

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
MUHAMMAD AL-XORAZMIY NOMIDAGI
TOSHKENT AXBOROT TEXNOLOGIYALARI UNIVERSITETI



AKTSIM dekani *M.S. Saitkamolov* **“TASDIQLAYMAN”**
“ ”
2025- yil

“INTERNET REKLAMA VA SMM TIZIMLARI”
fani bo‘yicha

SILLABUS

Bilim sohalari: 100 000 – Xizmatlar

Ta‘lim sohalari: 101000– Xizmat ko‘rsatish sohasi

Ta‘lim yo‘nalishlari: 61011000– Logistika injiniringi

Toshkent – 2025

Fan nomi:	Internet reklama va smm tizimlari
Fan turi:	Tanlov
Fan kodi:	-
Bosqich:	3
Semestr:	5
Ta'lim shakli:	kunduzgi
Mashg'ulotlar shakli va semestrga ajratilgan soatlar:	180
Ma'ruza	42
Amaliy mashg'ulotlar	30
Laboratoriya mashg'ulotlari	-
Seminar	-
Mustaqil ta'lim	108
Sinov birligi miqdori:	6
Baholash shakli:	
Fan tili:	O'zbek
Dastur mualliflari:	Ismoilova Gulnora Fayzullaevna Parpiyeva Malika Muxammadjonovna
E-mail:	malikaxonparpieva83@gmail.com
Telefon raqami:	+998712386465
Tashkilot:	Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot Texnologiyalari Universiteti, "Menejment va marketing" kafedrası
Kurs haqida qisqacha ma'lumot (QM)	
QM1	<p>Ushbu Internet reklama va smm tizimlari kursi talabalarga ijtimoiy media marketingining muhim jihatlari va ularni turli biznes manfaatdor tomonlari, shu jumladan iste'molchilar, mijozlar, boshqaruv, xodimlar va ta'sir qiluvchi shaxslar uchun qadriyatlar yaratish uchun qanday qo'llash mumkinligini to'liq tushunishga qaratilgan, kurs ijtimoiy media marketingining asosiy tamoyillarini tushunishga va biznesning umumiy maqsadlariga mos keladigan samarali internet reklama, SMM tizimlari, ijtimoiy media marketing strategiyasini ishlab chiqishga qaratilgan nazariy va amaliy bilimlarni ishlab chiqishdan iborat.</p> <p>Ma'ruzalar davomida Internet reklama va smm tizimlari tushunchasi nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar va internet tarmog'ining rivojlanishi hamda uning jamiyat hayotida muhim o'rin egallashi bugungi kunda jahon miqyosida keng ommalashgan ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishiga zamin yaratdib dunyo aholisining aksariyat qismi, shu jumladan, yoshlar o'z media mahsulotlari hamda biznes loyihalarini ijtimoiy media marketing orqali reklama qilib, daromad manbaiga ega bo'lish jarayonlarini o'rganishdan iborat.</p>

Kursga qo'yiladigan boshlang'ich talablar

1. Bu kurs uchun oldindan qo'yiladigan talablar yo'q.

Ta'lim natijalari (TN)

TN1	Ijtimoiy media marketing (SMM - social media marketing) bilan bog'liq barcha nazariyasi va amaliyoti.
TN2	Ijtimoiy media – ko'plab faol foydalanuvchilarga ega internet platformadan foydalana olish.
TN3	SMM (ijtimoiy media marketing) - marketing faoliyatining ijtimoiy mediada amalga oshirilishini.
TN4	Brend - bir mahsulotning boshqa mahsulotlardan farqlanib turuvchi dizaynga ega belgisini o'rganib ko'nikmalariga ega bo'ladi.
TN5	Ijtimoiy media marketingning asosiy vazifalarini tahlil qilish.
TN6	SMMda asosiy e'tibor ijtimoiy tarmoqlar orqali ma'lumot tarqatuvchi qiziqarli kontent yaratilishiga qaratilib amalda qo'llashni biladi.

