушунчаларини шакллантиришдан бошланади (А ўқитиш мақсади). Бу харидларни сотиб олиш жараёнига нима учун ва қандай жалб қилинганлигини ўрганиш учун асосдир (В ўқитиш мақсади).

Шу асосда, ўқувчилар маркетинг коммуникациялари ва мижозларнинг хулқ-атвори ўртасидаги муносабатларни (С ўқитиш мақсади) ўрганиш имкониятига эга бўладилар, бу уларга, ташкилотларнинг ҳозирги ва потенциал мижозларининг хатти-ҳаракатларига қандай таъсир қилиши мумкинлигини тушунишга ёрдам беради (D ўқитиш мақсади).

Шунинг учун, ушбу модул бўйича ўрганиш ўқув мақсадлари кетма-кетлигига риоя қилиш жуда муҳимдир.

Ўқитиш ва ўрганиш ўқувчиларга йўналтирилган бўлиши керак. Бунга эришиш учун иш режаси ва дарслар режаси, нафақат ўқитувчилар томонидан олиб бориладиган презентацияларга, балки жуфтликдаги презентациялар ва гуруҳдаги машғулотлар ҳамда синфдаги мунозаралар бирлашмасига асосланган. Бундай ёндашув ўқувчилар ўртасидаги ўзаро муносабатларни рағбатлантиради, шу билан бирга, ишонч, мулоқот кўникмалари ва жамоада ишлаш қобилиятини оширади.

Мулоқот ва жамоавий ишларни янада ривожлантириш, шунингдек, ўқувчиларни тегишли тадқиқотларда қатнашишини рағбатлантириш учун ўқувчилар жамоавий ишларда ва гуруҳдаги ишларда қатнашадилар ва тақдимот ўтказишлари керак бўлади. Шунини таъкидлаш керакки, ушбу босқичда ўқиётган ўқувчиларнинг кўпроқ ўқиши ва тадқиқотлар ўтказишлари кутилмоқда.

Ўқувчиларга илмий тадқиқотлар ва алоқа кўникмаларини ва ахборот технологияларини ривожлантиришни қўллаб-қувватлайдиган манбалар тақдим этилиши ёки йўналтирилиши керак. Иш жараёни, ўқувчилардан дарсдан кейин ўқишларини талаб қилади.

Ўқувчилар муносиб иш жойларида бўлганларида, машғулотнинг контекстуализациясини ўргатиш яхши бўлади. Бироқ, тегишли ишларга эга бўлмаганлар учун ўқитиш ва баҳолашга ёрдам бериш мақсадида кейс-стадини тақдим этиш керак бўлади.

Ўқувчиларга ўз тадқиқотларини маълум ва изчил контекстда қўллашларига имкон берадиган, фақат битта амалий мисолни танлаш тавсия этилади. Энг яхши кейс-стади бу ўқитувчига таниш бўлган ва интернетда батафсил маълумоти мавжуд бўлган ташкилот бўлиши мумкин. Кейинчалик, ўқитувчига интернетдан фойдаланган ҳолда, тадқиқот олиб борадиган ташкилотларни танлаш тавсия этилади, шунда у энг кам ташкилотлар сони билан танишади.

Агар барча ўқувчилар меҳнат бозори билан операцион даражада таниш бўлсалар, бу уларга фойдали бўлади. Модулнинг муайян жиҳатига эътибор қарата оладиган, таклиф этилган маърузачилар ўқитиш ва ўрганишга ҳақиқий қиймат қўшадилар. Ўқувчилар олдиндан саволларни тайёрлаш учун маърузачи ва унинг ташкилотининг баъзи машғулотларида қатнашишлари мумкин.

Шунинг учун ушбу модулда, ўқитиш ва ўрганиш мантиқий ҳамда тизимли бўлиши керак. Шунингдек, синфда ўзаро алоқаларни таъминлаш ва ўқувчиларни мустақил тадқиқ қилиш ва ўқиш орқали расмий шароитларда тақдим этилган тушунчалар, назариялар ва моделларни ўрганишга ундаш керак.

Баҳолаш

1-жадвалда ҳар бир ўқитиш мақсади қандай баҳоланиши ҳақида қисқача маълумот берилган. Шунинг таъкидлаш керакки, мустақил ишнинг қисқача баёнида унга вазифа мавжуд.

Биринчи топшириқ А ва В ўқитиш мақсадларини ўз ичига олади (В.Р3 баҳолаш мезонлари бундан мустасно). Ушбу топшириқнинг бир қисми сифатида, ўқувчилар ташкилотнинг мижозларини тушунишларини намойиш этадиган маълумотнома ҳужжатини тайёрлайдилар. У қуйидагиларни ўз ичига олиши керак: мижознинг хусусиятлари; мижозлар хулқ-атворига таъсир этувчи омиллар; истеъмомчиларнинг хулқ-атвори ва қарор қабул қилиш билан ўзаро муносабатлари. Ўқувчилар А.Р4 баҳолаш мезонларига жавоб берадиган маълумотни таҳлил қилиш қобилиятини намойиш этишлари керак.

Иккинчи топшириқ, шунингдек, ахборот ҳужжати шаклини олади ва С.Р1, С.Р2, D.Р1 ва D.Р2 баҳолаш мезонларига бағишланган. Бу ерда ўқувчилар ташкилотнинг мижозлар билан муносабатларни ўрнатиш учун маркетинг алоқаларидан қандай қилиб, мижозларни сотиб олиш хатти-ҳаракатларига ижобий таъсир кўрсатиши ва ташкилот ўз мижозларини ўрганиш жараёнининг бир қисми сифатида бозор тадқиқотларини қандай олиб боришини ўрганишлари керак.

Учинчи вазифа – бу тақдимот. Бу ташкилотнинг мижозлар билан ишлашга бўлган ҳозирги ёндашувини баҳолаш бўлиб, ташкилот ўз мижозларининг хатти-ҳаракатларига қандай таъсир қилиши мумкинлигини ўз ичига олади. В.Р3, С.Р3 ва D.Р3 баҳолаш мезонларига эришиш учун тақдимот мазмунини баҳолаш керак.

Модулни якунлаш учун ўқувчилар барча баҳолаш мезонларига жавоб беришлари кераклигини тушунишлари муҳимдир.

Баҳолаш модели

Қуйидаги жадвалда ҳар бир ўқитиш мақсади қандай баҳоланиши ҳақида қисқача маълумот берилган.

Ўқитиш мақсади	Асосий таркибий қисмлар	Тавсия этилган ёндашув
A Истеъмолчининг хатти-ҳаракати.	<p>A1 Мижозлар хатти-ҳаракатларининг хусусиятлари.</p> <p>A2 Мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсир этувчи омиллар.</p> <p>A3 Харидорнинг хатти-ҳаракати модели.</p> <p>A4 Мижозларнинг хатти-ҳаракати моделлари.</p>	<p>Ташкилот мижозлари тушунчасини намоиш этувчи маълумот.</p> <p>Маркетинг коммуникациялари ва бозорни ўрганиш бўйича тушунчаларни намоиш этувчи маълумот ҳужжати.</p>
B Қарор қабул қилишда истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатларини тушуниш.	<p>B1 Мижозларнинг товар ёки хизматларни сотиб олишлари учун кўп сабаблар мавжуд.</p> <p>B2 Мижозларнинг маҳсулот ёки хизматларни сотиб олиш усуллари.</p>	<p>Ташкилот ўз мижозлари билан уларнинг хатти-ҳаракатлари ва қарор қабул қилишига таъсир кўрсатиши учун қандай муносабатда бўлиши кераклигини кўрсатувчи тақдимотни тайёрлаш ва тақдим этиш.</p>
C Мулоқот ва истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатини тушуниш.	<p>C1 Истеъмолчилар билан алоқа.</p> <p>C2 Маркетинг коммуникациялари (ёки Marcom).</p>	
D Маркетинг истеъмолчиларнинг қарор қабул қилишига қандай таъсир қилиши мумкинлигини тушуниш.	<p>D1 Бозорни ўрганиш усуллари.</p> <p>D2 Мижозларни ўрганиш жараёни.</p>	

Баҳолаш бўйича қўлланма

Қуйида ўқувчилар баҳолаш мезонлари ва ўқитиш мақсадларига жавоб беришни хоҳласалар, баҳолаш топшириқларига нималарни киритиш кераклиги бўйича тавсиялар берилган.

А ва В ўқитиш мақсади (қисман): 1-топшириқ.

Ахборот ҳужжати мантиқий равишда тақдим этилиши ва ўқувчининг модул спецификациясида ва мустақил иш тўғрисида қисқача маълумотда кўрсатилган мезонларга жавоб берадиган, фундаментал билимларга эга эканлигини исботловчи етарли далилларга эга бўлиши керак.

С (қисман) ва Д (қисман) ўрганиш мақсади: 2-топшириқ.

Ахборот ҳужжати мантиқий равишда тақдим этилиши ва ўқувчининг модул спецификациясида ва мустақил ишлаши қисқача тавсифида кўрсатилган мезонларга жавоб берадиган, фундаментал билимларга эга эканлигини исботловчи етарли далилларга эга бўлиши керак.

В (қисман), С (қисман) ва D (қисман) ўқитиш мақсади: 3-топшириқ.

Тақдимот, мантиқий равишда тақдим этилиши ва ўқувчининг модул спецификацияси ва мустақил ишлаши қисқача тавсифида келтирилган мезонларга жавоб берадиган фундаментал билимларга эга эканлигини исботловчи етарли далилларни ўз ичига олиши керак.

Модулнинг сўнгида баҳолаш бўйича қўлланма

Ушбу малакани ўқитаётганда, баъзи модуллар модулнинг тугашини баҳолашга, бошқача ёндашишини пайқайсиз. Баъзи бир модуллар, ўқув дастури давомида модулни баҳолашни таклиф қилишади, бошқалари эса, машғулот охирида баҳолашни таклиф қилишади.

Агар сиз, модулни ўқитиш пайтида ўқувчиларингиз ҳақида айтиб бериш имкониятига эга бўлишни истасангиз, тегишли таркибни ўрганиб чиққандан сўнг, баҳолашни тақдим этиш учун дастур дарсларида бироз вақт сарфлаш таклиф этилади. Шундай қилиб, сиз кўрсатмалар беришингиз, баҳолаш талабларини аниқлаштиришингиз ва модулни баҳолашингиз ҳамда ўқувчиларингизнинг ривожланишида ёрдам бериш учун фикрлар билдиришингиз мумкин.

Шу билан бир қаторда, сиз охириги дарсда баҳо бериб, модулни белгилаб, ушбу модул учун дастур тугаллангандан сўнг, фикрларингизни билдиришингиз мумкин. Бу ерда кўрсатилган оқим жадвалида иккинчи ёндашув қўлланилади.

Модулнинг бошланиши

Қуйида ушбу модулни ўрганиш учун тавсия этилган жадвал келтирилган. Мазкур қўлланмани ушбу модулнинг режаси ва дарс режаси билан биргаликда ўқиш керак, уни ушбу қўлланманинг қуйидаги бўлимларида топиш мумкин.

5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати

Идеал ҳолда, ўқувчилар ўз ташкилотларида ўрганишни контекстуализация қилишади. Шу билан бир қаторда, ўқувчилар ўз билимларини қўллашлари мумкин бўлган ташкилотлар билан таъминланадилар. Ўқитувчилар фақат ўқувчилар онлайн-тадқиқотларда қатнашган тақдирдагина, ташкилотларнинг номларини кўрсатишлари керак, чунки барча ўқувчилар, ўқиш контексти қаерда бўлишидан қатъи назар, қандайдир дастлабки тадқиқотларни ўтказишлари керак.

Ўқувчиларнинг модул спецификациясида ва ушбу қўлланмада кўрсатилган манбалардан, шунингдек, ўқувчиларнинг ўзлари томонидан аниқланган манбалардан кенгроқ ўқишлари тавсия этилади. Бу ўқувчилар ўзларининг қарор ва таклифларини тўлиқ асослашлари учун зарурдир.

Ўқувчилар иш режалари ва дарс режаларида баён қилинган асосий тушунчалар ва моделларни тушунишлари керак. Улардан фойдаланишдан олдин ушбу моделларнинг афзалликлари ва унинг контекст/вазиятга алоқадорлигини чуқур тушуниш учун таҳлил қилиш керак.

Дастурнинг 1-дарси модул билан танишиш, шунингдек, истеъмолчилар хулқ-атвори, айниқса ўзбек контекстида танишиш учун фойдаланилади.

Шуни таъкидлаш керакки, 19-дарс ўқувчиларга баҳолаш машқлари устида ишлашга имкон беради, 20-дарс эса ўқувчилар билан айниқса баҳолаш мезонларига эришиш учун қўшимча раҳбарлик ва ёрдамга муҳтож бўлганлар билан индивидуал муҳокама қилиш имкониятини беради.

Синфдаги муҳокамалар, иш жараёнида ўқитувчининг раҳбарлиги остида таклиф этилса, сиз ёзув тахтасига ўқувчилар шарҳларини ёзишингиз, ўқувчиларга муҳокамалар давомида қайдлар ёзишни маслаҳат беришингиз ва агар керак бўлса, барча ўқувчиларни оғзаки суҳбатлардан фойдаланишга ундашингиз керак.

А - ўқитиш мақсади - Истеъмолчининг хатти-ҳаракати

А1 бўлимида таълим олувчилар, мижозлар хатти-ҳаракатларининг турли хусусиятлари ва уларнинг ўзаро муносабатлари ҳақида билиб олишади. Бунга ўқитувчилар бошчилигидаги тақдимотлар, жуфтликдаги машқлар ва синфдаги муҳокамалар орқали эришилади.

Ўқиш натижаларини мустаҳкамлаш учун ўқувчилардан мавзуси мижоз хулқ-атворининг хусусиятлари бўлган турли хил манбалардан ўқишларини сўрашади.

5-модул: Истеъмомолчининг хатти-ҳаракати

4, 5 ва 6-дарсларда тақдим этилган А2 бўлимида ўқитувчи олиб борадиган тақдимотлар, жуфтликдаги машқлар ва синф муҳокамалари давом этади, бу ерда мавзу мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллардир.

