

Navruz-Zoda B.N. 5230400 - Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi talabalari uchun "Marketing prinsiplari" fanidan mustaqil ishlarni tashkil etish bo'yicha uslubiy ko'rsatma. B.: BuxDU, 2022 yil. 12 bet.

ANNOTATSIYA: Uslubiy ko'rsatmada umumiy qoidalar, mustaqil ishining mavzusini tanlash va uni bajarish, mustaqil ishining tuzilmasi va mazmuni, mustaqil ishini rasmiylashtirish va baholash tartibi, mavzular, tavsiya etiladigan adabiyotlar ro'yxati va ilovalar ko'rsatilgan.

TAQRIZCHILAR:

- 1. Tadjiyeva S.U., BuxDU, "Servis sohasi iqtisodiyoti" kafedrasida dotsenti, i.f.n.**
- 2. Hayitov Sh.N., BuxMTI, "Menejment" kafedrasida mudiri, i.f.n., dotsent. i.f.n.**

USLUBIY KO'RSATMA:

Buxoro Davlat Universiteti o'quv-metodik kengash _____dagi _____-son yig'ilishida muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan.

1.Kirish

“Marketing prinsiplari ” fanidan talabalar referat va mustaqil ishlarini tashkil etish, nazorat qilish va baholash bo‘yicha tayyorlangan ushbu uslubiy ko‘rsatma magistratura bosqichi marketing (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha) ta‘lim yo‘nalishlari 2-kurs bakalavr talabalarining mazkur fandan mustaqil ishini tashkil etish va nazorat qilishda foydalanish uchun tavsiya etiladi.

Mustaqil ishning o‘ziga xosligi shundaki, o‘quv faoliyatining bu qismi talabalarining mustaqil faolligi hamda tegishli professor-o‘qituvchilarning nazorati asosida tashkil etilib, o‘quv rejada semestrlar bo‘yicha belgilangan soatlar hajmiga ko‘ra amalga oshiriladi.

Mazkur uslubiy ko‘rsatmada talabalar referat va mustaqil ishlarining asosiy shakllari va ularning mazmuni, mustaqil ishni amalga oshirishda talaba bajarishi lozim bo‘lgan vazifalar, mustaqil ishni bajarish bo‘yicha maslahatlarni tashkil etish, ularni nazorat qilish va baholash tartibi bayon etilgan.

2.Talabalar referat va mustaqil ishlarining mazmuni va asosiy shakllari

“Marketing prinsiplari” fani bo‘yicha talabalar referat va mustaqil ishlarini tashkil etish ularda iqtisodiy bilim, dunyoqarash, ijtimoiy faollik va mustaqil fikrlashni shakllantirishga qaratilgan tadbirlar tizimini o‘z ichiga oladi. U o‘quv rejasi va fanlar dasturlarida ko‘zda tutilgan zarur bilimlar va ko‘nikmalarning talabalar tomonidan oqilona, kam vaqt va kuch sarflab o‘zlashtirilishini ta‘minlaydi.

“Marketing prinsiplari” o‘qitish jarayonini takomillashtirish, talabaning qiziqishlarini, anglash faolligini va mustaqil ishlarini rivojlantirish yo‘nalishida boradi, bunda ijodiy fikrlash, mustaqil o‘qish, ko‘nikma va layoqatlari shakllanadi.

Talaba mustaqil ishi – muayyan fandan o‘quv dasturida belgilangan bilim, ko‘nikma va malakaning ma‘lum bir qismini talaba tomonidan fan o‘qituvchisi maslahati va tavsiyalari asosida auditoriya va auditoriyadan tashqarida o‘zlashtirishiga yo‘naltirilgan tizimli faoliyatdir.

Mustaqil ishni bajarishdan **asosiy maqsad** – “Servis sohasi iqtisodiyoti” kafedrası professor-o‘qituvchilarining bevosita rahbarligi va nazorati ostida talabalarni semestr davomida fanni uzluksiz o‘rganishini tashkil etish, olingan bilim va ko‘nikmalarni yanada mustahkamlash,

kelgusidagi darslarga tayyorgarlik ko‘rish, aqliy mehnat madaniyatini, yangi bilimlarni mustaqil ravishda izlab topish va qabul qilishni shakllantirish hamda ushbu tariqa universitetda raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashga erishishdan iborat.