Mashg'ulotlar shakli: ma'ruza (M)

soat

M1	Ijtimoiy media marketingi (SMM) asoslari	2
M2	Ijtimoiy media (SM) ning umumiy ko'rinishi va infratuzilmasi	2
M3	SM ning muhim jihatlari va uning an'anaviy media bilan asosiy farqlari	2
M4	SM platformalari va ijtimoiy tarmoq saytlari	2
M5	ijtimoiy tarmoqlarda mobil marketing	2
M6	M-commerce va ijtimoiy tijorat	2
M7	Ijtimoiy media marketingi (SMM) tamoyillari	4
M8	SMM uchun jalb qilish qoidalari	2
M9	Maqsadlar va strategiyalar – SMM rejasi va rejalashtirish tsikli	4
M10	Segmentatsiya, auditoriyani maqsadli yo'naltirish va optimallashtirish	4
M11	Katta ma'lumotlar va uning SMMdagi rolini aniqlash	2
M12	Influencer marketingi	2
M13	Pullik ijtimoiy strategiyani ishlab chiqish bo'yicha eng yaxshi amaliyotlar	4
M14	SMM yordamida kontent yaratish va vizual hikoya qilish	4
M15	Biznes misollari	2
	Jami	42

Mashg'ulotlar shakli: seminar (S)

soat

S1	SMM (Social media marketing – ijtimoiy media marketing)	2
S2	SMM platformalari bilan tanishish. Facebook tarmog'i	2

S3	SMM platformalari bilan tanishish. YouTube sayti	2
S4	SMM platformalari bilan tanishish. Telegram tarmog'i	2
S5	SMM platformalari bilan tanishish. Instagram tarmog'i	2
S6	SMM'ni internet tizimida harakatlantirish	2
S7	Biznes rivojlantirishda SMM	2
S8	Ijtimoiy tarmoq marketingi – SMM	2
S9	Internetdagi reklama, internetda tovarlar va xizmatlarni reklama qilish mohiyati	2
S10	Reklama platformalarida bannerlarni joylashtirishda media rejalashtirish va narxlash tamoyillari	2
S11	Ijtimoiy tarmoqlarda reklama va uni siljitish (smm)	2
S12	Ijtimoiy media marketing rejasi	2
S13	Internet auditoriyasi, uning hajmi, asosiy marketing xususiyatlari	2
S14	Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish	2
S15	Elektron biznes bilan elektron tijorat o'rtasidagi farqlar hamda elektron tijorat samaradorligini baholash	2
Jami		30

Mustaqil ta'lim

MT 1	Nima uchun ijtimoiy tarmoqlarda reklama va uni siljitish (SMM) muhim?	Taqdimot tayyorlash	25
MT 2	Internet marketing instrumentlari va ularning ahamiyati va internet marketingining kelib chiqishi, rivojlanishini xususiyatlari va afzaliklari?	Taqdimot tayyorlash	20
MT 3	Reklama platformalarida bannerlarni joylashtirishda media rejalashtirish va narxlashni tamoyillari? Misollar bilan keltiring.	Mustaqil ish	20
MT 4	Internet marketingda web-sayt va Web-sayt yaratish bosqichlarining o'rni.	Case-study	25
Jami			108 ë

Ta'lim strategiyasi

O'quv kursi nazariy bilim berish (ma'ruzalar), loyihalar tayyorlashga qaratilgan vazifalarni tayyorlash, mustaqil ta'lim va oraliq baholashga asoslangan. Ma'ruzalarda talabalarga o'tilgan mavzularni chuqurroq o'zlashtirish va mustahkamlash maqsadida uy vazifalari va mustaqil ishlar beriladi.

Mustaqil ta'limga quyidagi faollik turlari tegishli bo'ladi:

1. Uy vazifasi: Ma'ruza mashg'ulotlarida o'tilgan mavzularni chuqurroq o'zlashtirish va grant.mininnovation.uz"saytidan tanlovlar bilan tanishish, loyiha

rahbari deb belgilangan professor-o'qituvchining ilmiy darajasi, unvoni va Skopus bazadagi maqolalari bilan mustaqil tanishadi.

2. Qo'shimcha o'qish: natijaga erishgan loyihalarning xisobotlari va qilingan ishlar bilan tanishadi.

3. Mustaqil ish: talaba o'qituvchi bilan maslahatlashgan holda o'zi tayyorlagan mavzudagi mustaqil ishlarni himoya qiladilar.

Talabalar quyidagi materiallardan foydalanish imkoniga egadirlar:

- Elektron shakldagi ma'ruza matnlari;
- Har bir mavzuga doir prezentasiya slaydlari;
- Har bir dars mavzusi yuzasidan topshiriqlar;
- Elektron shakldagi darsliklar va qo'llanmalar.

Ta'lim texnologiyalari va metodlari:

- ma'ruzalar;
- interfaol keys-stadilar;
- guruhlarda ishlash;
- taqdimotlarni qilish;
- individual loyihalar;
- jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.