Жуфтлик асосида иш олиб борган ҳолда, ўқувчилар таҳлилий ва баҳолаш топшириқларини синфга тўлиқ тақдим этиладиган тақдимотлар тўғрисида хабардор қилиш учун бажарадилар. Бу 3-топшириқни бажариш учун зарур бўлган кўникмаларни ривожлантиришга ёрдам беради.

Ўқиш натижаларини мустаҳкамлаш учун ўқувчилардан мавзуси мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллар бўлган турли манбалардан ўқишларини сўрашади.

7, 8 ва 9-дарсларда А3 бўлимида мижозларнинг хулқ-атвор моделлари тақдим этилади, унда ўқувчилар ўз билимларини амалий ишларда ҳам онлайн тадқиқотлар орқали ҳам қўллайдилар.

Худди шу ёндашувдан фойдаланган ҳолда, ушбу дарслар ўқувчилардан хулқ-атвор намуналарини танқид қилиш имкониятига эга бўлиш учун ўқитувчининг назарий маълумотларига ишонишни талаб қилади. 7 ва 8-дарсларда кейс-стади талаб этилади. 9-дарс интернетга уланган компьютерларга киришни талаб қилади.

10-дарс ушбу ўқув мақсадини А4 мижозларнинг хулқ-атвори мавзуси билан яқунлайди.

Ўқув натижаларини мустаҳкамлаш учун ўқувчилардан турли хил манбалардаги истеъмомчиларнинг хатти-ҳаракати тўғрисидаги маълумотларни ўқиш сўралади.

В - ўқитиш мақсади - Қарор қабул қилишда истеъмомчиларнинг хатти-ҳаракатларини тушуниш

11-дарсда тақдим этилган В1 бўлимида, ўқувчилар 12-дарсда мижозлар қандай қилиб сотиб олишларини кўриб чиқишдан олдин, ташкилотда харидорлар қандай қилиб сотиб олишларини ўрганиш учун кейс-стадидан фойдаланадилар. Ўқувчилар учун баъзан маҳсулот ёки хизматнинг сотиб олиниш сабаби бу мижозларнинг маҳсулот ёки хизмат учун тўлаш усули эканлигини тушунишлари муҳимдир.

В3 учун расмий машғулотлар мавжуд эмас чунки бу ўқувчилардан олдинги таркибни баҳолашни талаб қилади.

Ўқиш натижаларини мустаҳкамлаш учун ўқувчилардан мижозларнинг маҳсулот ва хизматларни қандай ва нима учун сотиб олишлари ҳақида турли хил манбалардан ўқишларини сўрашади

1-баҳолаш топшириғи А ва Б ўқув мақсадларини ўргангандан сўнг берилиши мумкин.

5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати

С – ўқитиш мақсади – Мулоқот ва истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатини тушуниш

13-дарсда тақдим этилган С1 бўлимида, ўқувчилар ташкилотда кейс-стадини қўллаш орқали қўлланиладиган алоқа моделлари билан танишадилар.

Жуфтликда ўқувчилар учта моделдан иккитасини ташкилотда қўллаш масаласига эътибор қаратишади. Ҳар бир жуфтлик учун моделларни тақсимлашда, барча моделлар тенг тақсимланиши муҳимдир. Бу мувозанатли модел қопламани таъминлашга ёрдам беради.

14-дарс алоқа усуллари ҳақида. Шунга қарамай, жуфтлик билан ишлашда ўқувчилар ушбу билимларни ўша ташкилотда қўлайдилар ва бу ерда, ташкилот ўз мижозлари билан алоқа қилишда иккита усулдан қандай фойдаланишини ўрганадилар.

13-дарсда бўлгани каби, ҳар бир жуфтлик учун усулларни тарқатишда барча усуллар тенг тақсимланиши муҳимдир. Бу усулларни мувозанатли қамраб олишга ёрдам беради.

Ўқиш натижаларини мустаҳкамлаш учун ўқувчиларга мавзулар моделлари ва алоқа усуллари мавжуд бўлган турли манбалардан ўқиш талаб қилинади.

15-дарснинг мавзуси С2-бўлим, маркетинг коммуникациялари, шунингдек, *Marketing* деб номланувчи бўлим. Ушбу тушунча ҳақида ўқувчилар аллақачон билишлари мумкин. Агар шундай бўлса, унда ўқитувчига ўқувчилар аллақачон билганликларини билиб олиш фойдалидир ва у кейс-стади таҳлилига эътибор қаратишдан олдин, қайта тайёрлаш вазифасини бажариши учун дарсни қайта йўналтириши мумкин бўлади.

Ўқиш натижаларини ошириш учун жуфт бўлиб ишлайдиган ўқувчилар уй вазифаларини бажаришлари керак. Топшириқ 16-дарсда тақдим этиладиган 6 дақиқали презентацияни ташкилотнинг маркетинг коммуникациялари, мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсирини тайёрлашдан иборатдир.

Ўқувчилар ташкилотни танлашлари мумкин, аммо ўқитувчи битта ташкилотга эътибор қаратиши мумкин. Аммо, агар бир нечта ташкилот текширилса, ўқувчилар биргаликда *Marketing* ҳақида кенгроқ тушунчага эга бўладилар.

5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
D – ўқитиш мақсади – Маркетинг истеъмолчиларнинг қарор қабул қилишига қандай таъсир қилиши мумкинлигини тушуниш.
<p>Ушбу ўқитиш мақсади учун 16-18 дарсларда, ўқувчилар маълумот олиш усулларини ўз ичига олган бозорни ўрганиш усулларига эътибор қаратишади.</p> <p>16 ва 17-дарслар бошланғич ва ўрта мактабга бағишланган. 18-дарсда эса сифатли ва миқдорий тадқиқотлар фарқланади.</p> <p>Ўқувчилар 2-топшириқни бажариш учун талаб қилинадиган таҳлил ва муҳокама орқали, ушбу тушунчалар тўғрисида чуқурроқ билимга эга бўладилар.</p> <p>Ўқиш натижаларини мустаҳкамлаш учун ўқувчиларга, мавзуси бозорни ўрганиш усуллари бўлган турли манбалардан ўқиш тавсия этилади.</p> <p>Шуни таъкидлаш керакки, 19 ва 20-дарслар вақтни баҳолаш топшириқларини, шу жумладан, ўқувчилар учун тақдимотларни ўз ичига олади. 1-3 машқларни ушбу машғулотлар давомида бажариш мумкин.</p>

ВТЕС нинг бошқа модуллари ва малакаларга ҳаволалар

Мазкур модул бошқа барча модуллар билан боғлиқ, бироқ қуйидаги икки модул учун айниқса долзарб ҳисобланади:

- 3-модул: *Рақамли технологиялар даврида маркетинг.*
- 4-модул: *Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти.*

Ресурслар

Китоблар

Fill, C. and Turnbull, S. – *Marketing Communications: discovery, creation and conversations*, Pearson Education (2016), ISBN 978-1-292-092561-4 (print) ISBN 978-1-292-09382-6 (electronic)

Sethna, Z. and Blythe, J. – *Consumer Behaviour* 4th Edition, SAGE Publications (2019), ISBN 978-1-5264-5001-2

Soloman, M.R. – *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being Global Edition* 12th Edition, Pearson Education (2018), ISBN 978-1-292-15310-0

Журналлар

Journal of Marketing (SAGE)

Journal of Consumer Research (OAP)

European Management Journal (Elsevier)

Harvard Business Review (Harvard Business Publishing)

European Journal of Marketing (Emerald)

Management Today (Haymarket Business Media)

Вебсайтлар

www.cim.co.uk – Chartered Institute of Marketing

www.consumerPsychologist.com – The Psychology of Marketing

Pearson ташқи интернет-сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайтни синфда фойдаланишдан аввал, URL-манзилнинг ҳамон аниқ, ишончли ва ўринли эканига ишонч ҳосил қилиш учун ўқитувчилар томонидан кўриб чиқилиши муҳим ҳисобланади. Биз ўқитувчиларга фойдали веб-сайтларни танланган саҳифаларда сақлашни ва ўқувчиларга мактаб/коллежнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга руҳсат беришларини маслаҳат берамиз.

Иш схемаси

Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Ўқув соатлари	60
Дарслар сони	20
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг. 4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти

Ўқитиш учун калитлар			
ЁМТ	Ёзма мустақил топшириқ	ММ	Материални мустаҳкамлаш
ТЭС	Таклиф этилган спикер	Т	Ташриф
МЎ	Мустақил ўқитиш	ИТ	Иш тажрибаси

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	<p>Модулга кириш ва уни баҳолаш.</p> <p>Истеъмолчилар хатти-ҳаракати тушунчасига кириш.</p> <p>Мижоз хатти-ҳаракатларининг хусусиятлари – шахсий.</p> <p>A1</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: модул спецификацияси, таркиби, баҳолаш мезонлари ва қўшимча манбалар билан таништириш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Харидорнинг хатти-ҳаракати тушунчасини ўрганиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: миждонинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи шахсий хусусиятлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар Ўзбекистон шароитида ҳар бир кишининг ўзига хос хусусиятларининг долзарблигини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшимча равишда машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: Мавзунини ўқишни мустаҳкамлаш учун шахсий хусусиятларининг, миждонинг хулқ-атворида таъсири ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
2	Мижознинг психологик хатти-ҳаракати A1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: шахсий хусусиятларнинг, миждознинг хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақидаги уй вазифалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: миждознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи психологик хусусиятлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: талабалар Ўзбекистон шароитида ҳар бир психологик хусусиятнинг долзарблигини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар миждознинг хатти-ҳаракатларига шахсий ва психологик таъсир ўртасидаги муносабатни муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшимча равишда машқлар натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: мавзунини мустаҳкамлаш учун миждознинг хатти-ҳаракатига психологик хусусиятларнинг таъсири билан боғлиқ бўлган икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	Мижознинг хатти-ҳаракати психологик. A1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 2-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: уй вазифаси миџознинг хатти-ҳаракатларига психологик хусусиятларнинг таъсири ҳақида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: миџозларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи маданий ва иџтимоий хусусиятлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар Ўзбекистон шароитида, ҳар бир маданий ва иџтимоий хусусиятнинг долзарблигини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар миџознинг хатти-ҳаракатларига шахсий, психологик, иџтимоий ва маданий таъсирлар ўртасидаги муносабатни муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшимча равишда машқлар натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: мавзуни ўрганишни мустаҳкамлаш учун икки хил манбадан, маданий ва иџтимоий хусусиятларнинг истеъмолчилар хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақида битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
4	<p>Мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллар – маркетинг.</p> <p>A2</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 3-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маданий ва ижтимоий хусусиятларнинг миждозлар хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақидаги уй вазифалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: реклама ва реклама акциялари орқали маркетинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: реклама ва реклама акцияларидан, миждозларнинг хулқ-атвориға таъсир қилиш учун фойдаланишни танқид қилиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: жамоатчилик билан алоқалар орқали маркетинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: миждозларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилиш учун жамоат муносабатларидан фойдаланишни танқид қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ушбу омилларни Ўзбекистон ташкилотлари томонидан, истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатига таъсир қилиш воситаси сифатида фойдаланишларини муҳокама қилишади. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшимча равишда машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: мавзунини ўрганишни мустаҳкамлаш учун истеъмолчиларнинг хулқ-атворида таъсир кўрсатишда реклама, акциялар ва жамоат алоқаларидан қандай фойдаланиши ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	
5	Харидорнинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллар – иқтисодий шароитлар. A2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 4-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атворида таъсир қилиш учун ташкилотлар реклама, акциялар ва жамоатчилик алоқаларидан қандай фойдаланиши ҳақидаги уй вазифаси тўғрисида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: фоизлар ва инфляциянинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: фоиз ставкалари ва инфляциянинг истеъмолчилар хатти-ҳаракатларига таъсири асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: харид қобилиятининг истеъмолчилар хатти-ҳаракатига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотиб олиш қобилиятининг Ўзбекистондаги истеъмолчилар хатти-ҳаракатига таъсирини асосланган. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			<ul style="list-style-type: none"> • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар фоиз ставкалари, инфляция ва харид қобилияти ўртасидаги боғлиқликни, мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллар сифатида муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшимча равишда машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: мавзунини ўрганишни мустаҳкамлаш учун истеъмолчиларнинг хулқ-атворида таъсир қилувчи иқтисодий омиллар тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	
6	Мижозларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи омиллар, индивидуал имтиёзлар ва гуруҳ таъсиридир. A2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 5-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атворида таъсир қилувчи иқтисодий омиллар ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: индивидуал имтиёзларнинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: индивидуал имтиёзларнинг истеъмолчилар хатти-ҳаракатларига таъсири асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: ҳар хил турдаги гуруҳларнинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: турли хил гуруҳларнинг Ўзбекистондаги истеъмолчилар хатти-ҳаракатига таъсири асосида. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижозларнинг хулқ-атвориغا шахсий имтиёзлар ва гуруҳ таъсир кўрсатадиган зиддиятли мавзуларни муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: мавзунини ўрганишни мустаҳкамлаш учун мижознинг индивидуал хусусиятларига ва гуруҳнинг таъсирига боғлиқ бўлган ҳар хил манбалардан битта бобни ўқинг. 	

