

Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража

Стратегик бошқарув ва лидерлик

соҳаси бўйича

Профессионал Диплом

6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва
амалиёти

Ўқитувчи Ресурслари

1-нашр



Edexcel, BTEC ва LCCI малакалари

Edexcel, BTEC ва 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 96529 0

Ушбу нашрдаги барча материаллар

© Pearson Education Limited 2020 нинг мулки ҳисобланади

Мундарижа

Кириш	1
6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти	3
Ўқув қўлланма	3
Иш схемаси	15
Дарс режаси	25
Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси	45

Кириш

Мазкур манбалар буклети Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом спецификациясини тўлдирувчи материалдир. Спецификация сизни нимани ўқитиш ва баҳолаш лозимлиги билан таништиради. Ушбу буклетда сиз юқоридаги вазифани қандай бажариш мумкинлиги тўғрисида таклиф ва ғояларни топасиз.

Буклет сизга дарс ўтиш ва таълим бериш борасида ғояларни тақдим этган ҳолда, ўз ичига, шу жумладан амалий дарслар, реалистик сценарийлар, иш берувчиларни ўқув жараёнига жалб қилиш йўллари ва мустақил таълимни бошқариш ҳамда баҳолаш услубларини олади. Буклет, шунингдек спецификацияда акс этган маълумот қай тарзда амалиётда ишлашини намоён этиб, сизни малака оширишнинг турли йўллариини излашга рухлантиради.

Мазкур манбалар буклети қуйидагиларни тақдим этади:

- модуларни қай тарзда квалификацияни ўқитишга кўмаклашиши тўғрисида қўлланма;
- модуларни квалификацияни ўқитишга ёрдам берувчи тавсия этилган манбалар;
- квалификация барча модуллариини қамраб олган мавзу, вазифа ва баҳоларни тушунтириб берувчи ишлар схемаси;
- модул бўйича қай тарзда дарсларни ўтиш тўғрисида батафсил қўлланмали Дарс режалари;
- барча квалификация модуллариини баҳолашни ўтказишда кўмаклашувчи Мустақил топшириқ йўриқномалари.

Мазкур манбалар буклетидаги маълумот квалификацияни тузиш билан яқин боғлиқ бўлган ўқитувчилар томонидан йиғилганлиги сабаб, улар BTEC малака ошириши ўқитилишининг янги ва қизиқарли услубларини излаш билан боғлиқ муаммоларни яхши тушунишади.

Буклетда келтирилган Ўқитишга доир қўлланмасида, квалификация бўйича таълимни режалаштиришда нималарни эътибордан четда қолдирмаслик тўғрисида маълумот мавжуд. Қуйидагилар ҳақида маълумотлар мавжуд:

- сизнинг квалификация курсингиз таркиби;
- қандай қилиб ўз ўқувчиларингиз учун квалификацияни тузиб олишингиз;
- қандай қилиб сиз иш берувчилар билан алоқага чиқишингиз мумкинлиги тўғрисида таклифлар;
- бошқа ёрдамчи ва мақбул манбалар.

Биз сизга индивидуал қўлланма бердик. Ушбу қўлланма ўз ичига ўқув мақсадларига қай тарзда ёндашиш кераклиги борасида таклифларни, шунингдек дарсларни қизиқарли ва ранг-баранг тарзда ўтишга доир ғояларни олади. Шу билан биргаликда, сиз ўз вазифаларингизни қай тарзда режалаштириш тўғрисида маслаҳат ва ғояларни топасиз.

Ҳар бир модул учун биз синчиклаб танланган манбаларни қўшдик. Манбалар рўйхати сиз ўз ўқувчиларингизга тавсия этишингиз ва/ёки ўқитишда ишлатишингиз мумкин бўлган китоблар, веб-сайтлар ва видеоларни ўз ичига олади.

6-модул: Стратегик маркетинг принципи ва амалиёти

Ўқув қўлланма

Ушбу модулнинг мақсади – ўқувчиларни маркетингнинг турли стратегик усуллари билан таништириш ҳамда маркетинг назариялари ва усуллари амалда қандай қўлланилишини ўрганишдир. Ўқувчилар танланган бозорда стратегик маркетинг тамойилларини қўллаши ва стратегик маркетинг усулларида фойдаланиши лозим.

Эҳтимол, баъзи ўқувчилар ўз ташкилотларида тезкор ёки стратегик даражаларда маркетинг жиҳатларини ишлаб чиқиш тажрибасига эга бўлиши мумкин. Уларни муҳокама учун тажриба алмашиш мақсадида қимматбаҳо манбаа сифатида рағбатлантириш зарур. Ўқитувчининг раҳбарлиги остида стратегик маркетинг билан боғлиқ баъзи жараёнларни ажратиб олиш мақсадида ташкилотлардаги стратегик маркетинг ролини муҳокама қилиш фойдали бошланғич нуқта бўлиши мумкин. Кейс-стади ўқувчилар учун стратегик маркетинг ва корпоратив стратегия ўртасидаги ўзаро боғлиқликни тўлиқ тушуниш учун ришта бўлиши мумкин.

Стратегик маркетингни режалаштириш жараёнида қўлланиладиган воситалар билан ишлашда ўқитувчиларнинг иштироки талаб этилади. Ўқувчилар мавжуд турли моделлар тўғрисида кенг билимга эга бўлиши лозим. Сўнг, улар стратегик маркетинг режалаштиришда қўлланиладиган моделларнинг қийматини баҳолаши лозим. Ўқитувчилар ўқувчиларнинг тажрибаларига таяниши ва ушбу тажрибадан муҳокама учун асос сифатида фойдаланиши мумкин. Кейс-стади амалиётда қўлланиладиган моделлар мисолларини тақдим этишнинг фойдали усулига айланади. Интернет орқали маркетингнинг замонавий ўзаро боғлиқликлари мисолларидан фойдаланиш ва ўқитувчиларнинг ёрдамида стратегик жойлаштириш ва маркетинг тактикаси ўртасидаги алоқаларни киритишни қўшимча тарзда ишлаб чиқиш мумкин.

Ўқувчиларни маркетингнинг турли стратегик усуллари билан таништириш учун ўқитувчиларнинг саъй-ҳаракатлари талаб этилади. Мисоллар назариялар ва маркетинг моделларининг амалда қандай қўлланилишини кўрсатиш муҳимдир. Ўқувчилар стратегик маркетинг тамойилларини қўллаши ва унинг усулларида танланган бозорда фойдаланиши лозим. Шу сабабли, назария ва моделлар ҳозирги амалиёт билан боғланиши учун мос равишда тақдим этилиши жуда муҳим аҳамиятга эга.

Ўқитувчининг ҳиссаси ва ташқи муҳитдаги ўзгаришлар муҳокама қилинганидан сўнг натижага эришиш усулларида бири – ўқувчиларга стратегик маркетинг стратегияси мисолини тақдим этиш ҳисобланади. Бу гуруҳ ишини ташкил этишга имкон беради, унинг давомида ўқувчиларга ўз фикрига кўра ташқи муҳитдаги жорий ўзгаришлар маркетинг стратегиясига қандай таъсир қилиши тўғрисида ҳисобот бериши таклиф этилади. Агар гуруҳлар пайдо бўлаётган асосий мавзуларга стратегик маркетинг чораларни таклиф қилсалар, мавзуни янада ривожлантириш мумкин.

