



F.M. NAZAROVA, R.N. KARIMOVA

XALQARO MARKETING

TOSHKENT-IQTISODIYOT – 2011

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI**



TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

F.M. NAZAROVA, R.N. KARIMOVA

XALQARO MARKETING

**O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi oliy
o'quv yurtlararo ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini
muvofiqlashtiruvchi kengashi tomonidan oliy o'quv yurtlarining
iqtisodiy ta'lim yonalishlari talabalari uchun o'quv qo'llanma sifatida
tavsiya etilgan**

Toshkent – “Iqtisodiyot” – 2011

338,13

N-13

Nazarova F.M., Karimova R.N. Xalqaro marketing. O'quv qo'llanma. - Toshkent, 2011 y. 277 bet.

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

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

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

Ma'sul muharrir: iqtisod fanlari doktori, professor Jumaev N.X.

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

iqtisod fanlari nomzodi, dotsent Adilov F.

Назарова Ф.М., Каримова Р.Н. Учебное пособие. Международный маркетинг – Ташкент, 2011, 277 с.

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

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

Данное учебное пособие предназначено для бакалавров направления "Маркетинг".

Ответственный редактор: доктор экономических наук, профессор Жумаев Н.Х.

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

6884

F.M. Nasarova, Karimova R.N. The teaching aids. International marketing – Tashkent, 2011, 277 p.

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

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

Present tutorial assigned for bachelor of the Marketing streamline.

The responsible editor: Doctor of economic sciences, professor Jumaev N.X.

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

The candidate of economic sciences, assistant professor Adilov F.

© Toshkent – “Iqtisodiyot” – 2011

KIRISH

O'zbekistonning xalqaro iqtisodiy maydondagi nufuzi va mavqei sezilarli darajada va muntazam oshib bormoqda. Bunda mamlakatimiz rahbari Islom Karimov tomonidan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategiyasining puxta ishlab chiqilganligi, iqtisodiy islohotlar maqsadi va vazifalari, amalga oshirish yo'llarining aniq va to'g'ri ko'rsatib berilganligi bosh maqsad yo'lidagi yutuq va marralarning salmoqli bo'lishiga imkon yaratdi.

Hozirgi davrda dunyo mamlakatlari ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti o'zining ma'no-mazmuni jihatidan oldingi bosqichlardan keskin farq qiladi. Bunda eng asosiy va muhim jihat – milliy iqtisodiyotlarning tobora integratsiyalashuvi va globallashtiruvining kuchayib borishidir. Ayni paytda bu jarayonlar xalqaro maydondagi raqobatning ham keskinlashuviga, har bir mamlakatning xalqaro mehnat taqsimotidagi o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurashining kuchayishiga ham ta'sir ko'rsatadi.

Biroq, o'z o'rnida ta'kidlash lozimki, jahon iqtisodiyotiga integratsiyalashuv va globallashtiruvning ijobiy tomonlari bilan bir qatorda ma'lum ziddiyatli jihatlari ham mavjud. Jumladan, turli mamlakatlardagi iqtisodiy rivojlanishning bir tekisda bormasligi, dunyo mamlakatlari o'rtasida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish jihatidan tafovutning, ekologik tahdidlarning kuchayib borishi, turli mamlakatlarda aholi soni o'zgarishining keskin farqlanishi kabi holatlar jahon xo'jaligining yaxlit tizim sifatida barqaror rivojlanishiga to'sqinlik qiladi. Shuningdek, mazkur jarayonlarining yana bir xususiyatli jihati – jahonning bir mamlakatida ro'y berayotgan ijtimoiy-iqtisodiy larzalarning muqarrar ravishda boshqa mamlakatlarga ham o'z ta'sirini o'tkazishi hisoblanadi.

Shunga ko'ra, biz mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining joriy va istiqboldagi chora-tadbirlarini belgilashda iqtisodiy rivojlanish dasturlarini ushbu jarayonlar ta'siri nuqtai-nazaridan shakllantirishimiz va ularni izchil amalga oshirishimiz taqozo etiladi. Bu boradagi chora-tadbirlar Prezidentimiz I.Karimovning «Mamlakatimizda democratic islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolic jamiyatini rivojlantirish kontsepsiyasi», «Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi» nomli asarlarida keng va batafsil bayon qilib berilgan. Ushbu vazifalarni amalga oshirishi xo'jaliklardan ichki va tashqi iqtisodiy faoliyatlarida xaqiqiy mustaqil bo'lishlarini talab etadi. Aynan shu paytda xo'jalik faoliyatining unumdorligini oshirish maqsadida marketingdan foydalanish nafaqat