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
7	Харидорнинг хулқ-атвори – сотиб олиш канали. А3		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 6-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атвorigа индивидуал танловлар ва гуруҳ таъсири ҳақидаги уй вазибалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: онлайн харид қилиш ва почта орқали буюртма бериш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: Онлайн буюртмалар ва почта буюртмаларини харид қилиш каналлари сифатида ишлатишни муҳокама қилинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: дўконлар ва шахсий савдо. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар дўконлар ва шахсий савдо воситаларини сотиб олиш каналлари сифатида танқид қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: Ушбу харид каналларини, ташкилот ўз мижозлари билан ўзаро муносабатда бўлишни, қандай ишлатишини тушунтириш учун кейс стадидан фойдаланинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: кейс стадидан хулосаларни кўриб чиқиш. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: Мавзунини ўрганишни мустаҳкамлаш учун сотиб олиш каналлари бўйича иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ўзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликдаги машқлар учун кейс-стади</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
8	Харидорнинг хулқ-атвори – маҳсулот ёки хизмат. А3		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 7-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: канал сотиб олиш ҳақидаги уй вазифаларига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: хатти-ҳаракатни белгиловчи маҳсулот ёки хизмат омиллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ харид қобилияти; ○ мавжудлиги; ○ чидамлилиқ/барқарорлик; ○ функционаллик; ○ имкониятлар; ○ сотишдан кейинги ёрдам. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар кейс-стадидан ташкилотнинг маҳсулот ёки хизматидаги омиллар, мижозларнинг хатти-ҳаракатларига қандай таъсир қилишини тушунтириш учун фойдаланадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик синфга натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: Мавзуни мустаҳкамлаш учун харидорнинг хатти-ҳаракатларини, хабардор қиладиган маҳсулот ёки хизмат омилларига тегишли иккита турли манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтлик машқлари учун мисол (7-дарсда бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
9	Харидорнинг хулқ-атвори – сотиб олиш схемаси ва сотиб олиш усули. АЗ		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 8-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижознинг хатти-ҳаракатини аниқлайдиган маҳсулот ёки хизмат омиллари ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: сотиб олиш схемалари ва сотиб олиш усули. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик сотиб олиш тартибини ва мижозларнинг қандай сотиб олишини аниқлаш учун ўз ташкилотларини ўрганади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: Мавзуни мустаҳкамлаш учун намуналарни сотиб олиш тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликда машқ қилиш учун интернетга уланган компьютер.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	Харидорнинг хатти-ҳаракати моделлари. A4		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 9-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотиб олиш схемалари ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мижозларнинг хулқ-атвори, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ кириш, ишлов бериш, чиқиш; ○ мустаҳкамлаш; ○ Howard-Sheth; ○ Engel-Blackwell-Kollat; ○ Pavlovian. • Кичик гуруҳлардаги машқ: ҳар бир гуруҳ қуйидагиларга эътиборни қаратган ҳолда, моделлардан бирини таҳлил қилиши керак: <ul style="list-style-type: none"> ○ асосий хусусиятлар; ○ афзалликлар; ○ камчиликлар. • Кичик гуруҳлардаги машқ: ҳар бир гуруҳ ўз натижаларини тақдим этиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: Мавзуни мустаҳкамлаш учун харидорнинг хулқ-атвори тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
11	<p>Мижозларнинг товарлар ёки хизматларни сотиб олишлари сабаблари.</p> <p>B1</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 10-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: миждознинг хатти-ҳаракати ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: миждозлар товар ёки хизматларни сотиб олишларининг сабаблари: <ul style="list-style-type: none"> ○ эҳтиёж/талабни қондириш; ○ сотувчи билан муносабатлар; ○ имидж/бренд уюшмаси; ○ қулайлик; ○ мавсумий талаблар; ○ содиқлик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар нима учун миждозлар ташкилотдан товарлар ва/ёки хизматларни сотиб олишларини тушунтириш учун кейс-стадидан фойдаланадилар. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: Мавзуни мустаҳкамлаш учун маҳсулот ёки хизматларни сотиб олишнинг сабаблари тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликдаги машқлар учун амалий ишлар (7-дарсда бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
12	<p>Мижозлар товарлар ёки хизматларни сотиб олиш усуллари.</p> <p>B2</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 11-дарс шарҳи • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: миждозларнинг товар ёки хизматларни сотиб олиш сабаблари тўғрисидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: миждозларнинг товар ёки хизматларни сотиб олиш усуллари: <ul style="list-style-type: none"> ○ эҳтиёжни тан олиш; ○ маълумот қидириш; ○ алтернативаларни баҳолаш; ○ товар ёки хизматларни сотиб олиш; ○ сотиб олгандан кейин баҳолаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар, миждозлар қандай қилиб товар ёки хизматларни сотиб олишларини муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифа: Мавзунини мустаҳкамлаш учун миждозларнинг маҳсулот ёки хизматларни қандай сотиб олишлари ҳақидаги икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
13	Мулоқот моделлари. C1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 12-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг товар ёки хизматларни қандай сотиб олиши ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: алоқа моделлари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ AIDA; ○ Kotler; ○ Shannon и Weaver. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ташкилотга иккита моделни қўллайди. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: мавзунини мустаҳкамлаш учун алоқа моделлари бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтлик машқлари учун вазиятни ўрганиш (7-дарсда бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
14	Мулоқот усуллари. С1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 13-дарс шарҳи . • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: алоқа моделлари ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мулоқот усуллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ онлайн; ○ телевидение; ○ радио; ○ газета/журналлар; ○ телефон; ○ одамдан одамга. • Жуфликда бажариладиган машқлар: Ҳар бир жуфтлик, ташкилот мижозлар билан мулоқот қилишда иккита усулдан қандай фойдаланишини тушунтиради. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: Мавзуни мустаҳкамлаш учун мулоқот усуллари бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликдаги машқлар учун кейс-стади (7-дарсда бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
15	Маркетинг коммуникациялари. C2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 14-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: алоқа усуллари ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг коммуникациялари (1), шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ алоқалар маркетинги; ○ оғзаки сўз; ○ транзакцион маркетинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қиладиган ҳар бир усулни муҳокама қилинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: маркетинг коммуникациялари (2), шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ хилма-хил маркетинг; ○ пуллик реклама; ○ махфий маркетинг; ○ маркетинг аралашмаси. • Жуфликда бажариладиган машқлар: мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қиладиган ҳар бир усулни муҳокама қилинг. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			<ul style="list-style-type: none"> Уйга вазифа: Ўқувчилар жуфтликларда ташкилотнинг маркетинг алоқалари мижозлар хатти-ҳаракатларига қандай таъсири борлиги тўғрисида 16-дарсда тақдим этиладиган 6 дақиқали тақдимотни тайёрлашлари керак. Ўқувчилар ташкилотни танлашлари мумкин. 	

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
16	Бозорни ўрганиш усуллари – иккиламчи тадқиқотлар. D1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 15-дарс шарҳи. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик, синфга уй вазифалари натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: иккиламчи манбалар, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ ҳукумат ҳисоботлари; ○ бозор шарҳлари; ○ савдо уюшмасининг нашрлари; ○ журналлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир манбани танқид қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ ҳақида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: Мавзуни мустаҳкамлаш учун иккиламчи маълумот манбаларига тегишли иккита турли манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ўзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
17	Бозорни ўрганиш усуллари – дастлабки тадқиқотлар. D1 ва D2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 16-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: иккинчи даражали маълумот манбалари ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: асосий манбалар, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ интервью; ○ анкеталар; ○ фокус гуруҳлари; ○ синовлар; ○ кузатишлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир манбани танқид қилишади. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ ҳақида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: мавзунини мустаҳкамлаш учун асосий маълумот манбаларига тегишли иккита турли манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
18	Бозорни ўрганиш усуллари – сифатли ва миқдорий. D1 ва D2		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 17-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: асосий маълумот манбалари ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: сифатли ва миқдорий тадқиқотлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир ўқув турининг афзалликлари ва камчиликларини муҳокама қилишади. Ҳар бир жуфтлик синфдаги машқлар натижаларини тақдим этади • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ ҳақида. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг. • Уйга вазифаси: мавзунини мустаҳкамлаш учун сифатли ва миқдорий тадқиқотлар билан боғлиқ бўлган икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
19	Баҳолаш бўйича семинар.	ББС	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 18-дарс шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сифатли ва миқдорий тадқиқотлар бўйича уй вазифалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномасини кўриб чиқиш 1-3-топшириқлар. • Индивидуал машқ: ўқувчилар баҳолаш топшириқлари устида ишлашни бошлайдилар. • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва мустақил баҳолаш учун замин яратинг. • Уйга вазифаси: Баҳолаш дарсларини давом эттириш. 	<p>Мустақил иш ҳақида қисқача маълумот – 1-3-топшириқлар.</p> <p>Интернетга уланган компьютер.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p>
20	Баҳолаш бўйича семинар.	ББС	<ul style="list-style-type: none"> • Баҳолаш машқи 3: Ўқувчилар баҳолаш бўйича 10 дақиқалик хулоса тақдимотларини тақдим этадилар. 	<p>Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси 1-3 топшириқлар.</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p>