Модул билан танишиш

Ўқувчилар тарғиб қилиш, маркетинг ва стратегик маркетинг ўртасидаги фарқни тушуниши лозим. *Маркетинг*, одатда давомийлиги бўйича нисбатан қисқа муддатли ҳисобланган муайян маҳсулот ёки хизмат учун маркетинг компанияси билан боғлиқ бўлган бир вақтда, *тарғиб қилиш* маркетинг-миксинг бир (маҳсулот, жой ва нарх билан бир қаторда) қисми ҳисобланади. *Маркетинг стратегияси* бошқа томондан, стратегик маркетинг режалари билан бир қаторда ташкилотнинг қаерга кетишини, унинг қисқа муддатли ва узоқ муддатли фаолият мақсадларини, шунингдек, мақсадли бизнес-натижаларга эришиш учун зарур рақобат қадамлари ва ички хатти-ҳаракатларни белгилайди. Ўқувчилар соҳа ва рақобат шароитларини уддалаш учун ташкилотларга яхши ўйлаб чиқилган стратегик маркетинг режаси зарурлигини тушунадилар.

Ушбу модул учун ўқувчилардан охириги «жуда юқори бошланғич нарҳли товар»ни ҳарид қилишда инobatга олган омиллари, масалан, йўл чиптаси ёки кир ювиш машинаси тўғрисида сўров ўтказиш яхши бошланғич нуқта ҳисобланади. Бу тарғиб қилиш, маркетинг ва брендинг тўғрисида муҳокамага олиб келиши мумкин. Брендинг узоқ муддатли бизнес-мақсад ҳисобланади ва стратегик маркетингга кириш сифатида қўлланилиши мумкин, чунки кўп ҳолларда брендни узоқ муддатли истиқболда яратиш ва қўллаб-қувватлаш, маркетинг стратегиясининг асосий хусусияти ҳисобланади.

Ўқувчиларнинг шахсий профессионал билимлари ва тажрибалари ўқитишнинг бошқа мақсадларига эришишда қўлланилиши мумкин. Масалан, ўқувчилар ўз иш ўринлари ўз маҳсулотлари ва хизматларини сотишда қандай ёрдам бераётганлиги тўғрисида тажриба алмашиши мумкин, ўқитувчи раҳбарлиги остида муҳокама эса, стратегик маркетингга бўлган турли ёндашувларни баҳолаш учун асос бўлиши мумкин.

Мазкур модул ҳам ўқитувчилар учун материаллар (стратегик маркетинг тамойилларига нисбатан), ҳам модулдаги барча ўқитиш мақсадларини қамраб олувчи топшириқ асосида ётадиган ушбу тамойилларни амалда қўллашни тақдим этади.

1-расмда ушбу модулда қамраб олинadиган тўртта ўқитиш мақсадлари ўртасидаги ўзаро муносабат кўрсатилган.



1-расм: Модулни ўқитиш схемаси.

Ўқувчилар малакани ўрганиш вақтида бажариладиган машқлар ва тадқиқот тадбирларини ўз портфолиоларига сақлаб қўйиши фойдали бўлади. Ушбу портфолио шахсий ривожланиш режасини тайёрлашда, мутахассислар учун менежментни ривожлантириш дастурларига ўтишда ёки янада юқори раҳбарлик ва бошқарув лавозимларига ўтишга тайёргарликда асқотиши мумкин.

Ўқувчилар тақдимот тайёрлаши ва улар билан сўзга чиқиши лозим. Бу уларни самарали алоқаларга асосланган янги кўникмалар тўплами билан таништиради. Ўқувчиларга самарали тақдимотга олиб келадиган мос амалиёт масалалари бўйича маслаҳат беринг. Маъруза ҳақида батафсил ёзма ҳисобот кўринишида тақдим этилиши мумкин бўлган маърузачи изоҳларининг доимо маърузаларда ҳамроҳ бўлиши яхши амалиёт учун мисол бўла олади.

Ўқувчилар меҳнат соҳасида ўз тадқиқотлари қандай қўлланилишини яхши мисоллар билан кўрсатиб берувчи таклиф этилган маърузачи билан кўришиш имкониятига эга бўлиши зарур. Марказий ҳокимият вазирликларида ёки хусусий сектор ташкилотларида раҳбар лавозимларида ишлайдиган одамлар ўқувчилар олдида сўзга чиқиш учун таклиф этилиши мумкин.

Машғулотларга маърузачиларни таклиф этишда ўқувчиларнинг яхши тайёргарлик кўриши жуда муҳимдир. Бунини амалга оширишнинг самарали усули — маърузачи таклиф этилишидан аввал ўқувчилар томонидан семинар учун саволлар рўйхатини ёзишдир. Сўнг, сиз саволларнинг тегишлилигини текширишингиз ва уларни алоҳида ўқувчилар ўртасида тақсимлашингиз мумкин.

Саволлар тўрт категорияга ажратилиши лозим:

- маърузачи ишлайдиган ташкилотнинг маркетинг функцияларига тегишли саволлар
- ташкилот олдида юзага келадиган асосий стратегик маркетинг мақсадлар ва вазифаларга тегишли саволлар
- диққат марказида таклиф этилган маърузачининг стратегик маркетинг роли бўлган саволлар ва ролни бажариш учун зарур стратегик бошқарув ҳамда раҳбарлик кўникмалари
- ташкилотнинг ўз стратегик маркетинг мақсадларини тарғиб қилишида ва уларни ечиш усулларида тўқнаш келадиган муаммоларга қаратилган саволлар.

1-жадвалда таклиф этилган маърузачи чиқишидан кейин ўқувчилар томонидан ўтказилиши мумкин бўлган юқорида кўрсатилган мавзуларнинг кейинги таҳлили тўғрисида маълумот келтирилади.

Мавзулар	Кейинги таҳлил
Маърузачи ишлайдиган ташкилотнинг маркетинг функциялари.	• Маркетинг функциясининг ташкилий тузилмаси. • Мутахассиснинг профессионал роллари.
Ташкилот олдида турган асосий стратегик маркетинг мақсадлар ва муаммолар.	• Савдолар. • Пул айланмаси. • Экологик таҳлил. • Рақобатчилар таҳлили. • Бозор улуши. • Фойда, рентабеллик, бозор улуши ва пул айланмаси.
Таклиф этилган маърузачининг стратегик маркетинг роли ва ушбу ролни бажариш учун зарур стратегик бошқарув ҳамда раҳбарлик кўникмалари.	• Ҳисобот бериш каналлари. • Минцберг роллари. • Маркетинг воситалари ва моделларидан фойдаланиш.
Ташкилотнинг ўз стратегик маркетинг мақсадлари ва уларни ечиш йўлларини тарғиб қилишда дуч келадиган муаммолар.	• Технологиянинг роли. • Манфаатдор томонларни жалб этиш. • Акциядорларнинг бойлиги. • Халқаро ўлчов. • Корпоратив ижтимоий жавобгарликнинг таъсири.

1-жадвал: Таклиф этилган маърузачилар учун мавзуларнинг кейинги таҳлили.

Баҳолаш модели

Қуйидаги 1-жадвалда ҳар бир ўқитиш мақсади учун асосий бўлимларнинг мазмун шарҳлари келтирилган. Мазкур модулда учта баҳо тақдим этилган.

Муваффақиятга эришиш учун ўқувчилар барча баҳолаш мезонлари ва барча ўқитиш мақсадларини бажариши лозим.

