МУҒАЛЛИМ ҲӘМ ҮЗЛИКСИЗ БИЛИМЛЕНДИРИЎ

Илимий-методикалық журнал

№ 6/3 2023

гуманитарные науки
естественные науки
технические науки

МАЗМУН

ТИЛ ҲӘМ ӘДЕБИЯТ

Raximova N. Xorijiy tilni o‘qitish sharoitida bo‘lajak tibbiyot mutaxassislarining umummadaniy kompetensiyasini rivojlantirishning ahamiyati
Atamuratov R. Raqamli transformatsiya - ta’lim samaradorligining asosi
Norov N. Husayn Voiz Koshifiyning axloqiy qarashlarida adolat kategoriyasi
No’monxonova M. Axborot texnologiyalari va bo'lajak tilshunoslarning kommunikativ kompetensiyalari metodikasini rivojlantirishi va hozirgi holati
Суюнов Б.Т. Тезаурус – лингвистик тараққиёт омили
Shofqorov A.M. Hamid Olimjonning takrordan foydalanish mahoratiga doir
Fayzimatova N. Kinship terms and teknonymy
Nazarova R. Effectiveness of teaching through riddle
Nishonova Sh. The role of gestures in effective communication

ПЕДАГОГИКА, ПСИХОЛОГИЯ

Tilegenov A.T. Yoshlarda milliy g’oyani shakllantirishda xalq og’zaki ijodidan foydalanishning metod va vositalari
Xalikov F. Ta’lim tizimida testologik texnologiyalardan foydalanishning pedagogik mazmuni
Rasulova G. Adabiy ta’limida o‘quv topshiriqlarini ishlab chiqishning ilmiy-nazariy asoslarini takomillashtirish
Baisov A. Umumta’lim maktablarida ingliz tilini o‘qitish muammolari
Mirsultanov I.M., Xasanov A.R. O’qituvchilik kasbida barqarorlikni shakllantirish muammosining mavjud holati
Umarova G. Integrativ yondashuv asosida ta’lim jarayonini tashkil etishning pedagogik zarurati
Jo‘raev Yu.K. Pedagogik oliy ta’lim muassasalarida elektrotexnika fanini o‘qitishda ta’lim usullaridan amaliy foydalanish yo‘llari
Yo‘ldosheva D. Kreativlikni rivojlantirish muammosiga doir xorijiy tadqiqotlarning retrospektiv tahlili.
Tojiboyev J. Kreativ yondashuv asosida talabalarning badiiy-estetik kompetentligini rivojlantirish mazmunini belgilashning pedagogik talablari
Siddiqov B. O‘quvchilarning aksiologik kompetentligini rivojlantirish tushunchasi va tahlili
Mexmonaliyev Sh.N. Husayn Voiz Koshifiy ijodida axloqiy tarbiya masalalarining yoritilishi
Muminova D. Oliy ta’lim muassasalarida ta’limni tashkil etishda shaxsga yo’naltirilgan ta’lim texnologiyalarining pedagogik imkoniyatlari.
Axmedov B.A. Muammoli ta’limda suqrotona yondashuv metodikasi
Bobomurodova L.E. Talabalarning kasbiy-metodik ijodkorligini rivojlantirish
Abdusattorov A., O‘rinova N. O‘zbek xalq cholg‘ulari orkestiri vositasida bo‘lajak musiqa fani o‘qituvchisining ijodiy kompetentligini rivojlantirish metodlari
Aliyeva M. Pedagogik amaliyot jarayonida bo’lajak biologiya o’qituvchilarining kasbiy-metodik tayyorgarligini takomillashirish
Ражабов Х. Рақамли таълим муҳитида бўлажак кимё ўқитувчилари ахборот-методик компетентлигини такомиллаштириш муаммоси
Saydullayeva A. Ta’limda gender madaniyatni rivojlantirishda ijtimoiylashuv jarayonining pedagogik-psixologik ahamiyati
Mamayusupov J. Analitik tafakkurni rivojlantirishda pedagogning intellektual faolligi va uning o`ziga xos xususiyatlari
Toshaliyev D. Milliy musiqiy meros va unga o‘quvchilarda aksiologik munosabatni shakllantirishning ijtimoiy ahamiyati va tarbiyaviy xususiyatlari
Shermatova Y.S. Biologiya fanini o'qitishda zamonaviy metodlar

