



MARKETING TADQIQOTLARI



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MASXUS TA'LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI "O'ZBEKISTON IQTISODIYOTINI
RIVOJLANTIRISHNING ILMIY ASOSLARI VA
MUAMMOLARI" ILMIY TADQIQOT MARKAZI



CEDR

MARKETING TADQIQOTLARI

Muhaddislar:

2019.05.07

2019.05.07

2019.05.07

2019.05.07

2019.05.07

2019.05.07

2019.05.07

2019.05.07

Toshkent – 2018

05/07

Marketing tadqiqotlari. O'quv qo'llanma. –T.; 2018. LESSON PRESS - 210 bet.

Marketing tadqiqotlari. O'quv qo'llanma Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi "O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishning ilmiy asoslari va muammolari" ilmiy tadqiqot markazi Kengashida muhokama qilingan va chop etishga tavsiya qilingan. O'quv qo'llanma PZ-20170929159-raqamli "Markazlashmagan boshqaruv sharoitida mintaqaviy rivojlanishni tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish" mavzusidagi amaliy loyihaning "Fan va ta'lim integratsiyasi" doirasida ishlab chiqilgan.

Ushbu o'quv qo'llanmada "Marketing tadqiqotlari" fani bo'vicha TDIU "Marketing" kafedrası professor-o'qituvchilarining hamda "O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishning ilmiy asoslari va muammolari" ilmiy tadqiqot markazi xodimlari bilan integratsion va innovatsion hamkorlik asosida tayyorlangan kevs-stadi, konkret ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish holatlarini tahlili hamda boshqa faol o'qitish uslublarini qo'llagan holda amaliy va seminar mashg'ulotlarini o'takzishga uslubiy ko'rsatmalar berilgan.

Данное учебное пособие было подготовлены профессорско-преподавательским составом кафедры "Маркетинг" ТГЭУ совместно с сотрудниками НИЦ «Научные основы и проблемы развития экономики Узбекистана», на базе теоретических и практических навыков, а также опыта ведения инновационного и интеграционного сотрудничества с предприятиями производства и оказания услуг, методические указания по проведению практических и семинарских занятий по предмету "Маркетинговые исследования" с помощью разбора кейс-стади, анализа конкретных ситуаций и других активных форм обучения.

This school book have been prepared by professors-teachers of the "Marketing" department TSEU together with the staff of SRC "Scientific bases and problems of development of Economy of Uzbekistan», based on practical skills and experience in conducting innovative cooperation and integration with enterprises producing and providing services, methodical guidelines for the substantiation of practical and seminar classes on marketing issues "Marketing researches" with the help of analysis of case study, investigation of specific situations and other active forms of training.

Mualliflar:

Sh.Dj. Ergashodjaeva, M.A. Ikramov, Z.Dj. Adilova, L.T. Abduxalilova, N.M. Nabieva

Mas'ul muharrir:

i.f.d., professor A.Sh. Bekmurodov

Taqrizchilar:

A.T. Shermuxamedov – i.f.d., professori, G.V. Plexanov nomidagi Rossiya Davlat iqtisodiyot universitetining Toshkent shahridagi filiali
M.A. Usupov – i.f.n., dotsent, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

© "Uzbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishning ilmiy asoslari va muammolari" ilmiy-tadqiqot markazi

MUNDARIJA

Kirish.....	5
Amaliy va seminar mashg'ulotlar mavzulari, amaliy vazifalar, keys-stadilar, nazorat testlari, masalalar va yechimlarning namunalari	8
1-mavzu. Marketing tadqiqotlarining mohiyati, maqsadlari, vazifalari va yo'nalishlari	9
2-mavzu. Axborot to'plash turlari, manbalari va uslublari	39
3-mavzu. Tashqi muhitni tahlil etish uchun axborot	70
4-mavzu. Axborotlarni to'plashning tanlov uslubi, tanlovning hajmini va jarayonini aniqlash	82
5-mavzu. Ma'lumotlarni to'plash shakllari	100
6-mavzu. Marketing tadqiqotlari asosida korxonada faoliyatini prognozlashtirish	119
7-mavzu. Marketing tadqiqotlari rejasining ishlab chiqish va amalga oshirish	144
Glossariy	160
Testlar	175
Adabiyotlar ro'yxati	184
Ilovalar	190

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
Практические и семинарные темы, практические задания, кейс-стадии, контрольные тесты, примеры проблем и решений	8
1 тема. Суть, цели, задачи и направления маркетинговых исследований	9
2 тема. Типы сбора информации, источники и методы	39
3 тема. Информация для анализа внешней среды	70
4 тема. Метод выбора сбора информации, определения размера и процесса отбора	82
5 тема. Форма для сбора данных	100
6 тема. Бизнес-прогнозирование на основе маркетинговых исследований	119
7 тема. Разработка и реализация маркетинговых исследований	144
Глоссарий	160
Тесты	175
Литература	184
Приложение	190

SAMARQAND IQTISODIYOT
VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI

№

368 P-5

CONTENT

Introduction.....	5
Practical and seminar topics, practical tasks, case stages, control tests, examples of problems and solutions.....	8
1 topic. The essence, goals, objectives and directions of marketing research.....	9
2 topic. Types of information collection, sources and methods.....	39
3 topic. Information for analysis of the external environment.....	70
4 topic. Selection method of information collection, determining the size and selection process.....	82
5 topic. Form to collect data.....	100
6 theme. Business forecasting based on market research.....	119
7 topic. Development and implementation of marketing research plan.....	144
Glossary.....	160
Tests.....	175
References.....	184
Appendix.....	190