Ўқитиш мақсади	Мундарижанинг асосий соҳалари	Баҳолашга тавсия этилган ёндашув
A Маркетингни стратегик бошқариш тамойилларини тушуниш	A1 Стратегик маркетингнинг роли. A2 Жараёнлар. A3 Корпоратив стратегия.	Ўзбекистондаги бир қатор франчайзинг дўконларини очишга интилаётган йирик халқаро бизнес учун стратегик маркетинг режасини тайёрлаш.
B Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун фойдаланилаётган воситаларни тушуниш	B1 Маркетинг моделлари ва воситалари. B2 Стратегик ўрнини топиш ва маркетинг тактикаси. B3 Муносабатлар маркетинги.	
C Стратегик маркетинг усулларини қўллай олиш	C1 Маркетинг усуллари. C2 Стратегия вариантлари. C3 Стратегик маркетинг мақсадлари.	
D Маркетинг муҳитида ўзгаришларга жавоб беришни режалаштира олиш	D1 Ташқи муҳитдаги ўзгаришлар. D2 Муаммолар. D3 Стратегик маркетинг жавоби.	

2-жадвал: Ўқитиш мақсадлари бўйича баҳолаш шарҳи.

Баҳолаш бўйича қўлланма

Ушбу модул учун ўқитиш мақсадларини барча ўқитиш мақсадларини қамраб оловчи (ушбу модул учун қисқача йўриқнома тавсифи намунасига қаранг) битта баҳо ёки муайян ўқитиш мақсадларини қамраб оловчи якка тартибдаги вазифалар тўплами ёрдамида баҳолаш мумкин.

Юқоридаги жадвалда алоҳида топшириқлар тўплами билан бир топшириққа асосланган, тавсия қилинган ёндашув келтирилган. Қуйида ушбу топшириқларнинг ҳар бирини бажариш бўйича кўрсатмалар келтирилган.

А, В, С ва D ўқитиш мақсадлари

Ўқувчилар бозор ҳажмига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган ижтимоий, иқтисодий ва маданий омиллар бўйича тадқиқот ўтказиши лозим. Тадқиқот давомида тўпланган маълумотлар мойилликлар (тенденциялар) ва янги мавзуларни аниқлаш учун таҳлил қилинган бўлиши лозим. Тадқиқотлар STEEPLE ва PEST таҳлиллари каби тегишли воситалар ёрдамида экологик таҳлил ва иқтисодий шароитлардаги рақобатчиларнинг тегишли таҳлили, шунингдек, Портернинг беш кучи моделини қўллаш орқали мустаҳкамланиши лозим. Кенгайтирилган маркетинг материаллари тўплами асосида тегишли маркетинг мақсадларини аниқлаш учун стратегик маркетинг усулларини қўллаш лозим. Маркетинг режаси шундай тайёрланган бўлиши керакки, маркетинг тактикаси, нарх ҳосил қилиш стратегияси, маҳсулотнинг ҳаёт цикли ва муносабатлар маркетинги билан боғлиқ чораларни киритиш мумкин бўлиши лозим. Маркетинг режаси SMART-мақсадларни ўз ичига олиши ва сезувчанлик таҳлили ("агар...чи?" таҳлили) билан бирга бориши лозим.

Модулнинг бошланиши

Бошланиш ўқитиш усулини тақдим этиш учун таянч нуқтаси ҳисобланади.

6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти

Кириш

Ўқувчилар ушбу модулни яхшироқ тушуниш учун иш жойларидан таянч сифатида фойдаланиши мумкин. Бироқ, агар у муносиб ташкилотнинг бир қисми бўлмаса, бошқа ишга жойлашиш, ташкилотни батафсил ўрганиш ёки муайян вазиятларни ўрганиш учун тегиши материал каби бошқа стратегиялардан фойдаланиш керак бўлиши мумкин.

Кейс-стади бўйича материалларни интернетда топиш мумкин. Йирик корпорациялар ҳар йили ўз стратегик мақсадлари акс этган шарҳлар ва молиявий фаолият таҳлилини ўз ичига олган ҳисоботларни нашр этиши шарт. Йиллик ҳисоботлар корпорация дуч келаётган жорий муаммолар ёки унинг ташкилий йўналишидаги ҳар қандай ўзгаришларни аниқлаш учун фойдалидир. Юқоридаги усулларнинг барчасини ўзлаштирган ҳолда ўқувчилар корпорация вазифасини тарғиб қилиш учун энг мос маркетинг стратегияларини баҳолай оладилар.

Таклиф этилаётган веб-сайтлар ва бошқа манбааларнинг рўйхати мазкур қўлланманинг якуний бўлимида келтирилган. Айниқса, энг замонавий маълумот манбаалари ва бошқа тегишли материалларни тақдим этишда веб-сайтлар фойдалидир.

Дарслар бир қатор турли тадбирлар доирасида ташкил этилади.

Эътибор беринг, синфдаги муҳокама вақтида қуйидагилар зарур:

- заруратга қараб саволлар ва жавоблардан фойдаланиб, барча ўқувчилар билан ўзаро муносабатларни рағбатлантириш;
- ёзув тахтасида ўқувчиларнинг асосий шарҳларини ёзиш.

Ўқитувчиларнинг тақдимотлари ва синф муҳокамалари вақтида ўқувчилар конспект ёзиши лозим.

6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
А ўқитиш мақсади: Маркетинг стратегик бошқаруви тамойилларини тушуниш
Ўқувчилар стратегик ва тезкор маркетинг ўртасидаги фарқни тушунишини намоиш этиши лозим. Мунозараларини ривожлантириш учун улар ўрнатилган моделлар ва таърифлардан фойдаланиши зарур. Ўқувчилар стратегик маркетинг билан боғлиқ жараёнларни тушуниши ва тушунтириб бериши лозим. Бунинг учун турли жараёнларни кўриб чиқиш талаб этилади ва ўқувчилар ўз ўринларини мустаҳкамлаши учун иш жойидаги тажрибаларидан фойдаланиши мумкин. Ўқувчилар стратегик маркетинг жараёнининг якка тартибда содир бўлмаслигини тушуниши лозим. Улар стратегик маркетинг ва корпоратив стратегия ўртасидаги алоқани баҳолай олишни кўрсатиши ва ушбу алоқаларга мисоллар келтириши керак.
В ўқитиш мақсади: Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун фойдаланилаётган воситаларни тушуниш
Ўқувчилар стратегик режалаштиришда қўлланиладиган моделларни тадқиқ этиши лозим. Улар стратегик маркетингни режалаштириши учун моделларнинг қиймати юзасидан фикр юритиши ва уни баҳолаши керак бўлади. Ўқувчилар стратегик режалар ишга туширилганда ҳар куни тактик қарорлар қабул қилиниши кераклигини тушуниши керак. Ўз фикрларида улар тактикани жойлашиши бўйича стратегик қарорлар билан қандай боғлиқлигини кўрсатадиган мисоллар келтириши лозим. Ўқувчилар ўзаро муносабатлар маркетингининг хусусиятларини тушунишни намоиш этиши керак. Улар стратегик маркетинг режасида ўзаро муносабатлар маркетингининг ўрнини баҳолаши, кейин эса ушбу маркетинг методикасини қўллаш афзалликларини таҳлил қилиши лозим.
С ўқитиш мақсади: Стратегик маркетинг усуллари қўллай олиш
Ўқувчилар муайян бозорда ўсиш имкониятларини тадқиқ этиши ва ишлаб чиқиш учун танланган ташкилотдан фойдаланиши лозим. Далиллар шунчаки тасодифий бўлмаслиги керак: улар тадқиқотларни қўллаб-қувватлаш учун реал вақтдаги маълумотларни, масалан, статистика маълумотлари, жорий иқтисодий маълумотлар, ташкилот маълумотлари ва бозорлар тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олиши керак. Ўқувчилар маркетинг стратегияси вариантларининг муҳимлигини тушунганлигини намоиш этиши лозим. Улар тегишли вариантларни режалаштириши ва улар фойдаланаётган ташкилий шароитда қўллаши зарур. Ўқувчилар танланган бозорда тегишли стратегик маркетинг мақсадларни яратиши учун ўз таълимининг барча элементларини муваффақиятли бирлаштириши керак. Мақсадлар ташкилотда ва танланган бозорда олиб борилган тадқиқотларга мантиқан тўғри келиши керак.