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари лозим:</p> <ul style="list-style-type: none"> • модул, уни баҳолаш ва уларни ўрганишни таъминлайдиган манбаларни; • мижозлар хулқи тушунчасини; • Ўзбекистон контекстида истеъмолчилар хатти-ҳаракатларининг шахсий хусусиятларини.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модул спецификацияси. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФШ:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: модул спецификацияси, баҳолаш мезонлари ва қўшимча манбаларни тақдим этиш. Асосий машқларга ўтишдан олдин, ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (140 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозлар хатти-ҳаракати концепциясини муҳокама қилиш ва: <ul style="list-style-type: none"> ○ дарсликлар, журналлар ва веб-сайтлардан фойдаланган ҳолда, турли хил муаллифларнинг бир қатор таърифларини тақдим этиш (таърифлар турли муаллифларнинг қарашлари ва тадқиқотларига қараб, турли хил қарашларга эга эканликларини намойиш этади); ○ қандай қилиб таърифлар бир-бирига зид келиши мумкинлигини намойиш қилиш; ○ Баъзи таърифлар бир-бирини қўллаб-қувватлаётганлигини намойиш этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи шахсий хусусиятлар. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар шахсий хусусиятларнинг Ўзбекистон шароитида қанчалик муҳимлигини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар мавзунини мустаҳкамлаш учун шахсий хусусиятларнинг истеъмолчилар хулқ-атворида таъсири, тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	2 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ўзбекистон контекстида истеъмолчилар хатти-ҳаракатларининг психологик хусусиятлари.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин, 1-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: шахсий хусусиятларнинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақидаги уй вазибалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мижознинг хатти-ҳаракатларига таъсир қилувчи психологик хусусиятлар. (Ўқувчилар барча тақдимотлар давомида эслатма олишади.) • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар шахсий хусусиятлар Ўзбекистон шароитида қанчалик муҳимлигини муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижознинг хатти-ҳаракатларига шахсий ва психологик таъсир ўртасидаги муносабатни муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқлар натижаларини жуфтликда ўрганинг.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар билимларни мустаҳкамлаш учун маданий ва ижтимоий хусусиятларнинг истеъмолчилар хатти-ҳаракатига таъсири тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ўзбекистон шароитида истеъмолчилар хулқ-атворининг маданий ва ижтимоий хусусиятлари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 2-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин, ўқувчиларнинг 2-дарс бўйича барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: психологик хусусиятларнинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мижозларнинг хулқ-атворида таъсир қилувчи маданий ва ижтимоий хусусиятлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар маданий ва ижтимоий хусусиятлар Ўзбекистон шароитида долзарблигини муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижозлар хулқига шахсий, психологик, ижтимоий ва маданий таъсирлар ўртасидаги муносабатни муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқлар натижаларини жуфтликда ўрганинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар мавзуни мустаҳкамлаш учун истеъмолчилар хулқ-атворида ижтимоий ва маданий хусусиятларнинг таъсири ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмомчнинг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • истеъмомчиларнинг хулқ-атвориға таъсир қилувчи маркетинг омиллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ реклама; ○ тарғиб қилиш; ○ жамоатчилик билан алоқалар.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 3-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин 3-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маданий ва ижтимоий хусусиятларнинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақидаги уй вазифалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): реклама ва тарғиб қилиш орқали маркетинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: истеъмолчиларнинг хатти-ҳаракатига таъсир қилиш учун реклама ва тарғиб қилишдан фойдаланишни танқид қилиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): жамоатчилик билан алоқалар орқали маркетинг. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ўзбек ташкилотлари ушбу омилларни истеъмолчилар хатти-ҳаракатларига таъсир қилиш воситаси сифатида қандай ишлатишларини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: мавзуни мустаҳкамлаш учун ўқувчилар ташкилотлар томонидан реклама, тарғиб қилиш ва жамоат билан алоқа орқали, истеъмолчиларнинг хулқ-атворида таъсир қилишга бағишланган икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мижозлар хулқига таъсир қилувчи маркетинг омиллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ фоиз ставкалари; ○ инфляция; ○ харид қобилияти.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 4-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин, 4-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ташкилотлар томонидан реклама, тарғиб қилиш ва жамоатчилик билан алоқаларнинг, мижозларнинг хатти-ҳаракатига таъсир кўрсатиши ҳақидаги уй вазифалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): фоиз ставкалари ва инфляциянинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: фоиз ставкалари ва инфляциянинг истеъмолчилар хатти-ҳаракатларига таъсири тўғрисидаги тақдимот асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): харид қилиш қобилиятининг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотиб олиш қобилиятининг Ўзбекистондаги истеъмолчилар хатти-ҳаракатига таъсири тўғрисидаги тақдимот асосида. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар фоиз ставкалари, инфляция ва харид қобилияти ўртасидаги боғлиқликни мижозлар хулқига таъсир қилувчи омиллар сифатида муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқларда олинган натижаларни қўшимча равишда жуфтликда ўрганинг.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўрганишни мустаҳкамлаш учун истеъмолчиларнинг хулқ-атворига таъсир этувчи иқтисодий омиллар тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● истеъмолчиларнинг хулқ-атвориға таъсир қилувчи маркетинг омиллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ индивидуал имтиёзлар; ○ гуруҳ таъсири.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> ● ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. ● Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 5-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин 5-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атвориغا таъсир қилувчи иқтисодий омиллар ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): индивидуал имтиёзларнинг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: индивидуал истаклардан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистондаги мижозларнинг хатти-ҳаракатига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): ҳар хил турдаги гуруҳларнинг мижозлар ҳаракатларига таъсири. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар хил турдаги гуруҳларнинг Ўзбекистондаги истеъмолчилар хулқ-атвориغا таъсири асосида. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар шахсий имтиёзлар ва мижозларнинг хулқ-атвориغا гуруҳнинг таъсири ҳақида мунозарали масалаларни муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўқув жараёнини мустаҳкамлаш учун мижозларнинг хатти-ҳаракатига таъсир қилувчи индивидуал имтиёзлар ва гуруҳ таъсирига оид иккита манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • каналларни сотиб олиш, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ онлайн; ○ почта орқали буюртма бериш; ○ дўконлар; ○ шахсий савдо.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 6-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин 6-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: мижознинг хулқ-атвориغا таъсир қилувчи шахсий имтиёзлар ва гуруҳ таъсирига оид уй вазибаларига асосланган ҳолда. • Ўқитувчилар бошчилигидаги тақдимот (ТС): онлайн ва почта орқали харид қилиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар онлайн ва почта орқали буюртмаларни харид қилиш каналлари сифатида ишлатишни муҳокама қилишади. • Ўқитувчилар бошчилигидаги тақдимот (ТС): дўконлар ва шахсий савдо. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар дўконлар ва шахсий савдо воситаларини харид қилиш каналлари сифатида ишлатишни муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар амалий машғулотлардан фойдаланиб, ташкилот ушбу харид каналларини мижозлар билан ўзаро муносабатда бўлиш учун қандай фойдаланишини тушунтиради. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ натижаларини жуфтликда ўрганинг.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ушбу мавзунини мустаҳкамлаш учун сотиб олиш каналлари ҳақида иккита манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Хулқ-атвор шаклларини аниқлайдиган маҳсулот омиллари; • хулқ-атвор шаклларини белгилайдиган хизмат кўрсатиш омиллари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 7-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 7-дарсга оид барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотиб олиш каналлари орқали уй вазифаларига асосланган ҳолда • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): хулқ-атвор моделини аниқлайдиган маҳсулот ёки хизмат омиллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ сотиб олиш қобилияти; ○ мавжудлиги; ○ чидамлилик/барқарорлик; ○ функционаллик; ○ имкониятлар; ○ сотишдан кейинги ёрдам. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилотнинг маҳсулотидagi ёки хизматидаги омиллар мижозларнинг хулқ-атворида қандай таъсир қилишини тушунтириш учун кейс-стадидан фойдаланадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган натижаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўрганишни мустаҳкамлаш учун харидорнинг хулқ-атворини белгиловчи маҳсулот ёки хизмат омилларига алоқадор иккита турли манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	9 (180 минут)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сотиб олиш схемалари; • тўлов усуллари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар • Жуфтликда машқ қилиш учун компьютерга уланган интернет.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: Асосий машқларга ўтишдан олдин барча ўқувчиларнинг 8-дарс бўйича саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атворини белгиловчи маҳсулотлар ёки хизматлар ҳақидаги уй вазифалари тўғрисида. ● Ўқитувчи раҳбарлиги остида тақдимот (ТС): харид қилиш схемалари ва сотиб олиш усуллари: ● сотиб олиш схемаси: <ul style="list-style-type: none"> ○ сотиб олиш даврийлиги; ○ сотиб олиш вақти; ○ мавсумий таъсирлар; ○ сотиб олиш ҳажми; ○ сотиб олиш нархи. ● сотиб олиш усули: <ul style="list-style-type: none"> ○ нақд пул; ○ карталар; ○ банк ўтказмаси; ○ молиялаштириш. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик сотиб олиш тартибини ва мижозларнинг қандай сотиб олишларини аниқлаш учун ўз ташкилотларини текширади. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар ўрганишни мустаҳкамлаш учун икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мижозлар хулқ-атвори моделлари; • харидор хулқ-атворининг асосий хусусиятлари, афзалликлари ва камчиликлари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: 9-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин 9-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сотиб олиш схемаси ҳақидаги уй вазифаси асосида. ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мижозларнинг хатти-ҳаракати моделлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ Кириш, ишлов бериш, чиқиш; ○ мустаҳкамлаш; ○ Howard-Sheth; ○ Engel-Blackwell-Kollat; ○ Pavlovian. ● Кичик гуруҳлардаги машқ: ҳар бир гуруҳ моделлардан бирини таҳлил қилиб, қуйидагиларга эътибор қаратиши керак: <ul style="list-style-type: none"> ○ асосий хусусиятлар; ○ имтиёзлар; ○ камчиликлар. ● Кичик гуруҳлардаги машқ: ҳар бир гуруҳ ўз хулосаларини синфга етказиши керак. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Яқуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ўрганишни мустаҳкамлаш учун истеъмолчилар хулқ-атворида оид иккита манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	11 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларга қодир бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мижозлар нега товарлар ёки хизматларни сотиб олишларини тушуниш; • ташкилотни тадқиқ қилиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (5 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 10-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин 10-дарс бўйича барча ўқувчиларнинг саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (155 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: истеъмолчиларнинг хулқ-атвор одатлари бўйича уй вазибалари тўғрисида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мижозлар товарлар ёки хизматларни сотиб олишларининг сабаблари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ эҳтиёж/талабни қондириш; ○ сотувчи билан муносабатлар; ○ имидж/бренд уюшмаси; ○ қулайлик; ○ мавсумий талаблар; ○ содиқлик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижозлардан ташкилотдан товарлар ва/ёки хизматларни нима учун сотиб олишларини тушунтириш учун кейс-стадидан фойдаланадилар. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ушбу мавзунини мустаҳкамлаш учун маҳсулот ёки хизматларни харид қилиш сабаблари тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	12 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мижозлар товарлар ёки хизматларни сотиб олиш усуллари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 11-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 11-дарс ҳақидаги барча савол ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг товарлар ёки хизматларни сотиб олиш сабаблари тўғрисидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мижозларнинг товарлар ёки хизматларни сотиб олиш усуллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ эҳтиёжни тан олиш; ○ маълумот қидириш; ○ муыобилларни баҳолаш; ○ товарлар ёки хизматларни сотиб олиш; ○ сотиб олгандан кейин баҳолаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижозлар қандай қилиб товарлар ёки хизматларни сотиб олишларини муҳокама қилишади. Ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун:Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ушбу мавзунини мустаҳкамлаш учун товарлар ёки хизматларни қандай сотиб олишлари тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	13 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • мулоқот моделлари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 12-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин, ўқувчиларнинг 12-дарс ҳақидаги барча савол ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг товар ёки хизматларни қандай сотиб олиши ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мулоқот моделлари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ AIDA; ○ Kotler; ○ Shannon и Weaver. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ташкилотга иккита моделни қўллайди. Ҳар бир жуфтлик ўз натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва тегишли машқларнинг натижаларини қўшимча ўрганинг.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар таълимни мустаҳкамлаш учун мулоқот манбалари бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	14 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • Мулоқот усуллари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 13-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин, барча ўқувчиларнинг 13-дарсга оид саволлари ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мунозара моделлари бўйича уй вазифаси. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): мулоқот усуллари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ онлайн; ○ телевизор; ○ радио; ○ газета/журналлар; ○ телефон; ○ одамдан одамга. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик ташкилот мижозлар билан алоқа қилишда иккита усулдан қандай фойдаланишини тушунтиради. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун:Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар таълимни мустаҳкамлаш учун мулоқот усуллари бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	15 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетинг коммуникациялари; • маркетинг алоқалари мижозларнинг хатти-ҳаракатларига қандай таъсир қилади.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 14-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин 14-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча саволлари ва муаммоларига муурожаат қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи раҳбарлигида синфда мунозара: алоқа усуллари ҳақида уй вазифаси тўғрисида. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги муҳокама (ТС): маркетинг коммуникациялари (1), шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ алоқалар маркетинги; ○ оғзаки сўз; ○ транзакцион маркетинг. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижозларнинг хатти-ҳаракатига таъсир қиладиган усулларнинг ҳар бирини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): маркетинг коммуникациялари (2), шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ хилма-хил маркетинг; ○ пуллик реклама; ○ махфий маркетинг; ○ маркетинг аралашмаси. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар мижозларнинг хатти-ҳаракатига таъсир қиладиган усулларнинг ҳар бирини муҳокама қилишади. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар жуфтликларда 16-дарсда тақдим этиладиган ташкилот маркетинг коммуникацияларининг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири ҳақидаги, 6 дақиқали тақдимотни тайёрлайдилар. Ўқувчилар ташкилотни танлашлари мумкин.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	16 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • савдони бошқариш режасининг муваффақият мезонлари; • савдони бошқариш режасини ишлаб чиқиш усуллари.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** машқлар рўйхати; **ФС:** форма шаблони; **ТС:** тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 15-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин барча ўқувчиларнинг 15-дарс бўйича савол ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик уйга вазифа натижаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): иккиламчи маълумот манбалари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ ҳукумат ҳисоботлари; ○ бозор шарҳлари; ○ савдо уюшмасининг нашр этилиши; ○ журналлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир манбани муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ бўйича.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар мавзунини мустаҳкамлаш учун икки хил манбадан олинган битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	17 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • иккиламчи маълумот манбалари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 16-дарс шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг 16-дарс ҳақидаги барча савол ва муаммоларига муурожаат қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: иккинчи даражали манбалар ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): дастлабки маълумот манбалари, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ интервью; ○ анкеталар; ○ фокус гуруҳлари; ○ синовлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир манбани муҳокама қилишади. Ҳар бир жуфтлик дарс натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Яқуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Яқун: Тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар ушбу мавзунини мустаҳкамлаш учун иккита турли манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	18 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • сифатли ва миқдорий тадқиқотлар.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Таълимнинг иккинчи иккита мақсади бўйича асосий мавзулар шарҳи. Асосий машқларга ўтишдан олдин ўқувчиларнинг C ва D ўқитиш мақсадларига оид барча савол ва муаммолари ҳал қилинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: дастлабки манбалар ҳақидаги уй вазифаси асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот (ТС): сифатли ва миқдорий тадқиқотлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир ўқув турининг афзалликлари ва камчиликларини муҳокама қилишади. Ҳар бир жуфтлик синфдаги машқлар натижаларини тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқ бўйича.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар мавзунини мустаҳкамлаш учун сифатли ва миқдорий тадқиқотлар билан боғлиқ бўлган икки хил манбадан битта бобни ўқийдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	19 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • баҳолаш вазифаларига қўйиладиган талаблар.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси: 1-3 топшириқ. • Интернетга уланган компьютер. • Ёзув тахтаси ва ручкалар
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 19-дарс шарҳи. Асосий машғулотларга ўтишдан олдин 19-дарс бўйича ўқувчиларнинг барча савол ва муаммолари эътиборга олинганлигига ишонч ҳосил қилинг.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: сифатли ва миқдорий тадқиқотлар бўйича уй вазифалари асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: баҳо беришга эътибор бериш. • Индивидуал машқ: ўқувчилар баҳолаш топшириқлари устида ишлашни бошлашлари керак.
Якуний машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якун: тушунчани мустаҳкамланг ва мустақил баҳолаш учун жойни аниқланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил бажариш учун машқ: ўқувчилар баҳолаш топшириқларини бажаришда давом этадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	5-модул: Истеъмолчининг хатти-ҳаракати
Дарс рақами	20 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар бажаришлари учун: <ul style="list-style-type: none"> • 3-баҳолаш машқлари – тақдимотлар.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • Модулнинг мустақил топшириғи қисқача йўриқномаси.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Асосий машқлар (180 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • 3-баҳолаш машқлари: Ўқувчилар ўзларининг 10 дақиқалик тақдимотларини ўтказадилар.

Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	5-модул: Истеъмомолчининг хатти-ҳаракати
Ўқитиш мақсади(лари)	<p>A Истеъмомолчининг хатти-ҳаракати.</p> <p>B Қарор қабул қилишда истеъмомолчиларнинг хатти-ҳаракатларини тушуниш.</p> <p>C Мулоқот ва истеъмомолчиларнинг хатти-ҳаракатини тушуниш</p> <p>D Маркетинг истеъмомолчиларнинг қарор қабул қилишига қандай таъсир қилиши мумкинлигини тушуниш.</p>
Мустақил топшириқнинг номи	Харидорнинг хатти-ҳаракатларига таъсири
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилган санаси	
Топшириш муддати	

Касбий сценарий ва контекст	<p>Ушбу мустақил иш, сиз ишлаётган ёки сиз маълумотга эга бўлган ташкилотга нисбатан амалга оширилиши керак.</p> <p>Сиз ташкилотнинг маркетинг бўлимида ишлайсиз. Ташкилот ҳар йиллик стратегик текширув олдиан ўзининг барча асосий функцияларини текширади.</p> <p>Сиз ташкилот мижозларининг қарорларини қабул қилиш жараёнини ва ташкилотнинг ҳозирги ва потенциал мижозлари билан қандай муносабатда бўлишини баҳолашингиз керак. Кейин стратегияни ишлаб чиқиш гуруҳини, ташкилотнинг стратегик мақсадлари ва вазифалари ҳақида яхшироқ хабардор қилиш учун ташкилот ўз маркетинг тадқиқотларида қандай қатнашиши тўғрисида тавсиялар беришингиз керак.</p>
------------------------------------	---

<p>1-топшириқ</p>	<p>Сизга қуйидагилар керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сизнинг раҳбарингизга тақдим этиладиган маълумот ҳужжатини тайёрлаш; • ҳужжат ташкилотнинг маҳсулотларини ва/ёки хизматларини сотиб олишнинг сабаблари ва усулларини кўрсатиб, ташкилот мижозларини тушунишни намоиш этишига ишонч ҳосил қилиш; • ҳужжатда ташкилот мижозларининг хусусиятлари ва хатти-ҳаракатларининг изоҳи, шунингдек, қўлланма сифатида мижозлар хулқ-атвори моделларидан фойдаланган ҳолда, мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсир этувчи аниқ омиллар изоҳи мавжудлигига ишонч ҳосил қилинг.
<p>Далилларнинг зарурий рўйхати</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Тан олинган ва тегишли форматда тайёрланган, 600 сўздан ошмайдиган маълумотнома. • Тегишли форматдаги ҳаволалар. Ҳаволалар сўзлар рўйхатига киритилмаган.