Yuldosheva D.T., Maxammadaminova D.A. Aqli zaif o‘quvchilar nutqining fonetik tomondan buzilishi va ularni bartaraf etish yuzasidan logopedik ishlar
Oppoqxo‘jayev X.A. Inklyuziv ta'lim sharoitida o'quvchilarni o'zini -o'zi rivojlantirish kompetentsiyalarini rivojlantirish
Raxmonov A.R. Ta’lim innovatsiyalari va zamonaviy pedagogik texnologiyalardan foydalnish imkoniyati
Karomov B.K. O‘qituvchilarning kommunikativ kompetensiyasini rivojlantirishning psixologik mohiyati
Лухманов Д.Б. Миллий анъаналардан фойдаланиш технологиялари асосида касбий-педагогик фаолиятини ташкил этиш муаммосининг назарий ва амалий ҳолати
Xalmuxamedova M.A. Talabalarining kasbiy kompetentligini takomillashtirishda mehnatning roli
Ismoilova N.S. Talabalarda kreativ faoliyatni rivojlantirishning mavjud holati
Жўраев Ш.М. Педагогика олий таълим муассасалари талабаларида рефлексив позицияни ривожлантиришнинг тузилиши ва ўрни ҳамда аҳамияти
Жўраев Ш.М. Бўлажак ўқитувчиларда рефлексив позицияни ривожлантириш мезонлари ва кўрсаткичлари ҳамда даражалари
Bekqulov Q.Sh., Barakayeva Ch .S. Darsdan tashqari vaqtlarda talabalarining mustaqil ijodiy ish faoliyatini tashkil etish bosqichlari
Raxmanova M. Q. Individual o‘qitish texnologiyasi asosida o‘quvchilarning faolligni rivojlantirish
Quyliyeva O.R. Ilk katta sinf o`quvchilariga texnologiya darslarini o`qitishda kasbga yo`naltirish tamoyillarini shakllantirish masalalari
Ismailova D. R. Talabalarning axloqiy-madaniy kompetensiyalarini rivojlantirish mexanizmlari
Abdirimova I.K. Klaster modeli asosida o‘quvchilar loyihalash faoliyatini shakllantirish
Ortiqov O.A. Marketing tadqiqotlaridagi zamonaviy yondashuvlar tahlili
Исманова М.А. Талабаларда ижодий-креативлик сифатларини ривожлантириш
Bekturdiyev Q.B. Ta'limda boshqaruv tizimi samaradorligini oshirishning o`ziga xos xususiyatlari
Наркабилова Г. К вопросу о потребности формирования цифровой грамотности студентов
Боймирзаева Д. Совершенствование механизмов организации и управления процессом формирования социальной креативности у будущих менеджеров образования.
Юлдашева Г. Развитие профессиональной компетентности у будущих студентов педагогического ВУЗа.
Умарова Г. Аспекты, заложенные в содержание профессиональных знаний будущих инженеров на основе интегративного подхода
Tashpulatov R.Kh., Saidnazarova S.F. Investigation of the quality of additionally acquired knowledge of the learning process
Sarsenbaev D. Pedagogical approaches in developing communicative competence

МИЛЛИЙ ИДЕЯ ҲӘМ РУЎХЫЙЛЫҚ ТИЙКАРЛАРЫ, ТАРИЙХ, ФИЛОСОФИЯ

Melikuzieva M. Talaba-yoshlarning ma’naviy axloqiy tarbiyasini rivojlantirishda Yusuf Xos Hojibning “Qutadg’u blig” asarining tarbiyaviy imkoniyatlari
Siddiqov I. Virtual muzeylar va ularning bo‘lajak tarix o‘qituvchilarida informatsion-analitik kompetentlikni rivojlantirishdagi o‘rni

Loyihalash faoliyatida klaster usulidan foydalanish ta’lim samaradorligini oshirishda muhim o‘rin tutishi ilmiy jihatdan yoritilgan.

РЕЗЮМЕ

В статье раскрыты понятия проектной деятельности и кластера педагогического образования, показана важность использования кластерного метода при проектировании деятельности студентов в образовательном процессе. Научно выяснено, что использование кластерного метода в проектной деятельности играет важную роль в повышении эффективности образования.

SUMMARY

The article reveals the concepts of project activity and the teacher education cluster, and shows the importance of using the cluster method in designing student activities in the educational process. It has been scientifically found that the use of the cluster method in project activities plays an important role in increasing the effectiveness of education.

MARKETING TADQIQOTLARIDAGI ZAMONAVIY YONDASHUVLAR TAHLILI

Ortiqov O.A.
Chirchiq davlat pedagogika universiteti,
iqdisodiyot fanlari nomzodi

Tayanch so’zlar: bozor iqtisodiyoti, marketing, korporativ faoliyat, taklif, boshqaruv, bosqichli marketing, intelekt bozori.