Mustaqil ish uchun beriladigan topshiriqlarning shakli va hajmi, qiyinchilik darajasi semestrda–semestrda ko‘nikmalar hosil bo‘lishiga muvofiq ravishda o‘zgarib, oshib borishi lozim. Ya’ni, talabalarning topshiriqlarni bajarishdagi mustaqilligi darajasini asta-sekin oshirib, ularning topshiriqlarni bajarishga tizimli va ijodiy yondoshishga o‘rganib borishi kerak.

“Marketing prinsiplari” fani bo‘yicha talabalar mustaqil ishini tashkil etishda talabaning akademik o‘zlashtirish darajasi va qobiliyatini hisobga olgan holda **quyidagi shakllardan** foydalanish mumkin:

- fanning ayrim mavzularini o‘quv adabiyotlari yordamida mustaqil o‘zlashtirish, o‘quv manbalari bilan ishlash;
- seminar mashg‘ulotlariga tayyorgarlik ko‘rib borish;
- belgilangan mavzular bo‘yicha referat tayyorlash;
- testlar yechish;
- amaliyotdagi mavjud muammoning yechimini topish bo‘yicha keyslar yechish;
- munozarali savollar va topshiriqlarga tayyorgarlik ko‘rish;
- talabalarning ilmiy jamiyatlari va to‘garaklarida ishtirok etish;
- ko‘rgazmali vositalar tayyorlash;
- kurs ishi (loyihalari)ni bajarish;
- hisob-kitob va grafik ishlarini bajarish;
- ilmiy maqola, tezislar va ma’ruza matnlarini tayyorlash;
- axborot resurs markazida belgilangan mavzular bo‘yicha nazariy, amaliy va statistik ma’lumotlarni yig‘ish, qayta ishlash va muayyan tizimga solish;
- belgilangan mavzular bo‘yicha zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida taqdimot materiallari tayyorlash;
- talabalar yotoqxonasiidagi ma’naviyat xonasi, kutubxona, zamonaviy axborot texnologiyalar markazi imkoniyatlaridan foydalanilgan holda mustaqil o‘qish jarayonlarida ishtirok etish;
- fakultativlar va maxsus seminarlar ishlarida ishtirok etish;
- kafedralar va fakultetlarning ilmiy hamda ilmiy-uslubiy ishlarida ishtirok etish va boshqalar.

Talabalarning mustaqil ishi ta’lim va tarbiyaning shunday vazifalariga bo‘ysundirilganki, butun o‘quv jarayoni to‘lalgicha talabalar tomonidan

faol, ongli, puxta va tizimli ravishda fan asoslarini o'zlashtirish va ularda iqtisodiy dunyoqarashni shakllantirish imkonini beradi. Bu vazifalar ta'lim jarayoni va shaxsni shakllantirish qonuniyatlarini bilmasdan va foydalanmasdan turib hal qilinishi mumkin emas. Ularning mazmuniga qisqacha to'xtalib o'tamiz.

Mavzuni mustaqil o'zlashtirish. Fanning xususiyati, talabalarning bilim darajasi va qobiliyatiga qarab ishchi o'quv dasturiga kiritilgan alohida mavzular talabalarga mustaqil ravishda o'zlashtirish uchun topshiriladi. Bunda mavzuning asosiy mazmunini ifodalash va ochib berishga xizmat qiladigan tayanch iboralar, mavzuni tizimli bayon qilishga xizmat qiladigan savollarga e'tibor qaratish, asosiy adabiyotlar va axborot manbalarini ko'rsatish lozim.

Topshiriqni bajarish jarayonida talabalar mustaqil ravishda o'quv adabiyotlaridan foydalanib, ushbu mavzuni konspektlashtiradilar, tayanch iboralarning mohiyatini anglagan holda mavzuga taalluqli savollarga javob tayyorlaydilar. Zarur hollarda (o'zlashtirish qiyin bo'lsa, savollar paydo bo'lsa, adabiyotlar yetishmasa, mavzuni tizimli bayon eta olmasa va h.k) o'qituvchidan maslahatlar oladilar. Mustaqil o'zlashtirilgan mavzu bo'yicha tayyorlangan matn o'qituvchiga himoya qilish orqali topshiriladi.