<p>Мазкур топшириқ учун мезонлар:</p>	
<p>Тавсия этилган мезонлар</p>	<p>Мезонларга эришиш учун сиз нимага қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:</p>
<p>A.P1</p>	<p>Истеъмолчи хатти-ҳарарати хусусиятларини тушунтириш.</p>
<p>A.P2</p>	<p>Истеъмолчи хатти-ҳаракатига таъсир қилувчи омилларни тушунтириш.</p>
<p>A.P3</p>	<p>Истеъмолчилар хатти-ҳаракатининг мунтазамлигини тушунтириш.</p>
<p>A.P4</p>	<p>Истеъмолчилар хатти-ҳаракатининг моделини таҳлил қилиш.</p>
<p>B.P1</p>	<p>Истеъмолчилар товар ёки хизматларни сотиб олишининг сабабларини тушунтириш.</p>
<p>B.P2</p>	<p>Истеъмолчиларнинг товар ёки хизматларни сотиб олиш усулларини тасвирлаш.</p>

2-топшириқ	<p>Сиз қуйидагиларни бажаришингиз керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тармоқ менежерига тақдим этиладиган маълумот ҳужжатини тайёрлаш. Мақолада иккита мавзу кўриб чиқилиши керак: <ul style="list-style-type: none"> ○ мижозларни сотиб олиш ҳаракатларига ижобий таъсир кўрсатиши учун ташкилот, ўз мижозлари билан муносабатларни ўрнатиш учун маркетинг алоқаларидан қандай фойдаланиши; ○ мижозларни ўрганиш жараёнида ташкилот қандай қилиб ўз маркетинг тадқиқотларини олиб бориши.
Далилларнинг зарурий рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Тегишли форматда тайёрланган, 600 сўздан ошмайдиган маълумотнома. • Мос келадиган форматдаги ҳаволалар, масалан: Гарвард форматида. Сўзлар сонини ҳисоблашда ҳаволалар ҳисобга олинмайди.

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонларга эришиш учун сиз нимага қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
C.P1	Ташкилотлар истеъмолчилар билан қандай алоқа қилишини тушунтириш.
C.P2	Истеъмолчилар хатти-ҳаракати ва маркетинг коммуникациялари ўртасидаги муносабатни таҳлил қилиш.
D.P1	Истеъмолчилар хатти-ҳаракати шаклларини тушунтириш.
D.P2	Истеъмолчилар хатти-ҳаракати моделини таҳлил қилиш.

3-топшириқ	<p>Сиз қуйидагиларни бажаришингиз керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Қуйидагиларни баҳолайдиган стратегияни ишлаб чиқиш бўйича гуруҳга тақдимот тайёрлаш ва тақдим этиш: <ul style="list-style-type: none"> ○ ташкилот мижозлари қандай қилиб сотиб олиш ёки олмаслик тўғрисида қарор қабул қилиши; ○ ташкилотнинг маркетинг коммуникацияларининг мижозлар хатти-ҳаракатларига таъсири; ○ қарорларни қабул қилишда мижозларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир кўрсатадиган усуллар.
-------------------	--

	Тақдимотнинг хулосаси ташкилот ўз мижозлари билан уларнинг хатти-ҳаракатлари ва қарор қабул қилишига таъсир қилиш учун қандай муносабатда бўлиши кераклигини аниқлашга ёрдам берадиган, стратегик гуруҳга тавсияларни ўз ичига олади.
Далилларнинг зарурий рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Тегишли форматда тайёрланган ва тақдим этилган 10 дақиқадан ошмаган тақдимот. • Мос келадиган форматдаги ҳаволалар, масалан: Гарвард форматида. Фойдаланилган адабиётлар тақдимотнинг сўнгги слайдига киритилиши керак.

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонларга эришиш учун сиз нимага қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
B.P3	<ul style="list-style-type: none"> ○ Қарор қабул қилишда ташкилот истеъмолчиларининг хатти-ҳаракатини баҳолаш.
C.P3	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ташкилот маркетинг коммуникацияларининг истеъмолчилар хатти-ҳаракатига таъсирини баҳолаш.
D.P3	<ul style="list-style-type: none"> ○ Истеъмолчилар товар ёки хизматларни сотиб олиш сабабларини тушунтириш.
Мустақил топшириқни бажаришда ёрдам бериш учун маълумот манбалари	<p>Ушбу модул учун модул спецификациясида тавсия этилган манбаларга мурожаат қилинг.</p> <p>Модул спецификациясида тавсия этилган манбаларга мурожаат қилинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3-модул: Рақамли технологиялар даврида маркетинг • 4-модул: Савдоларни бошқариш принциплари ва амалиёти.
Мазкур мустақил топшириқ қисқача йўриқномасига илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	Йўқ

6-модул: Халқаро маркетинг

Ўқув қўлланма

Модул билан танишиш

Ушбу малакадаги бошқа модулларни ўрганишдан бошлаб, ўқувчилар ички бозор шароитида маркетинг билан боғлиқ асосий тушунчалар, принциплар, воситалар ва усуллар тўғрисида билиб олишади. Ушбу модул ўқувчиларга маркетингни халқаро контекстда яхшироқ тушунишга ёрдам беради ва бозорга киришнинг турли усулларини қўллаб-қувватлаш учун ишлатилиши мумкин бўлган, маркетинг стратегиялари ва ташкилотнинг халқаро бозорларга киришига тўсқинлик қиладиган тўсиқларни ўрганади.

Ўқувчилар ушбу тушунчани ривожлантирганларидан сўнг, улар халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқишда қўлланиладиган ёндашувларни ўрганишни бошлашлари мумкин.

Натижада, ушбу модул учун ўқитиш ва ўрганиш мантиқий ва тизимли бўлиши муҳимдир. Ушбу модул учун тренингни қандай ташкил этишни юқори даражада таъминлаш учун ўқитувчилар қуйида келтирилган 1-расмни ушбу модулнинг тузилиши бўйича умумий қўлланма сифатида кўриб чиқишлари керак.



1-расм: Ушбу модулни қандай ўрганиш керак

Ўқитиш ва ўрганиш ўқувчиларга қаратилган бўлиши керак, уларда ўқувчилар дарсларда фаол иштирок этадилар. Буни қўллаб-қувватлаш учун иш жараёни ва дарс режаси ўқитувчилар томонидан олиб бориладиган тақдимотлар, жуфтлик машқлар ва синфдаги муҳокамаларнинг комбинациясини ўз ичига олади. Бундай ёндашув ўқувчилар ўртасидаги ўзаро муносабатларни рағбатлантиради, шу билан ишонч, мулоқот кўникмалари ва жамоада ишлаш қобилиятини оширади.

Ўқитувчиларнинг тақдимотлари пайтида, ўқувчилар эслатма олишлари керак. Ўқитувчи раҳбарлигидаги дарс муҳокамалари пайтида, ўқитувчи ёзув тахтасида ўқувчилар шарҳларини, шунингдек, асосий фикрларнинг хулосасини ёзиши керак. Ўқитувчи савол ва жавоблардан фойдаланиб, барча ўқувчилар билан ўзаро муносабатларни рағбатлантириши керак.

Мулоқот ва жамоавий ишларни янада ривожлантириш, шунингдек, ўқувчиларни тегишли ишларда қатнашишга ундаш учун ўқувчилар жуфт ва гуруҳ бўлиб дарс давомида ўрганган нарсалари, масалан: ўқиган тегишли дарсликлари асосида тақдимотлар қилишади. Бу ерда шуни таъкидлаш керакки, 5-босқич ўқувчилари қизиқувчан ўқувчиларнинг кўникмаларини ривожлантиришни хоҳласалар, кенгроқ ўқиш ва тадқиқотлар билан шуғулланишлари керак. Ўқувчилар тадқиқот ва алоқа ҳамда АТ кўникмаларини ривожлантиришни қўллаб-қувватлайдиган марказий ва маҳаллий манбалар билан таъминланиши ёки йўналтирилиши керак. Иш жараёни ўқувчилардан дарсдан кейин ўқишларини талаб қилади.

Идеал ҳолда, ўрганиш ўқувчининг иш жойида контекстуал равишда амалга оширилиши мумкин, бу ерда тушунчалар, назариялар ва моделларни ўрганиш мумкин. Бироқ, бу ҳар доим ҳам мумкин эмас. Бундай имкониятга эга бўлмаган ўқувчилар учун кейс-стадини тақдим этиш керак.

Идеал ҳолда, ўқувчилар турли хил вазиятларда ўзларининг тренингларини қўллашлари учун бир нечта мисолларни аниқлаш керак. Ўқув машғулотида ўқитувчи таниш бўлган ва батафсил маълумот онлайн манбалар орқали мавжуд бўлган ташкилотлардан фойдаланиши керак.

Ўқувчиларга ҳозирги саноат амалиётлари билан танишиш фойдали бўлади. Модулнинг муайян жиҳатига эътибор қарата оладиган таклиф этилган маърузачилар ўқитиш ва ўрганишга ҳақиқий қиймат қўшадилар. Ўқувчилар олдиндан саволларни тайёрлаш учун маърузачи ва унинг ташкилотининг баъзи машғулотида қатнашишлари мумкин.

Шу сабабли, ушбу модул учун ўқитиш ва ўрганиш мантиқий ва тизимли бўлиши керак, синфларнинг ўзаро таъсирини қўллаб-қувватлаши ва ўқувчиларни мустақил тадқиқот ва ўқиш орқали синфда тақдим этилган тушунчалар, назариялар ва моделларни ўрганишга чорлаши керак.

Баҳолаш

Баҳолаш модели

1-жадвалда ҳар бир ўқитиш мақсади қандай баҳоланиши ҳақида қисқача маълумот берилган. Иккита вазифа мавжуд.

1-мустақил ишнинг қисқача йўриқномаси А, В ва С ўқув мақсадларига қаратилган бўлиб, унда ўқувчилар халқаро маркетинг контексти, бозорлар ва ташкилот учун очиқ бўлган стратегиялар тўғрисида тушунчаларни намоиш этиш имкониятини берадиган маълумот ҳужжатини тайёрлайдилар.

Ҳужжат, шунингдек, халқаро контекстда маркетингнинг тузилиши ва сегментацияси тўғрисидаги тушунчани ва уларнинг бозорга кириш режимлари билан қандай боғлиқлигини кўрсатиши керак. Ўқувчилар А.Р3 баҳолаш мезонларига жавоб бериш учун таҳлил ўтказиш кераклигини тўлиқ билишлари муҳимдир.

2-мустақил ишнинг қисқача йўриқномаси Б.Р3, С.Р3, D.P1 ва D.P2-ни баҳолаш мезонларини таҳлил қилиш ва баҳолашга асосланган халқаро маркетинг режасига йўналтирилган.

Ўқувчиларга рухсат олиш учун барча баҳолаш мезонлари ва шундан келиб чиқиб, барча ўқитиш мақсадлари бажарилиши кераклигини тушуниш жуда муҳимдир.

Ўқитиш мақсади	Асосий таркибий қисмлар	Тавсия этилган ёндашув
A Халқаро маркетинг контекстини тушуниш.	A1 Халқаро маркетинг тушунчаси ва контексти. A2 Халқаро маркетинг муҳити. A3 Халқаро маркетингга таъсир қилувчи глобал омиллар.	Ушбу даражада талаб қилинадиган фундаментал билимларни тасдиқловчи маълумотли ва яхши ишлаб чиқилган маълумот ҳужжатини яратиш. Муайян ташкилот учун халқаро маркетинг режасини тузиш.
B Халқаро бозорларнинг фаолиятини тушуниш.	B1 Халқаро контекстда бозор сегментацияси. B2 Маркетинг мажмуаси халқаро контекстда. B3 Бозорга кириш моделлари.	
C Халқаро маркетинг стратегияларини тушуниш.	C1 Халқаро маркетинг стратегиялари турлари. C2 Халқаро маркетинг стратегиясининг ташкилотлар учун афзалликлар.	
D Халқаро маркетинг режасини туза олиш.	D1 Халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни.	

1-жадвал: Ўқитиш мақсадларини баҳолашнинг умумий кўриниши

Модулнинг бошланиши

Сизга модулни ўрганишнинг битта усули учун бошланғич нуқта берилади. У спецификацияда келтирилган, тавсия этилган баҳолашга нисбатан ёндашувга асосланган.

6-модул: Халқаро маркетинг

Кириш

Идеал ҳолда, ўқувчилар ўзлари ишлаётган ташкилотларда контекстуал ўрганиш имкониятига эга бўладилар. Шу билан бир қаторда, сиз ўқувчиларга ўзларининг билимларини қўллаш учун фойдаланиши мумкин бўлган тегишли ташкилотларнинг номларини таклиф қилишингиз керак. Ўқувчиларга тақдим этишдан олдин сиз, ташкилотнинг мақсадга мувофиқлигини уларга мустақил ишнинг қисқача йўриқномаларини топширишда, ўз маҳоратини намойиш этишига имкон беришига ишонч ҳосил қилган ҳолда баҳолашингиз керак. Ўқувчилар ўз ташкилотларининг иш берувчиси ёки сиз таклиф қилган ташкилотдан қатъий назар, дастлабки текширувни ўтказишлари керак.

Модул тавсифида ва йўриқномада кўрсатилган манбалар ва ўқувчиларнинг ўзлари белгилаган қўшимча манбалардан фойдаланган ҳолда ўқувчиларни кўпроқ ўқишга рағбатлантириш керак. Бу ўқувчилар ўзларининг қарорлари ва таклифларини тўлиқ асослашлари учун зарурдир.

Ўқувчилар иш жараёнлари ва дарс режаларида батафсил баён этилган асосий тушунчалар ва моделларни тушунишлари керак. Улардан фойдаланишдан олдин ушбу моделларнинг афзалликлари ва уларнинг контекст ёки вазият билан боғлиқлигини тўлиқ тушуниш учун таҳлил қилиш керак.

Мустақил иш семинарлари 14, 18 ва 19-дарсларга киритилган бўлиб, унда талабалар 1 ва 2-мустақил топшириқлар устида ишлашлари мумкин. 20-дарс якуний мустақил ишларга қайтиш, ўқувчилар билан индивидуал мунозаралар олиб бориш ва ўқувчиларга келажакда режалаштириш учун модул тақдим этилишини баҳолашга имкон беради.

А – ўқитиш мақсади: Халқаро маркетинг контекстини тушуниш

А1 бўлимнинг таркиби, халқаро маркетингнинг мазмуни ва тушунчалари 1-дарсда келтирилган.

Ўқитувчилар томонидан олиб борилган тақдимотлар, жуфтликдаги машқлар ва синфдаги муҳокамаларнинг комбинацияси орқали ўқувчилар глобаллашув каби асосий омилларнинг Ўзбекистонда жойлашган ташкилотлар томонидан қўлланиладиган халқаро маркетинг стратегиялари аҳамияти тўғрисида билиб оладилар.