Ключевые слова: рыночная экономика, маркетинг, корпоративная деятельность, предложение, менеджмент, сценический маркетинг, интеллектуальный рынок.

Key words: market economy, marketing, corporate activity, offer, management, stage marketing, intellectual market.

Kirish**.** O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotining yangi sharoitida marketingning ijtimoiy-iqtisodiy roli yanada oshdi. Marketing nafaqat mahsulotlarni sotish san'ati, balki iste'molchilarga qimmatbaho tovarlarni taqdim etish va ularning hayot sifatini yaxshilashdir. Mahalliy tadbirkorlar marketing sohasida yetarli bilim va tajribaga ega bo‘lmaganliklari sababli ishlab chiqarish, savdo va boshqaruv vazifalarini bajarishda turli manbalar ko‘rsatmalariga tayanadilar. Bu korporativ faoliyat samaradorligining pasayishiga olib keladi. Hozirgi vaqtda zamonaviy marketing qimmatli tizimga aylandi, shuning uchun kompaniyalar bozor segmentatsiyasi masalalariga katta e'tibor berishlari kerak, chunki bozor segmentatsiyasi marketing tadqiqotlarining muhim jihatlaridan biridir. Raqobatdagi muvaffaqiyatning asosiy sharti ham segmentatsiyadir. Ilgari marketing birinchi navbatda mahsulotga e'tibor qaratgan va marketing strategiyalari orqali ko'plab iste'molchilarni jalb qilishni maqsad qilgan. Biroq, bugungi kunda differensiatsiyaning asosiy maqsadiga erishish uchun iste'molchilarning differentsiatsiyalangan ehtiyojlarini qondirish kerak. Hozirgi vaqtda bozor segmentatsiyasi orqali ma'lum bir iste'molchilar guruhiga ega bo'lgan kompaniya va tashkilotlar barqaror rivojlanmoqda. Ularning muvaffaqiyati sababi bozorda yetakchi o‘rinni egallash, bozorni maqsadli segmentlarga taqsimlash, har bir mijozning ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va ularni maksimal darajada qondirish yo‘llarini topishdadir.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Iste’molchilar ehtiyojlarini maksimal ravishda tadqiq etish va avvaldan bilib olish uchun, marketing tadqiqotlariga ko‘p xarajat qilishga to‘g‘ri keladi. Ideal sharoitda iste’molchilarga aynan shu mahsulot yoki uni ishlab chiqaruvchi korxona (kompaniya) ishqiboziga aylanishi kerak, shundagina uni mahsulotga nisbatan yuqori darajadagi ishonchi, yondashuvi haqida so‘z yuritish mumkin: “bugungi kunda barchaga oz bo‘lsada yoqadigan mahsulotlar uchun bozorlar mavjud emas, faqatgina kimgadir juda yoqadigan mahsulotlar uchun bozorlar bor”. Bu o‘rinda davlatimiz rahbarining 2017 yil 7 fevraldagi Farmoni bilan tasdiqlangan 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasida ishlab chiqarishni mahalliylashtirish bo‘yicha, “...ishlab chiqarishni mahalliylashtirishni rag‘batlantirish siyosatini davom ettirish hamda, eng avvalo, iste’mol tovarlar va butlovchi buyumlar importining o‘rnini bosish, tarmoqlararo sanoat kooperatsiyasini kengaytirish” ni ifodalovchi ustuvor yo‘nalishi

korxonalarda iste’mol tovarlari ishlab chiqarishda, xizmatlar ko‘rsatishda katta ahamiyatga egadir [1]. Endilikda korxonalar faoliyatiga innovatsiyalarni kiritish, ular orqali bozorlarni xalq iste’mol tovarlari bilan to‘ldirish, aholi ehtiyojlarini to‘laroq qondirishda marketing tadqiqotlarining roli kattadir. Hozirgi raqobatda yutib chiqishlarining asosiy sharti, ushbu sub’ektlar faoliyatida marketing tadqiqotlarini olib borishdan iborat, chunki bozorda iste’molchilar turli tuman, ularning talab istaklari ham turlichadir. Marketing tadqiqotlari - bu tahlil yordamida iste’molchini va xaridorni ishlab chiqaruvchi hamda xizmat ko‘rsatuvchi bilan bog‘lovchi faoliyat turidir.