O'quv jarayonining ajralmas tarkibiy qismi bo'lgan "Marketing prinsiplari" fani bo'yicha mustaqil ishlar ko'proq referatlar qo'rinishida bo'lib kelmoqda. Referat talabalar ilmiy ishlarining birinchi shaklidir. Talabalar ilmiy ijodi o'quv jarayonlaridan biri sifatida o'qitish, bilim berish va tarbiyalash vazifalarini bajarishda o'z xususiyatlariga ega. Talaba tadqiqot faoliyatiga jalb qilinib, ilmiy adabiyotlar bilan ishlash, statistik va boshqa materiallarni yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish ko'nikmalariga ega bo'ladi, o'rganilayotgan hodisani tanqidiy baholashga o'rganadi, nazariyani amaliyot bilan bog'laydi va h. k.

Agar referat tayyorlashning darslik bo'yicha tayyorlangan seminar mashg'ulotidagi chiqishga qaraganda mazmun va sifat jihatdan yuqoriligi hisobga olinsa, referat shubhasiz katta foyda keltiradi. Talaba auditoriya oldida referatda bayon qilingan qoidalarni himoya qilishga, yoqlashga tayyorlanishi kerak, iqtisodiyot nazariyasini o'rganishda bu muhim ahamiyatga ega.

Referat - bu talabalar mustaqil ishlarining samarali shakllaridan biridir. Mazkur shakl talaba tomonidan referat mavzusini tanlash, unda yoritiladigan masalalar mazmunini oldindan rejalashtirish, referatni tayyorlash va muhokama qilishning barcha bosqichlarida kafedra professor-o'qituvchilarining tashkiliy-uslubiy yordami va maslahati

asosidagina samarali amalga oshishi mumkin. Bu yerda o'qituvchi tomonidan talabalarning referat ishlariga rahbarlik qilish qanchalik batafsil va malakali amalga oshirilganligi va referatlarga talablar mezoni qanchalik to'g'ri qo'yilganligi albatta, hal qiluvchi ahamiyatga ega. Topshiriq talabalarning referat yozish ko'nikmalarini, ilmiy qiziqishlari va bilim darajasini hisobga olgan holda berilishi juda muhim.

Ko'rgazmali vositalar tayyorlash. Talabaga muayyan mavzuni bayon qilish va yaxshiroq o'zlashtirish uchun yordam beradigan ko'rgazmali materiallar tayyorlash vazifasi topshiriladi. Mavzu o'qituvchi tomonidan aniqlanib, talabaga ma'lum ko'rsatmalar, yo'l-yo'riqlar beriladi. Ko'rgazmali vositalarning miqdori, shakli va mazmuni talaba tomonidan mustaqil tanlanadi. Bunday vazifani bir mavzu bo'yicha bir necha talabaga yoki talabalar guruhiga topshirish ham mumkin.

Mavzu bo'yicha testlar, munozarali savollar va topshiriqlar tayyorlash.

Talabaga mustaqil ish sifatida muayyan mavzu bo'yicha testlar, qiyinchilik darajasi har xil bo'lgan masalalar va topshiriqlar, munozaraga asos bo'ladigan savollar tuzish vazifasi topshiriladi.

Bunda o'qituvchi tomonidan talabaga testga qo'yiladigan talablar va uni tuzish qonun-qoidalari, qanday maqsad ko'zda tutilayotganligi, muammoli savollar tuzishda mavzuning munozarali jihatlarini qanday ajratish lozimligi, topshiriqlarni tuzish usullari bo'yicha yo'l-yo'riq beriladi.