А2 қисми учун материаллар 2-дарсда келтирилган, унда ташкилотнинг халқаро маркетинг муҳити PESTLE техникасидан фойдаланган ҳолда таҳлил қилинади. Ўқувчилар ўз таҳлилларини, ўқитувчининг раҳбарлигидаги тақдимот мазмунига асослашади, шунинг учун асосий фикрларни батафсил баён қилиш жуда муҳимдир. Кейин ўқувчилар синф учун тақдимот ўтказадилар.

6-модул: Халқаро маркетинг

3 ва 4-дарсларда халқаро маркетингга таъсир қилувчи глобал омиллар (А3) келтирилган. Худди шу ёндашувдан фойдаланган ҳолда, 3-дарсда ўқувчилар, ушбу омилларнинг халқаро савдога таъсирини тушунишда ўқитувчининг назарий ҳиссасини ҳисобга оладилар. 4-дарс ўқувчилар ўз билимларини таҳлил ва тадқиқотлар орқали қўллашлари учун кейс-стадиларни, шунингдек, интернетга киришни талаб қилади.

Ўқувчилар синф муҳокамаси давомида, мавзунини ўрганишдан олдин таҳлил натижаларини тақдим этадилар.

Ушбу таълимни мустаҳкамлаш учун ўқувчилар турли хил матнларни ўқишлари керак.

В – ўқитиш мақсади: Халқаро бозорларни тушуниш

5-дарсда келтирилган В1 учун ўқувчилар бозор сегментацияси тушунчасини ва ўзбек ташкилотлари уни халқаро контекстда қандай ишлатишини кўриб чиқадиладар. Ўқувчилар ушбу модул ўқув дастурига киритилган жойга қараб, ушбу хусусиятлар ҳақида аллақачон билишлари мумкин.

Агар шундай бўлса, ўқитувчига ўқувчилар аллақачон ўрганган нарсаларни билиш фойдалидир ва у дарсларни қайта йўналтириши мумкин, шунда улар мисолларни таҳлил қилишдан олдин билимларини янгилайдилар.

Ўқувчилар ички бозордаги сегментацияни ва халқаро бозордаги сегментацияни фарқлай олишлари муҳимдир.

6-дарсда келтирилган В2 учун маркетинг аралашмасини ўрганиш учун ўқитувчи раҳбарлигидаги тақдимот, жуфтлик машқлар ва синфдаги муҳокамалардан фойдаланилади.

В1 сингари, ўқувчилар маркетинг асослари ва модулда, маркетинг тамойиллари асосида тавсифланган асосий мавзулар ҳақида аллақачон хабардор бўлишлари мумкин. Шу каби, ўқувчиларнинг нима ўргатилиши мумкинлигини олдиндан билиши, 6-дарснинг тузилишини қайта йўналтиришга ёрдам беради.

Ушбу тадқиқотни мустаҳкамлаш учун ўқувчилардан икки хил матнни ўқиш сўралади.

7, 8 ва 9-дарслар ушбу ўқитиш мақсадларини яқунлайди, бу ерда В3 бозорга кириш усуллари қаратилган. 7 ва 8-дарслар турли хил кириш режимларининг назарий жиҳатларига бағишланган бўлса, 9-дарсда ўқувчилар ушбу тушунчани бир қатор ташкилотларга қўллайдилар. 9-дарсда ўқувчилар интернетга киришлари керак.

Ўқувчиларнинг халқаро маркетинг ва бозорга кириш моделлари ўртасида алоқа ўрната олиши муҳимдир.

Таълимни мустаҳкамлаш учун ўқувчилар таълимни қўллаб-қувватлаш учун турли хил матнларни ўқишлари керак.

6-модул: Халқаро маркетинг**С – ўқитиш мақсади: Халқаро маркетинг стратегияларини тушуниш**

10 ва 11-дарсларда тақдим этилган С1 учун ўқувчилар ташкилотлар халқаро маркетинг фаолиятининг йўналиши ва тузилишини аниқлаш учун фойдаланиши мумкин бўлган стратегиялар билан танишадилар.

Ўқитувчи томонидан олиб борилган тақдимот ва синф муҳокамасининг комбинацияси орқали ўқувчилар ушбу стратегияларнинг ҳар бир босқичини танқид қиладилар.

12-дарс халқаро маркетинг стратегияларини тушунишга асосланган машқлар ва ўқувчилар муҳокамаларига қаратилган. Ўқувчилар халқаро ташкилотларнинг маркетинг стратегияларидан ўзбек ташкилотларининг афзалликларини билиб оладилар.

Бу кенгроқ тушунча 13-дарсда аниқ бир ташкилотга қаратилган бўлиб, унда ўқувчилар гуруҳлари турли ташкилотларда, халқаро маркетинг стратегияларидан фойдаланишни баҳолайдилар (С2). Ҳар бир гуруҳ ўз натижаларини тақдим этади, шундан сўнг синф ушбу топилмаларни биргаликда муҳокама қилиш ва ташкилотлар ўртасидаги ўхшашлик ва фарқларни аниқлаш имкониятига эга бўлади.

Ушбу таълимни мустаҳкамлаш, қўллаб-қувватлаш учун ўқувчилар турли хил матнларни ўқишлари керак.

Д – ўқитиш мақсади: Халқаро маркетинг режасини туза олиш

Ушбу ўқув мақсадлари учун 15–17-дарсларда ўқувчилар халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш учун асос бўлиб хизмат қиладиган, стратегик режалаштириш даражаларига эътибор қаратадилар.

15 ва 16-дарслар стратегик режалаштириш билан боғлиқ назарияларга бағишланган ва 17-дарсда халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни кўрсатилган.

Жараённинг ҳар бир босқичини етарлича ўрганишни таъминлаш учун дарс жараёнининг тўртта кенг қамровли жиҳатларига эътибор қаратилади, улар кейинчалик ташкилотда қўлланилиши мумкин. Ушбу дарслар ўқувчиларнинг халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқишлари учун муҳимдир, шунинг учун уларнинг ҳар бирини батафсил кўриб чиқиш керак.

Ўқишни мустаҳкамлаш учун ўқувчилар, таълимни қўллаб-қувватлаш учун турли хил матнларни ўқишлари керак.

ВТЕС нинг бошқа модуллари ва малакаларига ҳаволалар

Мазкур модул қуйидаги модулга таянади:

- 1-модул: *Маркетинг асослари*.

Ресурслар

Китоблар

Ghuri, P. and Cateora, P. – *International Marketing* 4th Edition, McGraw-Hill (2014), ISBN 978-0-077-14815-7

Hollensen, S. – *Global Marketing* 7th Edition, Pearson Education (2017), ISBN 978-1-292-10011-1 (print) ISBN 978-1-292-14421-4 (electronic)

Lowe, R., Kenyon, A. and Doole, I. – *International Marketing Strategy* 8th Edition, Cengage (2019), ISBN 978-1-473-72370-2

Журналлар

European Journal of Marketing (Emerald)

Harvard Business Review (Harvard Business Publishing)

Journal of International marketing (SAGE)

Journal of Marketing (SAGE)

Веб-сайтлар

www.cim.co.uk – Chartered Institute of Marketing

www.emerald.com – Emerald Insight

Pearson ташқи интернет-сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайтни синфда фойдаланишдан аввал, URL-манзилнинг ҳамон аниқ, ишончли ва ўринли эканига ишонч ҳосил қилиш учун ўқитувчилар томонидан кўриб чиқилиши муҳим ҳисобланади. Биз ўқитувчиларга фойдали веб-сайтларни танланган саҳифаларда сақлашни ва ўқувчиларга мактаб/коллежнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга рухсат беришларини маслаҳат берамиз.

Иш схемаси

Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Ўқув соатлари	60
Дарслар сони	20
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	1-модул: Маркетинг асослари

Ўқитиш учун калитлар			
ЁМТ	Ёзма мустақил топшириқ	ММ	Материални мустаҳкамлаш
ТЭС	Таклиф этилган спикер	Т	Ташриф
МЎ	Мустақил ўқитиш	ИТ	Иш тажрибаси

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	<p>Модулга кириш ва уни баҳолаш.</p> <p>Халқаро маркетинг тушунчаси ва контексти.</p> <p>A1</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: модул таркибини ва баҳолаш мезонларини тақдим этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: Халқаро маркетинг тушунчасини ўрганиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг контексти: <ul style="list-style-type: none"> ○ глобаллашув; ○ корпоратив стратегия, имкониятлар ва қобилиятлар; ○ халқаро бизнес/савдо. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар юқоридаги моддаларнинг ҳар бири Ўзбекистон контекстига боғлиқлигини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: олдинги машқ асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг тушунчаси ва контексти ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ўзув тахтаси ва ручкалар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
2	Халқаро маркетинг муҳити. A2		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг концепцияси ва контекстида мустақил дарсдан ташқари ишлар асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: PESTLE-дан фойдаланган ҳолда халқаро маркетинг муҳити таҳлили. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар Ўзбекистон шароитида PESTLE таҳлилини ўтказадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ўз таҳлилларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: машқларда келтирилган таҳлилларни янада батафсил ўрганиш. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг муҳити тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>АТ тизимлари ва интернетга кириш.</p> <p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ўзув тахтаси ва ручкалар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	<p>Халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар.</p> <p>А3</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг шароитида мустақил дарсдан ташқари иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчилар бошчилигидаги тақдимот: глобал ташкилотларнинг таъсири. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро маркетинг нуқтаи назаридан ҳар бир ташкилотнинг долзарблигини муҳокама қилишади. • Ўқитувчилар бошчилигидаги тақдимот: савдо блоклари – хусусиятлари ва мисоллар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир савдо бирлигининг халқаро маркетингга таъсирини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотларнинг мазмуни ва машқлар натижаларини батафсилроқ ўрганинг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустақамлаш учун халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар тўғрисидаги икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
4	Халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар. А3		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: глобал бозорда мижозларнинг ҳаракати. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро савдо ва маркетингдаги тўсиқлар. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар халқаро маркетингга таъсир кўрсатадиган омилларни ташкилот нуқтаи назаридан таҳлил қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз таҳлилини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ушбу машқларнинг натижаларини батафсил ўрганинг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун мижозлар хатти-ҳаракати ва халқаро савдо шароитидаги тўсиқлар ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>АТ тизимлари ва интернетга кириш.</p> <p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ўзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Гуруҳлардаги машқлар учун кейс-стади.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
5	Халқаро контекстда бозор сегментацияси. В1		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозларнинг хулқ-атвори ва халқаро контекстдаги савдо-сотикдаги тўсиқлар бўйича мустақил дарсдан ташқари иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозор сегментацияси: <ul style="list-style-type: none"> ○ жуғрофий; ○ демографик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилот қандай қилиб ўз бозорини жуғрофий ва/ёки демографик жиҳатдан ажратиши мумкинлигини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозор сегментацияси: <ul style="list-style-type: none"> ○ хулқ-атвор; ○ психографик; ○ афзаллик бўйича. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилот қандай қилиб ўз бозорини хулқ-атвори, психографик омиллари ёки афзалликларига қараб ажратиши мумкинлигини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар ва машқларнинг натижаларини жуфтликда ўрганинг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро контекстда бозор сегментациясига оид икки манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликдаги машқ учун кейс-стади (4-дарсда бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
6	Халқаро контекстда маркетинг аралашмаси. B2		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро контекстда бозор сегментацияси бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг аралашмаси, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ маҳсулот; ○ нарх; ○ реклама; ○ тарқатиш; ○ жараён; ○ одамлар; ○ ашёвий далиллар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилот қандай қилиб халқаро миқёсда маркетингини сегментация қилиши/қилаётганини муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ўз таҳлилларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқ натижаларини жуфтликларда ўрганинг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун маркетинг нуқтаи назаридан икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликдаги машқ учун кейс-стади (4-дарсда бўлгани каби).</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
7	Бозорга кириш моделлари. ВЗ		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро контекстда маркетинг бўйича мустақил дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозорга кириш моделлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ экспорт; ○ лицензиялаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар экспорт ва лицензиялашни кириш усуллари сифатида таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ўз таҳлилларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшимча равишда тақдимот ва машқлар натижаларини жуфтликларда ўрганинг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзунини мустаҳкамлаш учун экспорт ва лицензиялаш тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
8	Бозорга кириш моделлари. ВЗ		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: экспорт ва лицензиялаш бўйича мустақил дарсдан ташқари топшириқ асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозорга кириш моделлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ қўшма корхона; ○ сотиб олиш; ○ тўғридан-тўғри инвестициялар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар қўшма корхона, сотиб олиш ва тўғридан-тўғри инвестициялардан бозорга кириш усули сифатида фойдаланишни таҳлил қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқлар натижаларини жуфтликларда батафсил ўрганиш. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун қўшма корхона, сотиб олиш ва тўғридан-тўғри инвестициялар ҳақида иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
9	Бозорга кириш моделлари. ВЗ		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшма корхона, тўғридан-тўғри инвестиция ва мустақил равишда дарсдан ташқари ишларни тайинлашга асосланган ҳолда. • Гуруҳларда машқлар: Уч ёки тўрт ўқувчидан иборат ҳар бир гуруҳ ташкилотни бозорга кириш учун энг мос келадиган усулни аниқлаш учун текширади. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз натижаларини синфда тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: С ўқитиш мақсадига тайёргарлик кўриш стратегияси ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	АТ тизимлари ва интернетга кириш. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	Халқаро маркетинг стратегиялари. С1		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: стратегия бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияси сифатида ўтказиш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар трансфердан халқаро маркетинг стратегияси сифатида фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик машқ натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияси сифатида глобал ёндашувлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар глобал ёндашувлардан халқаро маркетинг стратегияси сифатида фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик машқ натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун глобал ва трансфернинг халқаро стратегиялари бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
11	Халқаро маркетинг стратегиялари. C1		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: глобал маркетингнинг глобал ва халқаро стратегиялари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириғи асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: кўп миллатли бўлиш халқаро маркетинг стратегияси сифатида. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро маркетинг стратегияси сифатида кўп миллатли ёндашувдан фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик машқ натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияси сифатида трансмиллий ёндашув. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар трансмиллий ёндашувдан халқаро маркетинг стратегияси сифатида фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ҳар бир жуфтлик машқ натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг стратегияларига кўп миллатли ва трансмиллий ёндашувлар тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
12	Халқаро маркетинг стратегиясининг ташкилот учун афзалликлари. C2		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг стратегияларига кўп миллатли ва трансмиллий ёндашувлар бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг стратегиялари ўртасидаги муносабатларга асосланган. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро ташкилотларнинг маркетинг стратегияларидан Ўзбекистон ташкилотларининг афзалликлари ҳақида суҳбатлашадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар машқ натижаларини синфда тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: маълум муҳим имтиёзларни тақдим этиш тўғрисидаги тақдимот асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг стратегиясининг фойдалари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
13	Халқаро маркетинг стратегияси. C1 ва C2		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ташкилотлар учун халқаро маркетинг стратегиясининг афзалликлари бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Гуруҳларда машқлар: уч ёки тўрт ўқувчидан иборат ҳар бир гуруҳ халқаро маркетинг стратегиясини баҳолаш учун ташкилотни ўрганади. • Гуруҳларда машқлар: Ҳар бир гуруҳ машғулот натижаларини синфда тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: D ўқув мақсадига тайёргарлик кўриш учун стратегик режалаштириш бўйича иккита манбадан битта бобни ўқинг. 	АТ тизимлари ва интернетга кириш. Ёзув тахтаси ва ручкалар.
14	Мустақил иш бўйича семинар 1-топшириқ.	МИБС	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 1-мустақил иш топшириғи асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ахборот хужжатининг тузилиши. • Индивидуал машқ: ўқувчилар 1-мустақил иш учун дастлабки машғулотларни олиб боришади. • Якуний сессия: 1-мустақил топшириқ билан ўқувчиларнинг ишлашини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: 1-топшириққа ўтинг ва уни 15-дарснинг бошида тақдим этинг. 	АТ тизимлари ва Интернетга кириш. Қисқача мустақил иш. Модулнинг хусусиятлари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
15	Халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш. D1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-мустақил иш топшириғини йиғинг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: стратегик режалаштириш бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: стратегик режалаштириш даражалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ корпоратив; ○ бўлинувчи. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар корпоратив ва бўлиниш стратегиялари ўртасидаги муносабатларни ва стратегик мувофиқлаштиришнинг аҳамиятини муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар машқ натижаларини синфда тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетингни режалаштириш бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
16	Халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш. D1		<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Баҳоланган 1-мустақил топшириқни қайтаринг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил иш пайтида бажарилган ишлар тўғрисида умумий маълумотлар, шунингдек, кейинги ривожланиш бўйича тавсиялар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингни режалаштириш бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: стратегик режалаштириш даражалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ компания/бўлим; ○ маҳсулот/бренд. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар компания/бўлим ва маҳсулот/бренд стратегиялари ўртасидаги муносабатларни муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар корпоратив, бўлинма стратегиялари, компания/бўлим ва маҳсулот/бренд ўртасидаги муносабатларни муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар машқ натижаларини синфда тақдим этадилар. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетингни режалаштириш бўйича икки хил манбадан қўшимча бўлимни ўқинг. 	Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. Ёзув тахтаси ва ручкалар.