Tadqiqot metodologiyasi. Bozor tovar pulga ayirboshlanadigan, sotuvchi o‘z xaridorini topadigan, egalik huquqini almashtiradigan, iste’molchi talabini qondiradigan, harajat qiladigan, foyda ko‘radigan (yoki aksincha, zarar ko‘radigan) sohadir. Tovar bozorini talab va taklif qonunlariga muvofiq faoliyat yurituvchi taqsimlash mexanizmi sifatida ham ko‘rish mumkin. Bu sotuvchilar va xaridorlarni birlashtirish va ular o'rtasidagi savdoni osonlashtirish uchun mo'ljallangan mexanizmdir. Ko'pgina sotuvchilarning fikriga ko'ra, bozor yakuniy mahsulotning potentsial xaridorlari va sotuvchilari yig'indisini ifodalaydi. Zamonaviy tovarlar bozori - bu Filipp Kotlerning g'oyasiga ko'ra, tovarlarni yaratish, taklif qilish va tarqatish orqali shaxslar va shaxslar guruhining ehtiyojlari va ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan murakkab, tarkibiy jihatdan tashkil etilgan ijtimoiy va boshqaruv jarayoni [2]. Bu jarayon - “marketing” nomini olgan. Marketing (ingl. market - bozor) – tovarlarni ishlab chiqarish sohasidan iste’mol sohasiga samarali yetkazib berish, shuningdek, ularni sotish uchun qulay sharoitlar yaratishga yo‘naltirilgan boshqaruv, tartibga solish va tadqiqotchilik faoliyati tizimidir. Tovarni ishlab chiqaruvchidan yakuniy iste’molchiga yetkazib berishga yo‘naltirilgan bozor faoliyati sohasini xam marketingga mansub deb hisoblash mumkin. Bugungi kundagi iqtisodiyot tarkibini tubdan o‘zgartirish, uni diversifikatsiyalash va modernizatsiya qilish, islohotlarni davom ettirish va chuqurlashtirish sharoitida marketing sohasidagi andozalarni mamlakatimiz ta’lim tizimida qo‘llash bo‘yicha ishlarni olib borish hozirgi kunning eng dolzarb masalasi bo‘lib hisoblanadi..

Tahlil va natijalar. Marketing – tovarni ishlab chiqarish sohasidan iste’mol sohasiga yetkazib berish, ya’ni xaridorlar talabiga muvofiq ehtiyojlarni qondirishga yo‘naltirilgan har qanday faoliyatdir [3]. Marketingning maqsadi – tovarlar oldi-sotdi jarayonini ilmiy asoslangan va samarali tashkil qilish yo‘li bilan xaridorlar talabini qondirishdir. Shuningdek, marketing bu - tovar va xizmatlar harakatlarining barcha bosqichlarini o‘z ichiga oluvchi, talab va taklifni o‘rganish, mahsulotni ishlab chiqarish bo‘yicha dasturini yaratish, sotish va iste’molchilarga yetkazib berish bilan bog‘liq bo‘lgan barcha turdagi xizmatlar ko‘rsatish va iste’moldan chiqqandan keyin qayta ishlashni tashkil qilish kabi bozor muammolarini yechishda yaxlit tizimli yondashishdir. Marketing faoliyati doimiy yangilanib boruvchi marketing sikli shaklida aks ettirilishi mumkin.

Doimiy yangilanib boruvchi marketing sikli biznesda marketingning roli shu bilan belgilanadiki, marketing tovar ishlab chiqarish va sotishning potensial imkoniyatlarini ochib beradi, muqobil tovar siyosatini ishlab chiqadi, bozorni egallab olish va raqobat kurashi yo‘nalishlarini belgilab beradi, talabni rag‘batlantirish uchun vositalar to‘plamini taklif etadi.

Marketing tadqiqotlari ma’lumotlarni guruhlash, ularni qayta ishlash, saralash, birlamchi ma’lumotardan foydalangan holda ikkilamchi ma’lumotlarni shakllantirish, marketing xizmatlari va korxona rahbariyati uchun ularning buyurtmalari bo‘yicha bajariladigan baholash va bashorat hisob-kitoblariga aytiladi. Marketing murakkab, vaqt bo‘yicha iyerarxik strukturalangan jarayonni ifodalaydi, unda tadqiqotchilik faoliyati muhim rol o‘ynaydi.