6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти**D ўқитиш мақсади: Маркетинг муҳитида ўзгаришларга жавоб беришни режалаштира олиш**

Ўқувчилар жорий ташқи муҳитни ўрганиши лозим. Улар аниқланган ўзгаришлар танланган ташкилотнинг маркетинг стратегиясига қай даражада таъсир кўрсатиши тўғрисида хабар бериши керак. Ўқувчилар ўзлари томонидан танланган ташкилотга диққат билан қараши лозим. Улар ушбу ташкилотнинг маркетинг стратегиясининг кучли ва заиф томонларини аниқлаши учун ички таҳлил ўтказиши керак. Ўқувчилар ташкилотга таъсир кўрсатувчи асосий янги мавзуларни аниқлаши лозим. Улар маҳаллий, миллий ёки глобал бўлиши мумкин. Улар ўз тушунчаларини қўллаши ва ушбу янги мавзуларга стратегик маркетинг жавобларини таклиф этиши лозим.

Бошқа ВТЕС модуллари ва малакаларига ҳаволалар

Ушбу модул малакадаги барча бошқа бўлимлар асосида турган асосий билимлар ва тушунчаларни тақдим этади.

Ресурслар**Китоблар**

Adair, J – *Effective Leadership: How to be a Successful Leader*, Pan (2009), ISBN-13: 9780330504195

Adair, J – *How to Grow Leaders: The Seven Key Principles of Effective Leadership Development*, Kogan Page (2009), ISBN-13: 9780749454807

Gold, J, Thorpe, R and Mumford, A – *Leadership and Management Development* (5th Edition), CIPD (2010), ISBN-13: 9781843982449

Kouzes, J M and Posner, B Z – *The Leadership Challenge* (6th Edition) Jossey-Bass, (2008), ISBN-13: 9781119278962

Mullins, L J – *Management and Organisational Behaviour* (11th Edition) Financial Times/Prentice Hall (2010), ISBN-13: 9781292088488

Журналлар

Management Today (Haymarket Business Media)

People Management (Chartered Institute of Personnel and Development)

Professional Manager (Chartered Management Institute)

Training Journal (Dods Group)

Веб-сайтлар

www.cipd.co.uk

Кадрлар ва ривожлантириш чартер институти, HR ва инсонларни ривожлантириш бўйича профессионал орган учун веб-сайт.

www.leadershipnow.com

Ушбу сайтда етакчилик муаммолари тўғрисида мақолалар ва блоглар нашр этилади.

www.managementhelp.org

Етакчилиқни ривожлантиришни режалаштириш бўйича мақолалар ва блоглар учун бошқарув бепул кутубхонаси.

www.managers.org.uk

Ўқувчиларнинг журнал мақолалари ва бошқа нашрларга кириши учун фойдаланиш мумкин бўлган излаш имконияти билан бирга маълумотлар базасини ўз ичига олувчи, Малакали менежмент институти веб-сайти.

www.peterhoney.org

Инструкторларнинг анкеталари ва пакетлари.

www.strategicmanagement.net

Стратегик бошқарув жамияти учун веб-сайт.

Видео

<https://www.youtube.com/watch?v=hZLMv5aexto>

Маркетинг стратегиясининг 4 та тамойили – Брайан Трейси тақдимотидан қисқа лавҳа

<https://www.youtube.com/watch?v=-ul65NjOMzo>

Стратегик маркетинг режасини қандай ёзиш мумкин

<https://www.youtube.com/watch?v=aHqoDAGHko4>

Бозорнинг фундаментал тадқиқотини қай тарзда ўтказиш мумкин

Pearson ҳар қандай ташқи интернет сайтларнинг мазмунига жавобгарликни ўз зиммасига олмайди. Ҳар бир веб-сайт 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 / университетнинг ички тармоғи орқали улардан фойдаланишга рухсат беришни маслаҳат берамиз

Иш схемаси

Модул номи	6-модул:Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Ўқув соатлари	30
Дарслар сони	10
Дарслар давомийлиги	3 соат
Бошқа модулларга ҳаволалар	Барча модуллар

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

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
1	Стратегик маркетинг; жараёнлар ва корпоратив стратегия (А мақсади: А1, А2 ва А3 мавзулари)		Кириш: ўқитувчи модулнинг мақсадларини тақдим этади; мазмун шарҳи ва баҳолаш мезонлари. Ўқитувчи тақдимоти: Стратегик маркетинг таърифи. Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар охириги «жуда юқори бошланғич нарҳли товар»ни харид қилишга таъсир кўрсатган омилларни инобатга оладилар .	Модул спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар Интернетга уланган компьютерлар Тақдимотлар Вазифалар ёзилган варақчалар Флипчартлар ва ручкалар

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			• Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги тадбирдаги жавобларни кўриб чиқинг ва тарғиб қилиш, бренд, сифат ҳамда нарх билан боғлиқ саволларни аниқланг. • Ўқитувчи тақдироти: Стратегик маркетинг ёндашуви. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади – ўқувчилар йирик корпорациянинг маркетинг стратегияси/фаолиятини таҳлил қиладилар. • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди. • Дарсдан ташқари мустақил ишлар: ўқувчилар дарсда бошланган мавзули тадқиқотни якунлайдилар.	
2	Маркетинг воситалари ва моделлари (В мақсад: В1 мавзуси)		• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди; аввалги дарс мисолида бажарилган иш шарҳи. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Маркетинг тактикаси, маркетингни бошқариш ва стратегик маркетинг ўртасидаги фарқни ажратиш учун мавзули тадқиқот натижаларидан фойдаланинг.	Модул спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар Интернетга уланган компьютерлар Флипчартлар ва ручкалар Тақдиротлар Вазифалар ёзилган варақчалар

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			• Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар – ўқувчилар маркетингни тарғиб қилиш, маркетингни бошқариш ва стратегик маркетингни фарқлай олиши лозим. • Ўқитувчи тақдироти: Маркетинг воситалари ва моделлари, хусусан SWOT, STEEPLE ва Портернинг беш кучи модели. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар SWOT-таҳлилини муайян бизнес учун қўллайдилар; STEEPLE таҳлили; Портернинг беш кучи модели. • Ўқитувчи бошчилигида синфдаги муҳокама: бозорда ишлаётган бизнес учун оқибатлар. • Ўқитувчи тақдироти: Компаниянинг портфелини таҳлил қилиш усуллари. • Якуний сессия: Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди. • Дарсдан ташқари мустақил ишлар: Бизнес-сценарийлар – ўқувчилар компаниянинг портфелини таҳлил қилиш усуллари қўллайдилар.	