Ilmiy maqola, tezislar va ma'ruzalar tayyorlash. Talabaga biron-bir mavzu bo'yicha (mavzuni talabaning o'zi ham tanlashi mumkin) ilmiy maqola, tezis yoki ma'ruza tayyorlash topshirilishi mumkin. Bunda talaba o'quv adabiyotlari, ilmiy-tadqiqot ishlari, dissertatsiyalar, maqola va monografiyalar hamda boshqa axborot manbalaridan mavzuga tegishli materiallar to'playdi.

Talabalarning ilmiy-nazariy konferentsiyalari ham talabalar mustaqil ishlarining shakllaridan biridir. Kafedra professor-o'qituvchilari talabalar ilmiy-nazariy konferentsiyasini tashkil etish orqali o'z ishini guruhning kasbiy yo'naltirilganligini, a'zolarining yosh tarkibini, qiziqishlarini hisobga olib, tabaqalashgan holda tashkil qilishi kerak. Faqat shu holdagina talabalarning konferentsiyani o'tkazishda faol ishtiroki va manfaatdorligi ta'minlanadi. Talabalarning ilmiy-nazariy konferentsiyalarini bosqichma-bosqich o'tkazish maqsadga muvofiqdir. Iqtisodiyot nazariyasi fani bo'yicha talabalarning ilmiy-nazariy

konferentsiyalarini quyidagi bosqichlarda amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

1-bosqich – fan o‘qitilayotgan barcha o‘quv guruhlarida konferentsiyalarni o‘tkazish;

2-bosqich – har bir guruhda tanlab olingan talabalarning eng yaxshi ma’ruzalarini fakultet va fakultetlararo konferentsiyaga taqdim etish va o‘tkazish;

3-bosqich – fakultetlararo konferentsiyada tanlab olingan eng yaxshi ma’ruzalarni umumuniversitet ilmiy-nazariy konferentsiyasiga taqdim etish.

Butun guruhlar uchun yagona bo‘lgan konferentsiya mavzusini tasdiqlab, talabalarning ma’ruza va chiqishlarini guruhlarining qiziqishlariga qarab ixtisoslashtirish mumkin.

3.Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishning asosiy tamoyillari

Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishda “Talabalar mustaqil ishini tashkil etish va nazorat qilish” bo‘yicha yo‘riqnomada belgilangan quyidagi asosiy tamoyillarga rioya qilish maqsadga muvofiqdir:

1.Talabalar mustaqil ishlarini ikki ko‘rinishda – auditoriyada va auditoriyadan tashqarida tashkil etish.

2.Talabalar mustaqil ishlarini tizimli ravishda, ya’ni bosqichma-bosqich, oddiydan murakkabga qarab tashkil etilishini ta’minlash.

3. Talabalar mustaqil ishlarining shakli va hajmini belgilashda quyidagi muhim jihatlarga e’tibor qaratish:

- talabaning o‘qish bosqichi;
- muayyan fanning o‘ziga xos xususiyati, o‘zlashtirishdagi qiyinchilik darajasiga;
- talabaning qobiliyati, nazariy va amaliy tayyorgarlik darajasiga;
- fanning axborot manbalari bilan ta’minlanganlik darajasiga;
- talabaning axborot manbalaribilan ishlay olish darajasiga;
- mustaqil ish uchun topshiriqlar kursdan-kursga o‘tish bilan shakl va hajm jihatidan o‘zgarib borishiga;
- mustaqil ish fan xususiyati hamda talabaning akademik o‘zlashtirish darajasiga va qobiliyatiga mos holda tashkil etish.

4. Mustaqil ishni amalga oshirishda talaba bajarishi lozim bo'lgan vazifalar

Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etishda quyidagi vazifalarni bajarishlari lozim:

- yangi bilimlarni mustaqil tarzda puxta o'zlashtirish ko'nikmalariga ega bo'lish;
- zarur ma'lumotlarni izlab topish uchun qulay usullarni va vositalarni aniqlash;
- axborot manbalaridan samarali foydalanish;
- an'anaviy o'quv va ilmiy adabiyotlar hamda me'yoriy xujjatlar bilan ishlash;
- elektron o'quv va ilmiy adabiyotlar va ma'lumotlar banki bilan ishlash;
- Internet tarmog'idan maqsadli foydalanish;
- ma'lumotlar bazasini tahlil etish;
- ish natijalarini ekspertizaga tayyorlash va ekspert xulosasi asosida qayta ishlash;
- topshiriqlarni bajarishda tizimli va ijodiy yondashish;
- ishlab chiqilgan yechim, loyiha yoki g'oyani asoslash va mutaxassislar davrasida himoya qilish.

5. Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlarni tashkil etish tartibi

Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlar darsi auditoriyadan tashqarida amalga oshirishga mo'ljallangan mustaqil ishlarni bajarish yuzasidan tegishli yo'llanmalar berish va uning bajarilishini nazorat qilib borish maqsadida tashkil qilinadi.

Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlar darsi fanning kalendar-tematik rejasiga muvofiq o'tkaziladi. "Marketing prinsiplari" fani bo'yicha talabalarning mustaqil ish mavzulari va mazmuni, ularni bajarish yuzasidan hisobot shakllari quyidagi jadvalda keltirilgan:

T/r	Mavzu nomlari	Mashg'ulot turi	Ajratilgan vaqt	Talaba mustaqil ishi mavzusi va mazmuni	Hisobot shakli
1.	Marketing tushunchasi va	Ma'ruza	4	Iqtisodchi olimlarning marketing atamasiga	Ma'lumot to'plash

	marketing jarayoni			bergan ta'riflarni o'rganish	
		Seminar	4	Marketing asosiy kategoriyalari va marketing asosiy rivojlanish bosqichlarini o'rganish	Taqdimot slaydlari
2.	Marketing konsepsiyasi	Ma'ruza	4	Marketing konstepstiyasini yaratish	Ko'rgazma tayyorlash
		Seminar	4	Marketing strategiyasini aniqlash	Taqdimot slaydlari
3.	Marketing muhiti	Ma'ruza	4	Korxonaning ichki va tashqi marketing muhiti tahlili	Ma'lumot to'plash
		Seminar	4	Biznesda marketing muhiti tahlili	Test tuzish
4.	Iste'molchi va biznes - xaridorlar xulq-atvorini o'rganish	Ma'ruza	4	Iste'mol bozorlari va xaridor xulq-atvorini o'rganish	Taqdimot slaydlari
		Seminar	4	Iste'molchi xulq-atvori modeli	Ma'lumot to'plash
5.	Marketing axboroti	Ma'ruza	4	Marketingda axborotning roli	Ko'rgazma tayyorlash
		Seminar	4	Axborot turlari va ularning tasnifi	Ma'lumot to'plash
6.	Mahsulot va xizmatlar: iste'mol qiymatini oshirish	Ma'ruza	4	Tovarlar va xizmatlar va ularning tasnifi	Ko'rgazmali qurollar
		Seminar	4	Alohida tovarlar va xizmatlar uchun qaror qabul qilish	Taqdimot slaydlari
7.	Reklama faoliyati	Ma'ruza	4	Reklama tushunchasi, mohiyati va vazifalari	Ma'lumot to'plash
		Seminar	4	Reklama turlari va	Taqdimot

				vositalari	slaydlari
8.	Chakana savdo va ulgurji savdo	Ma'ruza	4	Chakana savdoning mohiyati va ahamiyati	Ma'lumot to'plash
		Seminar	4	Chakana savdoning funksiyalari va vazifalari	Taqdimot slaydlari
9.	Narx siyosati	Ma'ruza	2	Narx siyosati va uni shakllantirish kontseptsiyasi	Ma'lumot to'plamini tayyorlash
		Seminar	6	Narxni shakllantiruvchi omillar	Taqdimot slaydlari

Maslahat darsi tegishli fan o'qituvchisi tomonidan o'tkaziladi.

Fan o'qituvchisi maslahat darsida quyidagi ishlarni amalga oshiradi:

- talabalar mustaqil ishlari topshiriqlarini bajarish yuzasidan tegishli yo'llanma beradi.
- topshiriqni bajarish rejasini tuzishga yordamlashadi;
- tegishli adabiyotlar axborot manbalarini tavsiya qiladi;
- talabalar mustaqil ishlari yuzasidan tayyorlangan ishlanma, hisobot, referat, hisob-kitob va topshiriq natijalarini qabul qiladi hamda baholaydi.