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
17	Халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш. D1		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингни режалаштириш бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни: <ul style="list-style-type: none"> ○ кириш режимини танлаш; ○ мақсадли бозор стратегиясини ишлаб чиқиш; ○ халқаро маркетинг дастурларини режалаштириш; ○ халқаро маркетинг ҳаракатларини бошқариш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ушбу ташкилот учун халқаро маркетинг режасини тузадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар дарс режаларини тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида. • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг. 	<p>Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>Жуфтликдаги машқлар учун кейс-стади</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
18	Мустақил иш бўйича семинар 1-топшириқ.	МИБС	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёнида дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 2-мустақил иш топшириғига талаблар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг режасининг тузилиши. • Индивидуал машқ: ўқувчилар 2-мустақил ишни бажариш учун дастлабки машғулотларни олиб боришади. • Якуний сессия: 2-топшириқ билан ўқувчиларнинг ютуқларини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: 2-мустақил иш топшириғи билан давом этинг. 	<p>Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p> <p>АТ тизимлари ва Интернетга кириш.</p>
19	Модул ҳақида умумий маълумот. Мустақил иш бўйича семинар – 2-топшириқ.	МИБС	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: модулнинг қисқача мазмуни ва ҳар қандай савол ва муаммоларни ҳал қилиш. • Индивидуал машқ: 2-мустақил топшириқ билан давом этинг. • Якуний сессия: 2-топшириқ билан ўқувчиларнинг ютуқларини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг. • Дарсдан ташқари мустақил иш: 2-мустақил иш топшириғига ўтинг. Ўқувчилар мустақил ишни тугатадилар ва кейинги дарс олдидан баҳо бериш учун ўқитувчи олдига қайтадилар. 	<p>АТ тизимлари ва Интернетга кириш.</p> <p>Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p> <p>Ёзув тахтаси ва ручкалар.</p>

#	Мавзу	Дарслар тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
20	Шахсий муҳокамалар.		<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил иш пайтида бажарилган ишлар тўғрисида умумий маълумотлар, шунингдек, кейинги ривожланиш бўйича тавсиялар. • Ўқитувчининг тақдироти: модулни қайта кўриб чиқиш ва ушбу тренинг натижасида юзага келган малака ва ишга жойлашиш имкониятларидаги бошқа модуллар билан алоқаси. • Индивидуал машқ: ўқувчилар дарсни баҳолаш шакллари тўлдирадилар ва ўқитувчи билан мустақил ишнинг индивидуал машғулотида қатнашадилар. • Якуний сессия: дарсни баҳолаш шакллари тўпланг (келгуси ўқув дастурларида фойдаланилади) ва синф билан умумий масалаларни муҳокама қилинг. 	<p>Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.</p> <p>Модулнинг спецификацияси.</p>

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчиларни қуйидагилар билан таништириш:</p> <ul style="list-style-type: none"> • модул, уни баҳолаш ва ўқитиш учун ёрдам берадиган манбалар; • халқаро маркетинг тушунчаси; • халқаро маркетинг контексти.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: модул спецификацияси, баҳолаш мезонлари ва қўшимча манбаларни тақдим этиш.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ дарсликлар, журналлар ва веб-сайтлардан фойдаланган ҳолда, турли хил муаллифларнинг таърифлари: 1) турли муаллифларнинг қарашлари ва тадқиқотларига кўра турли хил қарашларга эга эканлиги; 2) қандай қилиб таърифлар бир-бирига зид бўлиши ёки бир-бирини тасдиқлаши. ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг контексти: <ul style="list-style-type: none"> ○ глобаллашув; ○ корпоратив стратегия, имкониятлар ва қобилиятлар; ○ халқаро бизнес/савдо. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар юқоридаги моддаларнинг ҳар бири Ўзбекистон контекстига боғлиқлигини муҳокама қилишади. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: олдинги машқ асосида.
Яқуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Яқуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг тушунчаси ва контексти ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	2 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидаги имкониятларга эга бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилотнинг халқаро маркетинг муҳитини тушуниш; • ташкилот атроф-муҳитини таҳлил қилиш; • Тадқиқотлар ўтказиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш имконияти. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 1-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг концепцияси ва контекстида дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: PESTLE – дан фойдаланган ҳолда халқаро маркетинг муҳити таҳлили: <ul style="list-style-type: none"> ○ сиёсий; ○ иқтисодий; ○ ижтимоий; ○ технологик; ○ ҳуқуқий; ○ экологик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: Интернетдан фойдаланиб, ўқувчилар Ўзбекистон шароитида ташкилотлар учун PESTLE таҳлилларини ўтказадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар таҳлил натижаларини синфга тақдим этадилар ва тақдимотлар пайтида қайд этадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг муҳити тўғрисида иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Халқаро ташкилотлар контекстида глобал ташкилотларнинг долзарблиги; • савдо блокларининг халқаро маркетингга потенциал таъсири.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 2-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг муҳити ҳақидаги уй вазифаларига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: глобал ташкилотларнинг халқаро маркетингга таъсири: <ul style="list-style-type: none"> ○ Бирлашган Миллатлар Ташкилоти; ○ Жаҳон савдо ташкилоти; ○ Жаҳон банки. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро маркетинг нуқтаи назаридан ҳар бир ташкилотнинг долзарблигини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: савдо блоклари: хусусиятлари: <ul style="list-style-type: none"> ○ имтиёзли савдо зонаси; ○ эркин савдо майдони; ○ божхона иттифоқи; ○ умумий бозор. • Савдо блокларига мисоллар: <ul style="list-style-type: none"> ○ NAFTA; ○ CUEAN; ○ APES; ○ EU. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ҳар бир савдо бирлигининг халқаро маркетингга таъсирини муҳокама қилишади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Тақдимотлар мазмуни ва машқлар натижалари ҳақида жуфтликларда билиб олинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Уйга вазифа: Мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар тўғрисидаги иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидаги имкониятларга эга бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • глобал бозордаги мижозлар хатти-ҳаракатларини тушуниш; • халқаро савдо ва маркетингдаги тўсиқларни тушуниш; • ташкилот ҳақида тадқиқот ва таҳлил ўтказиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш имконияти. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 3-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: глобал бозорда мижозларнинг ҳаракати, шу жумладан: <ul style="list-style-type: none"> ○ ички бозордаги хатти-ҳаракатлар ўртасидаги тафовутлар; ○ маданиятнинг таъсири; ○ халқаро стандартларнинг таъсири; ○ харид қилиш одатлари ва каналлардаги фарқ. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро савдо ва маркетингдаги тўсиқлар қуйидагиларни ўз ичига олади: <ul style="list-style-type: none"> ○ квоталар ва тарифлар; ○ тил; ○ қадриятлар ва эътиқодлар; ○ қонунчилик. • Гуруҳларда машқлар: ўқувчилар гуруҳлари халқаро маркетингга таъсир қилувчи омилларни ташкилот нуқтаи назаридан таҳлил қиладилар. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз таҳлилини синфга тақдим қилиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ҳар бир тақдимотда келтирилган натижаларни кўриб чиқинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзунини мустаҳкамлаш учун мижозлар хатти-ҳаракати ва халқаро савдо шароитидаги тўсиқлар ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро миқёсда бозор сегментацияси; • ташкилот ўз бозорини қандай ажратиши.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МР: Жуфтлик машқлари учун мисол (4-дарсда бўлгани каби).
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 4-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мижозлар хулқ-атвори ва халқаро контекстда савдодаги тўсиқлар бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозор сегментацияси: <ul style="list-style-type: none"> ○ жуғрофий; ○ демографик. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилот қандай қилиб ўз бозорини жуғрофий ва/ёки демографик жиҳатдан ажратиши мумкинлигини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозор сегментацияси: <ul style="list-style-type: none"> ○ хулқ-атвор; ○ психографик; ○ афзаллик бўйича. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилот қандай қилиб ўз бозорини хулқ-атвори, психографик омиллари ёки афзалликларига қараб ажратиши мумкинлигини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар ва машқларнинг натижаларини жуфтликларда ўрганинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзунини мустаҳкамлаш учун халқаро контекстда бозор сегментациясига оид икки манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро контекстда маркетинг аралашмаси; • ташкилот маркетинг аралашмасидан фойдаланган ҳолда халқаро бозорни қандай сегментларга ажратади.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МР: Жуфтлик машқлари учун мисол (4-дарсда бўлгани каби).
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 5-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро контекстда бозор сегментацияси бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг аралашмаси: <ul style="list-style-type: none"> ○ маҳсулот; ○ нарх; ○ реклама; ○ тарқатиш; ○ жараён; ○ одамлар; ○ ашёвий далиллар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ташкилот қандай қилиб халқаро контекстда маркетинг аралашмасини ишлатиши/ажратиши/ишлатаётгани тўғрисида муҳокама қиладилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқ натижаларини жуфтликларда ўрганинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун маркетинг нуқтаи назаридан икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • Экспорт ва лицензиялаш орқали бозорга чиқиш йўллари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 6-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро контекстда маркетинг тузилиши бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозорга кириш йўллари: <ul style="list-style-type: none"> ○ экспорт; ○ лицензиялаш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар экспорт ва лицензиялашни кириш усуллари сифатида таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқ натижаларини жуфтликларда ўрганинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун экспорт ва лицензиялаш тўғрисидаги иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Қўшма корхона тузиш, тўғридан-тўғри инвестицияларни сотиб олиш орқали бозорга кириш усуллари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: 7-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: экспорт ва лицензиялаш бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириғи асосида. ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: бозорга кириш йўллари: <ul style="list-style-type: none"> ○ қўшма корхона; ○ сотиб олиш; ○ тўғридан-тўғри инвестициялар. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар бозорга чиқиш йўллари сифатида қўшма корхоналар, сотиб олиш ва хусусий капиталдан фойдаланишни таҳлил қиладилар. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқ натижаларини жуфтликларда ўрганинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзунини мустаҳкамлаш учун қўшма корхоналар, сотиб олиш ва тўғридан-тўғри инвестициялар ҳақида иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	9 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидаги имкониятларга эга бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ташкилотларнинг бозорга кириш режимларини қандай ишлатишини тушуниш. • Тадқиқот ўтказиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш имконияти. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 8-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: қўшма корхоналар, сотиб олиш ва тўғридан-тўғри инвестициялар бўйича мустақил дарсдан ташқари мустақил ишга асосланган ҳолда. • Гуруҳларда машқлар: Уч ёки тўрт ўқувчидан иборат ҳар бир гуруҳ ташкилотни бозорга киришининг энг мос режимини аниқлаш учун текширади. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ машқ натижаларини синфга тақдим этади. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: С ўқитиш мақсадига тайёргарлик кўриш учун стратегия ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро маркетинг стратегияси сифатида трансфер; • халқаро маркетинг стратегияси сифатида глобал ёндашувлар.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 9-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: стратегия бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияси сифатида трансфер. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар трансфердан халқаро маркетинг стратегияси сифатида фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияси сифатида глобал ёндашувлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар глобал ёндашувлардан халқаро маркетинг стратегияси сифатида фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқ натижаларини жуфтликларда ўрганинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний машғулот: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзунини мустаҳкамлаш учун глобал ва халқаро трансфер стратегиялари бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	11 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро маркетинг стратегияларига кўп миллатли ёндашув; • халқаро маркетинг стратегияларига трансмиллий ёндашув.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 10-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингнинг глобал ва халқаро стратегиялари бўйича дарсдан ташқари мустақил топшириғи асосида. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияларига кўп миллатли ёндашувлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро маркетинг стратегияларида кўп миллатли ёндашувлардан фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг стратегияларига трансмиллий ёндашувлар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро маркетинг стратегияларига трансмиллий ёндашувлардан фойдаланишни таҳлил қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот ва машқ натижаларини жуфтликларда ўрганинг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг стратегияларига кўп миллатли ва трансмиллий ёндашувлар тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	12 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро маркетинг стратегиялари ўртасидаги муносабатлар; • халқаро маркетинг стратегиясига эга бўлган Ўзбекистон ташкилотлари учун афзалликлар.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (5 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 11-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (165 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг стратегияларига кўп миллатли ва трансмиллий ёндашувлар бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг стратегиялари ўртасидаги муносабатларга асосланган. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар халқаро ташкилотларнинг маркетинг стратегияларидан Ўзбекистон ташкилотларининг афзалликлари ҳақида суҳбатлашадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар машқ натижаларини синфда тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: асосий имтиёзларни тақдим этган ҳолда тақдимот асосида.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг стратегияси ташкилотлари учун афзалликлари ҳақида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	13 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидаги имкониятларга эга бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ташкилотнинг халқаро маркетинг стратегиясини баҳолаш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш. • Ёзув тахтаси ва ручкалар.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (5 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 12-дарс шарҳи.
Асосий машқлар (165 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ташкилотлар учун халқаро маркетинг стратегиясининг афзалликлари бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланган ҳолда. • Гуруҳларда машқлар: Уч ёки тўрт ўқувчидан иборат ҳар бир гуруҳ, интернетдан фойдаланиб халқаро маркетинг стратегиясини баҳолаш учун ташкилотни ўрганади. • Гуруҳларда машқлар: ҳар бир гуруҳ ўз натижаларини тақдим этиши керак. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: D ўқитиш мақсадига тайёргарлик кўриш учун стратегик режалаштириш бўйича иккита манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	14 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<ul style="list-style-type: none"> • Мустақил иш бўйича семинар.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш. • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МР: Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: дастлабки учта мақсаддан асосий мавзуларга қисқача шарҳ.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: 1-мустақил иш топшириғини тушунишни тасдиқлаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: ахборот ҳужжати таркиби: <ul style="list-style-type: none"> ○ мақсад; ○ муаммо; ○ контекст; ○ асосий мулоҳазалар; ○ кейинги босқичлар. • Индивидуал машқ: ўқувчилар мустақил иш топшириғи асосида ишлашни бошлайдилар. • Ушбу машқни барча ўқувчилар топшириқни бажаришлари учун бошқаринг.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: 1-мустақил иш топшириғи билан ўқувчининг ютуқларини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: 1-топшириқни давом эттиринг, шунда ўқувчилар уни 15-дарснинг бошида тақдим этадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	15 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стратегик режалаштиришнинг корпоратив ва бўлинма даражалари.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Кириш: 1-мустақил иш топшириғини йиғинг .
Асосий машқлар (160дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: стратегик режалаштириш бўйича 13-дарсдан бошлаб дарсдан ташқари мустақил топшириқни бажариш асосида. ● Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: стратегик режалаштириш даражалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ корпоратив; ○ бўлинувчи. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар корпоратив ва бўлиниш стратегиялари ўртасидаги муносабатларни ва стратегик мувофиқлаштиришнинг аҳамиятини муҳокама қиладилар. ● Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. ● Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот асосида муайян асосий алоқаларни таъминлаш.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> ● Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> ● Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетингни режалаштириш бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	16 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стратегик режалаштириш даражалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ компания/бўлим; ○ маҳсулот/бренд.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (20 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Баҳоланган 1-мустақил топшириқни қайтаринг. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил равишда бажарилган ишлар тўғрисида умумий маълумотлар, шунингдек, кейинги ривожланиш бўйича тавсиялар.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингни режалаштириш бўйича мустақил дарсдан ташқари иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: стратегик режалаштириш даражалари: <ul style="list-style-type: none"> ○ компания/бўлим; ○ маҳсулот/бренд. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар компания/бўлим ва маҳсулот/бренд стратегиялари ўртасидаги муносабатларни муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар корпоратив, бўлиниш стратегияси, компания/бўлим ва маҳсулот/бренд стратегияси ўртасидаги муносабатларни муҳокама қилишади. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар топилмаларини синфга тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимот асосида, муайян асосий алоқаларни таъминлаш.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзунини мустаҳкамлаш учун халқаро маркетингни режалаштириш бўйича икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	17 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушуна олишлари керак: <ul style="list-style-type: none"> • Халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва ўқув эслатмалари • МР: Кейс-стади.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: 16-дарс шарҳи .
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингни режалаштириш бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланиб. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни: <ul style="list-style-type: none"> ○ киритиш режимини танлаш; ○ мақсадли бозор учун стратегияларни ишлаб чиқиш; ○ халқаро маркетинг дастурларини режалаштириш; ○ халқаро маркетинг ҳаракатларини бошқариш. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар ушбу ташкилот учун халқаро маркетинг режасини тузадилар. • Жуфликда бажариладиган машқлар: ўқувчилар дарс режаларини тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: тақдимотлар асосида.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: тушунчани мустаҳкамланг ва кейинги дарс учун асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: мавзуни мустаҳкамлаш учун халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёни тўғрисида икки хил манбадан битта бобни ўқинг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	18 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидаги имкониятларга эга бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2-мустақил иш топшириғининг талабларини тушуниш. • Тадқиқотлар ўтказиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш. • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МР: Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: D ўқитиш мақсадининг асосий мавзулари шарҳи
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетингни режалаштириш бўйича дарсдан ташқари мустақил иш топшириғига асосланган ҳолда. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил иш топшириғини тушунганлигини тасдиқлаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: халқаро маркетинг режасининг тузилиши. • Индивидуал машқ: ўқувчилар мустақил иш топшириғи асосида дастлабки машғулотларни бошлашади.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: 2-мустақил иш билан ўқувчининг ишлашини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: 2-топшириқ бўйича ишни давом эттиринг.