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
3	Стратегик ўрнини топиш ва маркетинг тактикаси (В мақсад: В2 мавзуси)		• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди. • Ўқитувчи тақдимоти: Стратегик жойлаштириш ва маркетинг тактикаси. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар – ўқувчилар турли бизнес-вазиятлардаги маркетинг тактикасини таклиф этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги дарсдан энг яхши амалиёт ва у билан боғлиқ муаммоларни аниқлаш. • Ўқитувчи тақдимоти: Маркетинг микс ва нарҳни ҳосил қилиш стратегиялари. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Муваффақият тарихи – ўқувчилар маркетинг микс ва нарҳни ҳосил қилиш стратегияларини қўллайдилар. • Якуний сессия: Муваффақият тарихи – ўқувчилар маркетинг микс ва нарҳни ҳосил қилиш стратегияларини қўллайдилар.	Модул спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар Интернетга уланган компьютерлар Флипчартлар ва ручкалар Тақдимотлар Вазифалар ёзилган варақчалар
4	Муносабатлар маркетинги (В мақсад: В3 мавзуси)		• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни гапириб беради; Хусусий тадқиқот сифатида якунланган бизнес-сценарийлар натижаларини таҳлил қилиш.	Модул спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			• Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Кириш топширигидаги натижалардан маркетинг муносабатлари концепциясини киритиш учун фойдаланинг. • Ўқитувчи тақдироти: Ўзаро муносабатлар маркетинги. • Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар бизнесда қўлланиладиган маркетинг муносабатларининг хусусиятларини аниқлаш учун тадқиқот ўтказадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Маркетинг муносабатлари соҳасидаги илғор амалиётни аниқлаш учун аввалги топшириқ натижасидан фойдаланинг. • Ўқитувчи тақдироти: Пейн ва Баллантайннинг олти бозори модели • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар – ўқувчилар Пейн ва Баллантайннинг олти бозори моделини қўллайдилар. • Якуний сессия: ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди.	Интернетга уланган компьютерлар Флипчартлар ва ручкалар Тақдимотлар Вазифалар ёзилган варақчалар

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
5	Маркетинг усуллари ва стратегия вариантлари (С мақсад: C1 ва C2 мавзулари)		• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни гапириб беради. • Ўқитувчи тақдимоти: Маркетинг усуллари. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар: ўқувчилар маркетинг усулларини қўллайдилар. • Ўқитувчи тақдимоти: Стратегиянинг вариантлари – назарий моделлар. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади: ўқувчилар стратегия вариантларини аниқлайдилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги топшириқдан олинган энг мос стратегик вариантни аниқлаш. • Якуний сессия: Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди.	Модул спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар Интернетга уланган компьютерлар Флипчартлар ва ручкалар Тақдимотлар Вазифалар ёзилган варақчалар
6	Стратегик маркетинг мақсадлари (С мақсад: C3 мавзуси)		• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди. • Ўқитувчи тақдимоти: Стратегик маркетинг мақсадлари – кенгайтирилган маркетинг микс.	Модул спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар Интернетга уланган компьютерлар Флипчартлар ва ручкалар Тақдимотлар

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			• Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади – Ўқувчилар маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун амалий муҳитдаги маркетинг тамойиллари, назариялари ва моделларини қўллайдилар. • Ўқувчилар тақдироти: Ўқувчилар ўз маркетинг стратегияларини тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги топшириқдан олинган илғор амалиётларни аниқлаш. • Ўқитувчи тақдироти: 1-мустақил ишни тақсимлаш ва алоҳида топшириқларни бажариш; Ўқувчилар томонидан бериладиган ҳар қандай саволларга жавоб бериш. • Якуний сессия: Ўқитувчи дарсда белгиланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди. • Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар 1-мустақил ишни бошлайдилар	Вазифалар ёзилган варақчалар
7	Ташқи муҳит – ўзгаришлар, муаммолар ва стратегик маркетинг жавоблари.		• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди. • Ўқитувчи тақдироти: Ташқи муҳитдаги ўзгаришлар хусусияти.	Объект спецификацияси Ёзув тахтаси ва ручкалар Флипчартлар ва ручкалар Интернетга уланган компьютерлар

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
	(D мақсади: D1, D2 ва D3 мавзулар)		• Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар бозорнинг турли секторларида ва Ўзбекистоннинг миллий иқтисодиётида тўқнашадиган ўзгаришлар ва муаммоларни ўрганадилар. • Ўқитувчи тақдироти: Стратегик маркетингда технологияларнинг роли ва таъсири. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар технологияларнинг маркетинг функциясига таъсири мисолларини ўрганадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Технологияларнинг маркетинг функциясини олға юришига ва бизнес учун оқибатларига эҳтимолий таъсири. • Якуний сессия: Ўқитувчи дарсда белгиланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.	Тақдимот слайдлари Вазифалар ёзилган варақчалар
8	Таклиф этилган маърузачи	ТЭС/ММ	• Кириш: Ўқитувчи таклиф этилган маърузачини таништиради. • Таклиф этилган спикер: Таклиф этилган маърузачи ўзининг ташкилотидagi стратегик етакчилик тўғрисида сўзлайди. • Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар аввалдан тайёрланган саволларини берадилар ва маърузачининг жавобларини қайд этадилар.	Модул спецификациялари Ёзув тахтаси ва ручкалар Таклиф этилган маърузачи ва унинг тақдироти Таклиф этилган маърузачининг топшириқлари ёзилган варақ шарҳи

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
			• Кичик гуруҳлардаги машқ: Ўқувчилар тақдимотдаги асосий жиҳатларни ва таклиф этилган маърузачининг жавобларини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўқитувчи таклиф этилган маърузачи жавобларидан ўқитишнинг асосий жиҳатларини кўриб чиқади. • Якуний сессия: Ўқитувчи дарсда белигланган ўқитишнинг асосий бандларини тасдиқлайди.	
9	Мустақил топшириқ семинари (A–D мақсадлари)	ЁМТ	• Кириш: Ўқувчилар 1-машқ бажарилиши мобайнида ўқитувчига жавобларни тақдим этадилар. • Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар 1-мустақил ишдаги барча машқларни бажарадилар. • Ўқитувчи бошчилигида машқлар: Ўқитувчи ўқувчиларга яқка тартибда ёрдам кўрсатади. • Ўқитувчи қайдлари: Ўқувчилар бажарилган 1-мустақил ишни тақдим этадилар. • Якуний сессия: Ўқитувчи дарсда аниқланган ўқитишнинг асосий бандларини тасдиқлайди.	Модул спецификациялари 1-мустақил иш Интернетга уланган компьютерлар Ёзув тахтаси ва ручкалар Тақдимот слайдлари Машқлар ёзилган варақчалар Текширувнинг ички ҳисоботлари

#	Мавзу	Дарс тури	Таклиф этиладиган машқлар	Ресурслар
10	Баҳонинг таҳлили ва факр-мулоҳазалар (A–D мақсадлари)		• Кириш: Ўқитувчи баҳоланган 1-мустақил ишни тарқатади ва ўқувчилар билан фикр алмашишни таъминлайди; амалий тажрибадаги асосий жиҳатларни ва ечилиши зарур бўлган масалаларни аниқлайди. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўқувчилар баҳолашга тақдим этган машқларининг кучли ва заиф томонларини муҳокама қилинг. • Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар ўз ишларини таҳлил қиладилар, камчиликларни аниқлайдилар ва бартараф этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: Гуруҳ томонидан қамраб олинadиган асосий жиҳатлар шарҳини тақдим этиш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўқувчиларнинг шахсий иш роллари ва ташкилотларига нисбатан ўқитувчининг аввалги тақдимида кўтарилган асосий мавзуларни муҳокама қилинг. • Мустақил бажариш учун машқ: Ўқувчилар фикрларни ёзиш учун шаблонни тўлдирадилар. • Якуний сессия: Фикрлар шакллари йиғиштириб олинг ва натижаларни муҳокама қилинг.	Модул спецификациялари Ёзув тахтаси ва ручкалар Тақдимот Флипчарт ва ручкалар Машқлар ёзилган варақчалар Ўқувчиларнинг фикрларини ёзиш учун шакл