Talabalar mustaqil ishi bo'yicha maslahatlar o'quv jarayonining 1 va 2 smenada tashkil etilishiga qarab talabalarning darsdan bo'sh vaqtlarida dars jadvaliga kiritiladi.

6. Talabalar mustaqil ishlarini nazorat qilish va baholash tartibi

Mustaqil ishlarning bajarilishi "Talabalar bilimni nazorat qilish va baholashning reyting tizimi Nizomi" talablari asosida nazorat qilinadi va baholanadi. Mustaqil ishlarini baholash mezonlari talabalarga o'quv yili boshlanishi oldidan uslubiy materiallar bilan birgalikda tarqatiladi.

Talabalar mustaqil ishlarini baholash fan bo'yicha ishlab chiqilgan quyidagi reyting baholash tizimi orqali ifodalanadi:

a) agar mustaqil ish yozma tarzda o'tkazilsa - baholash tartibi

Baho	Baholash mezon
a'lo	Savollarga to'g'ri va to'liq javob yozilgan bo'lsa, savollarning asl mohiyati yoritilgan bo'lsa, misolar bilan fikrini to'ldirsa, mustaqil mushohada kiritsa, atama va formulalardan to'g'ri foydalangan bo'lsa
Yaxshi	Savollarga to'g'ri va to'liq javob yozilgan bo'lsa, savollarning asl mohiyati yoritilgan bo'lsa, misolar bilan fikrini to'ldirsa, mustaqil mushohada kiritsa, lekin atama va formulalardan to'g'ri foydalanishda sodda xatoliklarga yo'l qo'ysa
Qoniqarli	Savollarga to'g'ri va to'liq javob yozilgan bo'lsa, savollarning asl mohiyati yoritishga intilgan bo'lsa, misolar bilan fikrini to'ldirmasa, mustaqil mushohadasi bo'lmasa, atama va formulalardan foydalanishda ko'p xatoliklarga yo'l qo'ysa
Qoniqsiz	Savollarga noto'g'ri javob yozilgan bo'lsa, ularning mohiyatini yotirmasdan qolgan bo'lsa, misollar bilan dalillamasa

b) agar mustaqil ish taqdimot tayyorlash, SWOT-tahlil o'tkazish, ma'lumot to'plash va tahlil qilish tarzida o'tkazilsa - baholash tartibi

Baho	Baholash mezon
A'lo	Talab darajasida rasmiylashtirilgan Mavzuga mos reja tuzilgan Rejaga rioya qilib matn yozilgan Ta'lim yangiliklarini o'z ichiga olgan Fikr misollar bilan dalillangan Matnda jadval, diagramma, formulalar bor Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati to'liq
Yaxshi	Mavzuga mos reja tuzilgan Rejaga rioya qilib matn yozilgan Ta'lim yangiliklarni o'z ichiga olgan Fikr misollar bilan dalillash etarli emas Matnda, jadval, diagramma, formula kam Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati to'liq ko'rsatilmagan

Qoniqarli	Mavzuga mos reja tuzilgan Rejaga rioga qilib matn yozilgan Ta'lim yangiliklarni o'z ichiga olmagan Fikr misollar bilan dalillash kam Matnda, jadval, diagramma, formuladan deyarli foydalanilmagan Adabiyotlar juda kam
Qoniqarsiz	Qo'yilgan masalaning ayrim qirralari yoritilgan bo'lsa, hajm jihatdan juda kam bo'lsa, lekin muammoni qisman yoritib bilgan bo'lsa, reja mavzuga unchalik mos bo'lmasa, ayrim xatolarga yo'l qo'yilgan bo'lsa, mavzusidan keskin chetga chiqishlar bo'lsa va ko'rilyotgan masalaga bag'ishlanmagan bo'lsa, u talabga javob bermaydi

7. Adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining "Oliy ta'lim muassalarida talabalar bilimni baholashning reyting tizimi to'g'risida"gi buyrug'i, 2009 yil 30 sentyabr, 217-son.
2. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2009 yil 14 avgustdagi 286-sonli "Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish to'g'risida"gi buyrug'i.
3. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2009 yil 14 avgustdagi 286-sonli buyrug'iga 1-ilova. "Talabalar mustaqil ishlarini tashkil etish va nazorat qilish" bo'yicha yo'riqnomasi.
4. И.И. Вутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников Маркетинг в туризме.- Москва 2012
5. С.Р.Сафаева. Ресторан бизнеси маркетинги. Ўқув қўлланма. Т.: Иқтисодиёт, 2016 й.-212 б.
6. Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus. Economics. 19th Edition. McGraw-Hill Companies. USA. 2009.-1360 p. Charles R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. Tourism: principles, practices, philosophies /12th ed., Canada 2012
7. С.А. Быстров Технология организации туроператорской и турагентской деятельности. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2018.-375с.8.
8. O'lmasov A., Vaxobov A.V. Iktisodiyot nazariyasi. Darslik. - T.
8. Gary Armstrong, Philip Kotler, Marketing **An Introduction** / Thirteenth Edition. Boston Columbus Indianapolis New York San Francisco, 2017 – 675 p.

9. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
10. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: Iqtisodiyot, 2019. - 305 b.
11. Philip Kotler, Gary Armstrong, Principles of Marketing. Global Edition. © Pearson Education Limited 2016.
12. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. England, 2016, Paperback: 720 pages, Pearson
13. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, United States of America 2012 y.
14. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга, 5-е европейское изд. Учебник. -М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2013. - 752 с.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. T.: O'zbekiston, 2017.-56 b.
2. Mirziyoev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. T.: O'zbekiston, 2017.-104 b.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustivor yo'nalishi bo'yicha HARAkatLAR STRATEGIYA SI" Farmoni.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoevning Oliy Majlis Senati va Qonunchilik palatasiga Murojaatnomasi. Toshkent, "Xalq so'zi" gazetasi, 2017 yil 22 dekabr.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 17 yanvardagi "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustivor yo'nalishlari HaraKatlar Strategiyasini "Faol investistiyalar va ijtimoiy rivojlanish yili"da amalga oshirishga oid Davlat Dasturi to'g'risida"gi PF-5635- Farmoni.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. "Xalq so'zi" gazetasi, 2018 yil 29 dekabr

7. O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni // Toshkent sh., 2016 yil 2 dekabr, PF-4861-son.
8. "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni // Toshkent sh., 2018 yil 3 fevral.
9. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 207 с.
10. Ветитнев А.М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг: Учебное-методической пособие. М.: Финансы и статистика, 2007. 160 с.
11. Дурович, А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: Учебное пособие. 2- изд. — М.: Новое знание, 2006. -632 с.
12. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособ. – Минск: Новое знание, 2005. 496 с.
13. Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: Учебное пособие.- 4-е. изд. стер.- Минск: Новое знание. 2008.392 с.
14. Kamilova F.K. "Xalqaro turizm bozori". O'quv qo'llanma. Toshkent. TDIU 2007. – 164 b.
15. Kamilova F.Q., Kamilov Z.K.. Xalqaro turizm marketingi: Darslik. - T.:TDIU, 2010. - 123 b.
16. Kamilova F.K., Ro`ziyev S.S. Turizm marketing. TDIU. 2007 y. 205 b.
17. Tuxliev I.S. Bektemirov A.B. Usmanova Z.I. "Turizmدا strategik marketing", O'quv qullanma, Samarqand. 2010. – 170 b.
18. Tuxliev N. T., Abdullaeva T., Menedjment i organizastiya biznesa v turizme Uzbekistana. - T.: GNI O'zbekiston milliy enstiklopediyasi, 2006. 208 s.

Internet manbalar

15. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy sayti.
16. www.uza.uz – O'zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti.
17. www.ceep.uz – O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi huzuridagi Samarali iqtisodiy siyosat markazi rasmiy sayti.

18. www.internetindicators.com – Iqtisodiy indikatorlar Internet veb-sayti
19. www.ziyonet.uz
20. www.buxdu.uz
21. www.lex.uz.