Дарс режаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	19 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Ўқувчилар қуйидаги имкониятларга эга бўлишлари керак:</p> <ul style="list-style-type: none"> • С ва D ўқитиш мақсадларидан асосий фикрларни тушуниш; • Тадқиқотлар ўтказиш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • АТ тизимлари ва интернетга кириш. • Модулнинг спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • МР: Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФШ: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: барча ўқув мақсадларидан асосий мавзулар ҳақида умумий маълумот.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: модулнинг қисқача мазмуни ва ҳар қандай савол ва муаммоларни ҳал қилиш. • Индивидуал машқ: ўқувчилар мустақил иш топшириғи бўйича ишлашни давом эттирмақдалар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: 2-топшириқ билан ўқувчиларнинг ютуқларини кўриб чиқинг ва кейинги дарсга асос тайёрланг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Дарсдан ташқари мустақил иш: 2-мустақил иш топшириғига ўтинг. Ўқувчилар мустақил ишларни тугатадилар ва кейинги дарс олдидан баҳолаш учун маърузани ўқитувчига топширадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Професионал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Дарс рақами	20 (180 дақиқа)
Дарс мақсадлари	<p>Қуйидагилар зарур:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ўқувчиларга мустақил ишлар тўғрисида фикрлар билдириш; • Ўқитиш натижаларини модулда таҳлил қилиш ва уни тўлиқ малака контекстида жойлаштириш; • Ўқувчиларга модулни баҳолаш имкониятини бериш.
Ресурслар рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Модулнинг спецификацияси. • МР: Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси.
Калитлар: МР: машқлар рўйхати; ФС: форма шаблони; ТС: тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Кириш: Ўқувчиларга баҳоланган мустақил ишларни тақдим этиш ва шарҳларни кўриш учун вақт бериш.
Асосий машқлар (160 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: мустақил равишда бажарилган ишлар тўғрисида умумий маълумотлар, шунингдек, кейинги ривожланиш бўйича тавсиялар. • Ўқитувчининг тақдими: модул ҳақида қисқача маълумот ва унинг малаканинг бошқа модуллари билан алоқаси, шунингдек, ушбу машғулот натижасида келиб чиқадиган иш имкониятлари. • Индивидуал машқ: ўқувчилар дарсни баҳолаш шакллари тўлдирадиган ва ўқитувчи билан мустақил ишнинг индивидуал машғулотларида қатнашадилар.
Якуний машқ (10 дақиқа)	<ul style="list-style-type: none"> • Якуний сессия: дарсни баҳолаш шакллари тўпланг (келгуси ўқув дастурларида фойдаланилади) ва синф билан умумий масалаларни муҳокама қилинг.
Синфдан ташқари мустақил машқ	<ul style="list-style-type: none"> • Бу дарс учун йўқ

Мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson ВТЕС Ўзбекистон 5-даража Маркетинг ва сотувлар соҳаси бўйича Профессинал Диплом
Модул	6-модул: Халқаро маркетинг
Ўқитиш мақсади (лари)	A Халқаро маркетинг контекстини тушуниш; B Халқаро бозорларни тушуниш; C Халқаро маркетинг стратегияларини тушуниш; D Халқаро маркетинг режасини туза олиш;
Мустақил топшириқнинг номи	Халқаро маркетинг режаси [талаба ташкилот номини киритиши учун]
Имтиҳон олувчи	
Чиқарилиш санаси	
Топшириш муддати	

Касбий сценарий ва контекст	<p>Ушбу мустақил иш сиз ишлаётган ёки сиз ҳақингизда маълумотга эга бўлган ташкилотга нисбатан амалга оширилиши керак.</p> <p>Сиз ташкилотнинг маркетинг бўлими менежерисиз. Сиздан ишончли маркетинг тамойилларига асосланган ташкилотнинг халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш сўралди.</p>
------------------------------------	---

1-топшириқ	<p>Сиз қуйидагиларни бажаришингиз керак:</p> <p>Сизнинг маркетинг директорингизга тақдим этиладиган ахборот ҳужжатини тайёрлаш.</p> <p>Ҳужжат халқаро бозорлар, бозорга кириш стратегиялари ва халқаро маркетингга таъсир этувчи глобал омиллар ҳақида тушунчани намойиш қилиши керак.</p> <p>Ҳужжат, шунингдек, маркетинг ва бозор сегментациясини халқаро контекстда тушунишни ва халқаро маркетинг стратегиясига эга бўлиш ташкилот учун устунлик эканлигини намойиш қилиши керак.</p>
-------------------	---

Далилларнинг зарурий рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Тегишли форматда тайёрланган, 750 сўздан ошмайдиган маълумотнома. • Мос келадиган форматдаги ҳаволалар, масалан: Гарвард форматида. Ҳаволалар керакли миқдордаги сўзларга киритилмаган.
-------------------------------------	--

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонга эришиш учун сиз нималарга қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
A.P1	Халқаро маркетинг тушунчаси ва мазмунини тушунтириш.
A.P2	Ташкилотнинг халқаро маркетинг муҳитини тасвирлаш.
A.P3	Халқаро контекстда бозор сегментациясини тушунтириш.
B.P1	Халқаро контекстда маркетинг тузилишини тушунтириш.
B.P2	Халқаро бозорга чиқиш йўлларини баҳолаш.
C.P1	Халқаро маркетинг стратегиясини ташкил қилишнинг афзалликларини тушунтириш.
C.P2	Ташкилотнинг халқаро маркетинг стратегиясини баҳолаш.

2-топшириқ	<p>Сиз қуйидагиларни бажаришингиз керак:</p> <p>Халқаро бозорда (бозорларда) ишлайдиган (ёки ишламоқчи бўлган) ташкилот учун маркетинг режасини ишлаб чиқиш;</p> <p>Маркетинг директорига тақдим этиладиган режа, халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёнини тушунишга асосланган бўлиши керак.</p> <p>Режада қуйидагилар бўлиши керак:</p> <p>Ташкилотнинг халқаро маркетинг стратегиясини баҳолаш;</p> <p>Ташкилотнинг товар/хизмат/бренди учун халқаро бозорга чиқиш режимини тавсия қилиш;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ташкилотнинг фойдаланиши мумкин бўлган халқаро маркетинг вариантини тавсия этиш.
Далилларнинг зарурий рўйхати	<ul style="list-style-type: none"> • Тегишли форматда тузилган, 1250 сўздан ошмайдиган халқаро маркетинг режаси. • Мос келадиган форматдаги ҳаволалар, масалан: Гарвард форматида. Ҳаволалар керакли миқдордаги сўзларга киритилмаган.

Мазкур топшириқ учун мезонлар:	
Тавсия этилган мезонлар	Мезонга эришиш учун сиз нималарга қодир эканингизни кўрсатишингиз лозим:
B.P3	Халқаро маркетинг стратегиялари турларини тушунтириш.
C.P3	Халқаро маркетинг режасини ишлаб чиқиш жараёнини таҳлил қилиш.
D.P1	Ташкилотлар учун мавжуд бўлган халқаро маркетинг имкониятларини баҳолаш.
D.P2	Халқаро бозорга чиқиш йўлларини баҳолаш.

Мустақил топшириқни бажаришга ёрдам бериш учун маълумот манбалари	Ушбу модул учун модул спецификациясида тавсия этилган манбаларга ва қуйидаги манбаларга мурожаат қилинг. <ul style="list-style-type: none">• 1-модул: Маркетинг асослари
Мазкур мустақил топшириқнинг қисқача йўриқномасига илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	Йўқ

For information about Pearson Qualifications, including Pearson Edexcel, BTEC and LCCI qualifications visit qualifications.pearson.com

Edexcel and BTEC are registered trademarks of Pearson Education Limited

Pearson Education Limited. Registered in England and Wales No. 872828
Registered Office: 80 Strand, London WC2R 0RL.

VAT Reg No GB 278 537121



ISBN 978-1-4469-6523-8

9 781446 965238 >