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	1 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунадилар: • стратегик маркетинг концепциясини; • Бизнесда стратегик маркетинг ёндашувини.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификациялари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • Флипчартлар ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Харид қилиш қарорига таъсир. • МР: Маркетинг стратегияси кейс-стадиси.
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФС: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқитувчи модулнинг мақсади билан таништиради; Мазмун шарҳи ва баҳолаш мезонлари.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Ўқитувчи тақдироти: Стратегик маркетинг таърифи. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар охирги «жуда юқори бошланғич нархли товар»ни харид қилишга таъсир кўрсатган омилларни инобатга оладилар . • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги топшириқ жавобларини кўриб чиқинг ва реклама, бренд, сифат ва нарх билан боғлиқ масалаларни аниқланг. • Ўқитувчи тақдироти: Стратегик маркетинг ёндашуви – ушбу ёндашувнинг асосий элементларини, хусусан, вазифаларнинг кетма-кетлиги ва ёзилишини; тадбирларнинг мослашишини; манбааларга бўлган талабларни; вақт доираларини; назорат ва бошқарув элементларини тавсифлайди. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади – ўқувчилар мақсадларни ўрнатиш, товарга бўлган муносабат графигини қуриш, омилли таҳлил, вариантларни баҳолаш, танлаш, шакллантириш, амалга ошириш ва назорат қилиш каби йирик корпорациянинг маркетинг стратегияси/фаолиятини таҳлил қиладилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди ва маълумотлар портфолиосининг роли ва мақсадини тушунтиради.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар конспект ёзадилар ва ўз портфолиолари ва маълумотлари устида ишлашни бошлайдилар. • Ўқувчилар дарсда бошланган тадқиқотни якунлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	2 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунадилар: • маркетинг тактикаси, маркетинг менежменти ва стратегик маркетинг ўртасидаги фарқни; • маркетинг воситалари ва моделларини қандай қўллашни; • портфолио таҳлили усулларини қандай қўллашни.
------------------------	--

Манбалар рўйхати	• Модул спецификациялари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Флипчарт ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Маркетинг тарғиботи, маркетингни бошқариш ва стратегик маркетинг. • МР: SWOT, STEEPLE ва Портернинг беш кучи модели. • МР: Компаниянинг портфелини таҳлил қилиш усуллари
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФС: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Саволлар ва жавоблар – Ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди; аввалги дарсдаги мавзули тадқиқот бўйича бажарилган ишни кўриб чиқади.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Маркетинг тактикаси, маркетинг менежменти ва стратегик маркетинг ўртасидаги фарқларни аниқлаш учун мавзули тадқиқот натижаларидан фойдаланиш. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар: ўқувчилар маркетинг тарғиб қилиш, маркетингни бошқариш ва стратегик маркетингни фарқини аниқлайдилар. • Ўқитувчи тақдироти: Маркетинг воситалари ва моделлари, хусусан, SWOT, STEEPLE ва Портернинг беш кучи модели. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчиларни урта гуруҳга ажратинг: ○ 1-гуруҳ: муайян бизнес бўйича SWOT-таҳлилни яқунлайди. ○ 2-гуруҳ: бизнес асосланган соҳанинг STEEPLE-таҳлилини яқунлайди. ○ 3-гуруҳ: Портернинг беш кучи модели ёрдамида бозорнинг таҳлилини яқунлайди. ○ Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Бозорда ишлаётган бизнес учун оқибатлар. ○ Ўқитувчи тақдироти: Компаниянинг портфелини таҳлил қилиш усуллари – Бостон матрицаси, маҳсулотнинг ҳаёт цикли модели, Ансофф матрицаси.
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар конспект ёзадилар ва ўз портфолиоларининг ҳақиқий маълумотлари устида ишлайдилар. • Бизнес-сценарийлар – ўқувчилар портфелнинг таҳлил усуллари қўллайдилар. • Ўқувчилар дарсда бошланган мавзули тадқиқотни яқунлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	3 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунадилар: • стратегик жойлаштиришнинг мақсади ва аҳамиятини; • маркетинг микснинг қўлланилишини; • маркетинг мақсадларига эришиш учун турли нарх стратегияларини қандай қўллаш мумкинлигини.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификациялари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Флипчарт ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Маркетинг тактикаси. • МР: Маркетинг мажмуаси ва нарх стратегиялари.
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФС: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Ўқитувчи тақдимоти: Стратегик жойлаштириш ва маркетинг тактикаси, масалан, ички ўсиш, бозорга кириш, бозорни ривожлантириш, маҳсулотни ишлаб чиқариш, Маркетинг тактикаси; маҳсулот тактикаси, масалан, танлов, ассортимент, сифат, брендинг. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар – ўқувчилар турли бизнес-вазиятларда маркетинг тактикасини таклиф этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Илғор амалиётларни ва улар билан боғлиқ муаммолар ҳамда аввалги машқлар натижасида олинган хатарларни аниқлаш. • Ўқитувчи тақдимоти: Маркетинг микс ва нарҳни ҳосил қилиш стратегиялари, масалан, сузувчи нарх, нарҳли кириш, таннарх, бозор нарҳи, нарх тартибсизлиги. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади – ўқувчилар маркетинг микс ва нарҳни ҳосил қилиш стратегияларини қўллайдилар.
	• Ўқитувчи дарсни ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар ўз амалий баҳоларини қайта кўриб чиқадилар ва/ёки ўз бошқарув портфолиоларига киритиш учун қўшимча амалий баҳони яқунлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	4 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунадилар: • маркетинг ўзаро муносабатларининг хусусиятларини; • Пейн ва Баллантайннинг олти бозори модели ва унинг қўлланилишини.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификацияси. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • Флипчарт ва ручкалар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Маркетинг муносабатлари соҳасидаги тадқиқотлар. • МР: Пейн ва Баллантайннинг олти бозори моделини қўллаш.
--------------------------	--

Калитлар: **МР:** Машқлар рўйхати; **ФС:** Форма шаблони; **ТС:** Тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқувчилар аввалги дарсдаги мавзули тадқиқот натижаларини тақдим этадилар – ўқитувчи аввалги дарснинг хулосаларини чиқаради; мустақил тадқиқот сифатида бажарилган бизнес-сценарийлар натижаларини кўриб чиқади.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Маркетинг ўзаро муносабатлар концепциясини тақдим этиш учун кириш топшириғи хулосаларидан фойдаланиш. • Ўқитувчи тақдимоти: Маркетинг муносабатларининг тажовузкор стратегиялари, янги мижозларга эга бўлиш, мижозларнинг харид қилиш частотасини ошириш; ҳимояловчи стратегиялар, мижозларнинг қониққанликларини ошириш ва ўтказиш учун ҳаражатларни ошириш; мижозларни ушлаб қолиш стратегиялари. • Ўқувчининг мустақил иши: Ўқувчилар бизнесда қўлланиладиган маркетинг муносабатларининг хусусиятларини аниқлаш учун тадқиқот ўтказадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Маркетинг муносабатларидаги яхши амалиётни аниқлаш учун аввалги топшириқ натижаларидан фойдаланиш. • Ўқитувчи тақдимоти: Пейн ва Баллантайннинг олти бозори модели (ички бозорлар, етказиб берувчилар бозори, рекрутинг бозорлари, рефераллар бозорлари, таъсир бозорлари, мижозлар бозорлари). • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар -ўқувчилар Пейн ва Баллантайннинг олти бозори моделини қўллайдилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар етакчилик назарияси бўйича кейинги тадқиқотларини ўтказадилар ва бошқариш портфеллари назарияси тўғрисида конспект ёзадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	5 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунадилар: • турли маркетинг усуллари; • назарий моделлар ёрдамида маркетингнинг стратегия вариантларини қандай аниқлашни.
------------------------	--