Marketing tadqiqoti yoki marketing axborot-tahliliy ta’minoti marketing faoliyatining ajralmas bir qismidir. Axborot va uning tahlilini marketingdan ajratib bo‘lmaydi. Marketing tadqiqoti – marketing amaliy vositasidir. Marketing tadqiqoti marketingning axborot ehtiyojlarini qondirishi ko‘zda tutilgan tadqiqotchilik faoliyati turini ifodalaydi. Zamonaviy marketing asoslaridan biri F.Kotlerning ta’rifi bo‘yicha: “Marketing tadqiqotlari deb, turli yo‘nalishlarni tizimli ravishda tayyorlash va o‘tkazish, kompaniya oldiga qo‘yilgan konkret marketing vazifasiga mos bo‘lgan natija va xulosalarga ega bo‘lish uchun olingan ma’lumotlarni

tahlil etish jarayoni” tushuniladi [4]. Iqtisodiyot tarmoqlarini diversifikatsiya va modernizatsiyalash, ishlab chiqarishni texnik va texnologik yangilash, ishlab chiqarish quvvatlarini rivojlantirgan holda eksport hajmini oshirishda zamonaviy korxonalar faoliyatini ustuvor rivojlanishini ta’minlash hamda bu sohada marketing faoliyatini takomillashtirish o‘z yechimini kutayotgan bugungi kunning eng dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Xulosa va takliflar. Korxonalar faoliyatida birinchi navbatda “marketing tadqiqotlari” tushunchasini, uning nazariy va uslubiy ahamiyatini yanada ochib berish bilan uning korxonalarda tutgan rolini oshirish orqali korxona faoliyatida o‘z bozorini to‘laroq o‘rganishiga muhim zamin yaratadi. Lekin, bugungi kunda mamlakatimizdagi iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida faoliyat yuritayotgan korxonalarning iqtisodiyotdagi ulushini oshirish talab etiladi. Ularning imkoniyatlarini yanada kengaytirish, raqobatardosh yangi ishlab chiqarishni tashkil etish va yangi bozorlarga chiqish, ichki bozorga importning o‘rnini bosuvchi va eksport hajmini oshirishga xizmat qiluvchi tovarlar ishlab chiqarish talab etiladi. Marketing tadqiqotlari tushunchasiga batafsil to‘xtaladigan bo‘lsak, tor ma’noda bozorni o‘rganuvchi fan sohasi hisoblanadi, keng ma’noda marketing tadqiqotlari tushunchasi tovar va xizmatlarni ayirboshlash yo‘li bilan ehtiyoj va talablarni qondirishga yo‘naltirilgan inson faoliyatining bir turini tushunishimiz mumkin, bozordagi barcha qatnashchilarning o‘zaro manfaatlariga asoslangan harakatlarini, talablarini shakllantirish va qondirish uchun birlashtirishdir.

Adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi “2017-2021-yillardagi O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha harakatlar strategiyasi” to‘g‘risidagi PF-4947-sonli Farmoni. – O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2017 y. www.lex.uz.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
3. Аникеева-Науменко Л.О., Пересветова Е.Б. Международный маркетинг: Учебное пособие для бакалавров – М.: МГУПС (МИИТ), 2015. – 275 с.
4. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 680 с.
5. Бец, Роджер. Маркетинг от потребителя. Пер.с анг. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 696 с.

РЕЗЮМЕ

Ushbu maqolada bozor iqtisodiyotidagi o’zgarishlar, marketing asoslari, bozorni maqsadli segmentlarga taqsimlash, har bir mijozning ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va ularni maksimal darajada qondirish yo‘llari to’g’risida fikr yuritilgan

РЕЗЮМЕ

В данной статье рассматриваются изменения в рыночной экономике, основы маркетинга, разделение рынка на целевые сегменты, углубленное изучение потребностей каждого покупателя и способы их максимального удовлетворения.

SUMMARY

This article discusses the changes in the market economy, the basics of marketing, the division of the market into target segments, the in-depth study of the needs of each customer and ways to satisfy them to the maximum.

IXTISOSLASHTIRILGAN MAKTABLARNING TASHKIL ETISH ZARURATI

Qurbonova M. F.

Chirchiq davlat pedagogika universiteti, p.f.f.d (PhD)

Tayanch so‘zlar: ixtisoslashtirilgan maktab, xalqaro andoza, raqobatbardosh kadrlar, milliy ta’lim strategiyasi, sifatli ta’lim, o‘quv natijalari, tabaqalashgan ta’lim.

Ключевые слова: специализированная школа, международная модель, конкуренто способные кадры, национальная образовательная стратегия, качественное образование, образовательные результаты, дифференцированное образование.

Key words: specialized school, international model, competitive personnel, national education strategy, quality education, educational results, differentiated education.

Kirish. Bugungi globallashuv va raqamlashuv davrida mamlakatimizda ta'lim tizimini takomillashtirish, xalqaro andozalarga raqobatbardosh milliy ta'lim strategiyasini ishlab chiqish,