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификациялари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Флипчарт ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Маркетинг усуллари қўллаш. • МР: Стратегия вариантларини аниқлаш.
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФС: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Аввалги дарсда кўриб чиқилган асосий мавзуларни тасдиқлаш учун саволлар ва жавоблар.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Ўқитувчи тақдимоти: Маркетинг усуллари – бозорни сегментларга ажратиш; бозорни профилларга ажратиш; CRM. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Бизнес-сценарийлар: ўқувчилар маркетинг усуллари қўллайдилар. • Ўқитувчи тақдимоти: Стратегия вариантлари – Портернинг умумий стратегияларини ўз ичига олувчи назарий моделлари; асосий малакалар; рақобатда устуворлик; сармоя имкониятларини баҳолаш; General Electric компаниясининг модели; Shell компаниясидан йўналтирилганлик сиёсати матрицаси. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади: ўқувчилар стратегиянинг вариантларини аниқлайдилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги топшириқдан олинган энг муносиб стратегик вариантни аниқланг
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар конспект ёзадилар ва ўз портфолиоларининг ҳақиқий маълумотлари устида ишлайдилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	6 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларга қодир бўладилар: • кенгайтирилган маркетинг микс хусусиятларини тушунишга ва қўллашга; • маркетинг стратегиясини қандай тайёрлашни тушунишга.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификациялари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Флипчарт ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Маркетинг тамойилларини қўллаш. • МР: 1-мустақил иш.
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФС: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқитувчи аввалги дарснинг асосий жиҳатларига якун ясайди ва ўқувчиларнинг тушунганлигини текшириш учун бир қатор саволлар ва жавоблардан фойдаланади.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Кириш: Саволлар ва жавоблар: ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди. • Ўқитувчи тақдимоти: Стратегик маркетинг мақсадлар – кенгайтирилган маркетинг микс. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Кейс-стади – ўқувчилар маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун маркетинг тамойиллари, назариялари ва моделларини амалий шароитда қўллайдилар. • Ўқувчининг тақдимоти: Ўқувчилар ўз маркетинг стратегияларини тақдим этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Аввалги топшириқдан олинган энг яхши амалиётларни аниқланг. • Ўқитувчи тақдимоти: 1-мустақил ишни тақсимланг ва алоҳида топшириқлар бўйича бирма-бир ўтинг; ўқувчилар томонидан берилган барча саволларга жавоб беринг. (Изоҳ: ўқувчилар 1-топшириқни бажаришга бўш вақтларида киришадилар ва ўз ишларини 9-дарсда якунлайдилар)
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда белгиланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар конспектларини ёзадилар ва ўз портфолиоларининг ҳақиқий маълумотлари устида ишлайдилар • Ўқувчилар 1-мустақил ишни бажаришга киришадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	7 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларни тушунадилар: • ташқи омилларнинг маркетингга таъсирини; • стратегик маркетингда технологиянинг ҳозирги ва бўлғуси роли ҳамда таъсирини; • маркетинг стратегиясини амалга оширишга ҳаракат қилаётган бизнеснинг дуч келаётган муаммоларини.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификациялари. • Ёзув тахтаси ва ручкалар. • Флипчарт ва ручкалар. • Интернетга уланган компьютерлар. • ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. • МР: Бозорнинг турли соҳаларида ва Ўзбекистоннинг миллий иқтисодиётида юзага келаётган ўзгаришлар ва муаммоларни ўрганиш. • МР: Технологиянинг маркетинг функциясига қандай таъсир кўрсатганлиги мисолларини тадқиқ этиш.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** Машқлар рўйхати; **ФС:** Форма шаблони; **ТС:** Тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқитувчи аввалги дарс шарҳини тақдим этади ва ўқувчиларнинг тушунганликларини тасдиқлаш учун саволлар ва жавоблардан фойдаланади.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Кириш: Саволлар ва жавоблар – ўқитувчи аввалги дарсни такрорлайди. • Ўқитувчи тақдимоти: Ташқи муҳитдаги ўзгаришлар хусусияти. • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар бозорнинг турли секторларида ва Ўзбекистоннинг миллий иқтисодиётида тўқнашадиган ўзгаришлар ва муаммоларни ўрганадилар • Ўқитувчи тақдимоти: Стратегик маркетингда технологияларнинг роли ва таъсири (хусусан, ижтимоий тармоқларнинг таъсири, вирусли маркетинг, истеъмолчиларнинг онлайн-шарҳлари). • Жуфтликда бажариладиган машқлар: Ўқувчилар технологияларнинг маркетинг функциясига қандай таъсир кўрсатиши мисолларини ўрганадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Технологияларнинг маркетинг функциясини тарғиб қилишга бўлган эҳтимолий таъсири ва бизнес учун оқибатлари.
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда кўрсатилган ўқитишнинг асосий бандларини тасдиқлайди, 1-мустақил ишдан келиб чиқувчи ҳар қандай саволларни кўриб чиқади ва топшириш санасини тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар 1-мустақил иш устида ишлашда давом этадилар ва кейинги дарс учун саволлар тайёрлайдилар: таклиф этилган маърузачининг ўз ташкилотидаги стратегик етакчилик тўғрисидаги тақдимоти.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	8 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларга қодир бўладилар: • стратегик маркетинг тамойиллари, функциялари ва аҳамиятини тушуниш учун таклиф этилган маърузачиларга саволлар беришга.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	• Модул спецификациялари • Ёзув тахтаси ва ручкалар • Таклиф этилган спикер ва тақдимот слайдлари (Изоҳ. Дарс аввалида ўқитувчи таклиф этилган маърузачини тақдимотда қамраб олиши зарур бўлган соҳалар тўғрисида огоҳлантириши лозим.) • МР: таклиф этилган маърузачининг тақдими • МР: таклиф этилган маърузачининг фикри
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФС: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқитувчи таклиф этилган спикерни таништиради.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Таклиф этилган спикер тақдироти: Уларнинг ташкилотидаги стратегик етакчилики. • Ўқувчининг Мустақил иши: Ўқувчилар аввалги дарсдан сўнг тайёрлаб қўйган саволларини берадилар ва маърузачининг жавобларини ёзиб оладилар. • Кичик гуруҳлардаги машқ: Ўқувчилар таклиф этилган маърузачи тақдироти ва унинг саволларга жавобларидан келиб чиқиб асосий банд деб ҳисоблаётган масалаларини муҳокама қиладилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўқитувчи таклиф этилган маърузачининг жавобларига асосланган ўқитишнинг асосий жиҳатларини кўриб чиқади. Қуйидагилар билан алоқани ўрнатади: ○ стратегик режалаштириш; ○ стратегик мақсадлар; ○ маркетинг тактикаси; ○ маркетинг моделлари билан.
Якуний машқ (20 дақиқа)	Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	Ўқувчилар менежмент портфелига қайдлар ёзадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	9 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар: 1-мустақил ишни бажарадилар.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	- Модул спецификациялари. - Ўзув тахтаси ва ручкалар. - Интернетга уланган компьютерлар. - Флипчарт ва ручкалар. - Текширувнинг ички ҳисоботлари. ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. МР: 1-мустақил иш.
--------------------------	---

Калитлар: **МР:** Машқлар рўйхати; **ФС:** Форма шаблони; **ТС:** Тақдимот слайди

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқитувчи аввалги дарс шарҳини тақдим этади ва ўқувчиларнинг тушунганликларини тасдиқлаш учун саволлар ва жавоблардан фойдаланади.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Кириш: ўқувчилар 1-мустақил ишнинг бажарилиши тўғрисида ўқитувчига хабар берадилар. • Ўқувчининг Мустақил иши: Ўқувчилар 1-мустақил ишдаги барча топшириқларни бажарадилар. • Ўқитувчи раҳбарлигидаги топшириқ: Ўқитувчи ўқувчиларга умумий (якка тартибда бўлмаган) ёрдам кўрсатади. • Ўқитувчи қайдлари: Ўқувчилар бажарилган 1-мустақил ишни тақдим этадилар; ўқитувчи қайдлар ёзади.
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Ўқитувчи дарсда аниқланган асосий жиҳатларни тасдиқлайди.
Дарсдан ташқари мустақил ишлар	• Ўқувчилар менежмент портфолиосига қайдлар ёзадилар.

Дарс режаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профessional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс рақами	10 (180 дақиқа)

Дарс мақсадлари	Ўқувчилар қуйидагиларга қодир бўладилар: - Ўзининг 1-мустақил иш учун бажарилган, баҳоланган ишини кўриб чиқишга; 6-модулда тавсифланган ўқитиш мақсадлари ўртасидаги алоқани тушунишга; 6-модулнинг фикрлар шаклини тўлдиришга.
------------------------	---

Ресурслар рўйхати	- Модул спецификациялари. - Ёзув тахтаси ва ручкалар. - Флипчарт ва ручкалар. ТС: Тақдимот слайдлари ва конспектлар. МР: Баҳоланган иш шарҳи. МР: Фикрлар шаклини тўлдириш. ФШ: Ўқувчининг фикрлари шакли.
Калитлар: МР: Машқлар рўйхати; ФШ: Форма шаблони; ТС: Тақдимот слайди	

Машқлар	Ўқитувчининг қайдлари
Бошланғич машқ (10 дақиқа)	• Кириш: Ўқитувчи баҳоланган 1-мустақил ишни тарқатади ва ўқувчилар билан фикр алмашишни таъминлайди; амалий тажриба нуқтасини ва ҳар қандай ечилиши зарур бўлган масалаларни аниқлайди.
Асосий машқлар (150 дақиқа)	• Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўқувчилар баҳолаш учун тақдим қилган топшириқларнинг кучли ва заиф томонларини муҳокама қилинг. Ўқувчилар томонидан тақдим этилган топшириқларда учрайдиган илғор амалиётни муҳокама қилинг. Ўқувчиларга топшириқни бажариш вақтида улар дуч келган ҳар қандай муаммоли масалаларни кўтаришга имконият тақдим этинг. • Ўқувчининг мустақил иши: Ўқувчилар ўз ишларини таҳлил қиладилар, камчиликларни аниқлайдилар ва бартараф этадилар. • Ўқитувчи бошчилигидаги тақдимот: А – D ўқув мақсадлари томонидан қамраб олинadиган асосий жиҳатларнинг шарҳини тақдим этиш; мақсадлар ва мавзулар ўртасидаги ўзаро алоқа, гуруҳнинг дастур доирасида бошқа модуллар билан қандай муносабатда бўлишини аниқлаш. • Ўқитувчи бошчилигидаги муҳокама: Ўқитувчининг аввалги тақдимотида ўқувчиларнинг иш роллари ва ташкилотларига нисбатан кўтарилган асосий мавзуларни муҳокама қилинг. • Ўқувчининг мустақил иши: Ўқувчилар фикрларни ёзиш учун шаклни тўлдирадилар.
Якуний машқ (20 дақиқа)	• Фикрлар шаклини йиғиб олиш ва натижаларни муҳокама қилиш. • Ўқитувчи ушбу малакадаги мазкур модул ва бошқа модуллар ўртасидаги алоқани тушунтиради.

Мустақил топшириқ қисқача йўриқномаси

Малака	Pearson BTEC Ўзбекистон 7-даража Стратегик бошқарув ва лидерлик соҳаси бўйича Профессional Диплом
Модул	6-модул: Стратегик маркетинг принциплари ва амалиёти
Дарс мақсадлари	A Маркетингни стратегик бошқариш таъминларини тушуниш. B Стратегик маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун фойдаланилаётган воситаларни тушуниш. C Стратегик маркетинг усулларини қўллай олиш. D Маркетинг муҳитида ўзгаришларга жавоб беришни режалаштира олиш.
Мустақил ишнинг номи	Стратегик маркетинг режасини ишлаб чиқиш ва бошқариш
Баҳоловчи	
Нашр санаси	
Топшириш муддати	

Профессионал сценарий ёки контекст	Сиз Ўзбекистонда жойлашган, Тошкентдаги Marketing Consulting Practice компаниясида ишлайсиз. Амалиёт, қовурилган товук ва бургерларга ихтисослаштирилган, йирик Америка тез овқатланиш тармоғи учун стратегик маркетинг режасини бўйича савдодан муваффақиятли ўтди. Америка бизнеси Ўзбекистоннинг барча йирик шаҳарларида тез овқатланиш франшизалари сериясини очишни режалаштирмоқда.
1-топшириқ	Сиз қуйидаги топшириқларни бажаришингиз зарур: • Ўзбекистонда тез овқатланиш дўконлари учун эҳтимолий бозорни аниқлаш мақсадида тадқиқот ўтказинг. • Муайян бозор учун тегишли маркетинг мақсадларини ўрнатиш каби стратегик маркетинг усулларида фойдаланинг. • Биринчи иш йилингиз учун маркетинг режангизни ёзинг. • Маркетинг муҳитидаги ўзгаришларга қандай жавоб қайтаришингизни намоёниш этиш учун хатарлар таҳлилини ўтказинг.
Талаб этиладиган далиллар рўйхати	• Маркетинг тадқиқотлари натижаларини, хусусан, миқдорий ва сифатли маълумотларни таҳлил қилинг. • Маркетинг мақсадларининг тўплами. • Маркетинг режаси. • Хатарлар таҳлили ва аниқланган хатарларга тегишли жавоб қайтариш.

Мазкур топшириқ томонидан қамраб олинадиган мезонлар:	
Мезонларга ҳаволалар	Мазкур топшириқ мезонларини бажариш учун ўз кўникмаларингизни кўрсатишингиз лозим:
A.P1	Стратегик бошқарув билан боғлиқ жараёнларни таҳлил қилинг.
A.P2	Стратегик маркетинг ва корпоратив стратегия ўртасидаги ўзаро боғлиқликни баҳоланг.
B.P1	Стратегик маркетинг режалаштиришда фойдаланилаётган моделлар аҳамиятини баҳоланг.
B.P2	Стратегик маркетинг ва корпоратив стратегия ўртасидаги алоқани таҳлил қилинг.
C.P1	Бозорда ўсиш имкониятларини аниқлаш учун фойдаланиладиган маркетинг усуллари таҳлил қилинг.
C.P2	Стратегик маркетинг мақсадларининг мақсадга мувофиқлигини муайян контекстда баҳоланг.
D.P1	Ташкилот маркетинг стратегиясининг кучли ва заиф томонларини таҳлил қилинг.
D.P2	Бозорнинг муайян контекстида вужудга келадиган мавзуларга стратегик маркетинг жавобларини баҳоланг.

Мустақил ишда ёрдам берадиган маълумот манбаалари	Ўзбекистоннинг ижтимоий-иқтисодий хусусиятлари бўйича тегишли интернет-сайтлар. Ўзбекистон иқтисодиёти билан боғлиқ асосий иқтисодий самарадорлик кўрсаткичлари бўйича тегишли интернет-сайтлар.
Мазкур мустақил ишга илова қилинган бошқа баҳоловчи материаллар	Мавжуд эмас

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