Talabalar bilimni nazorat qilish.

Kreditlarni olish uchun talaba fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyiladigan talablarni to'liq o'zlashtirganligini aks ettiruvchi oraliq nazorat va mustaqil ish shaklida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarishi, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yakuniy nazorat ishni muvaffaqiyatli topshirishi kerak bo'ladi.

Talabaning nazariy va amaliy mashg'ulotlari, mustaqil ta'lim topshiriqlarini bajarishi, shuningdek uning ushbu mashg'ulotlardagi faolligi fan o'qituvchisi tomonidan baholab boriladi. Talabani oraliq nazorat turi bo'yicha baholashda, uning o'quv mashg'ulotlari davomida olgan baholari inobatga olinadi.

talaba mustaqil xulosa va qaror qabul qiladi, ijodiy fikrlay oladi, mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimini amalda qo'llay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda — 5 (a'lo) baho;

talaba mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimini amalda qo'llay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatni tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda — 4 (yaxshi) baho;

talaba olgan bilimini amalda qo'llay oladi, fanning (mavzuning) mohiyatni tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda — 3 (qoniqarli) baho;

talaba fan dasturini o'zlashtirmagan, fanning (mavzuning) mohiyatini tushunmaydi hamda fan (mavzu) bo'yicha tasavvurga ega emas deb topilganda — 2 (qoniqarsiz) baho bilan baholanadi.

Joriy va oraliq ballarning umumiy natijasi 30 balldan past bo'lgan talabalar yakuniy nazorat imtixoniga kiritilmaydi. Yakuniy nazoratda 30 va undan ko'p ball to'plagan talaba fanni o'zlashtirgan hisoblanadi.

Reyting baholash turlari		%	O'tkazish vaqti
	Oraliq nazorat	9 %	13-hafta
1.	1-topshiriq: Har bir talaba tartib raqamidagi mavzu bo'yicha keys tayyorlaydi (keyslar tizimga yuklanadi), tizimga yuklaydi va himoya qiladi. Mavzularni yoritilishida individual yondoshuv bo'lishi kerak. Baholash mezonlari: Umumiy ball – 5 % - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-1 %; - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 %; - himoya qilish – 2 %	5 %	2-3-hafta
2.	2-topshiriq: Internet reklamani turlarini tahlil qilish (Xorijiy davlat korxonalarini misolida) va himoya qilish.	5 %	6-7-hafta
3.	3-topshiriq: Internet marketing va internet reklamalarda web-saytlar klassifikatsiyasi qanday? Baholash mezonlari: Umumiy ball – 5 % - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-1 %; - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 %; - himoya qilish – 2 %	5 %	11-12 hafta
4.	4-topshiriq. O'tilgan mavzulardan nazorat savollariga javob berish	6 %	14-15-hafta
	Jami	30 %	
Amaliyot topshiriqlari			
1.	1-topshiriq. Konteks reklama va Internet reklama o'rtasidagi farq nima? – 1%. Internet auditoriyasi, uning hajmi, asosiy marketing xususiyatlari qanday? - 1 % Ularning har birini bir-biridan farq qiladigan omillar nima? -1 % Va ularning farqlari qanday oqibatlariga olib keladi? -1 %	4 %	3-4-hafta
2.	2-topshiriq. “Ijtimoiy tarmoqlarda reklama” (SMM – Social Media Marketing) atamasi deganda nimani tushunish kerak? -2 % Buni amaliy mashg'ulotda muhokama qilish. -2 % Ushbu berilgan mavzulardan taqdimotlar tayyorlash va himoya qilish	4 %	7-8-hafta

	SMM dan foydalanishda korxonaning asosiy maqsadlari nimalardan iborat? -1 % Ushbu berilgan mavzulardan keyslar tayyorlash va himoya qilish-1 %		
4.	4-topshiriq. Har bir talaba tartib raqamidagi mavzu bo'yicha keys tayyorlaydi (keyslar tizimga yuklanadi), tizimga yuklaydi va himoya qiladi. Mavzularni yoritilishida individual yondoshuv bo'lishi kerak. Baholash mezonlari: - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-1 %; - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 1 %; - himoya qilish – 1 %	3 %	13- hafta
5.	5-topshiriq. SMM loyihasini yaratish va unga xizmat ko'rsatish bo'yicha ishlar, tadbirlarni tahlil qilish. Umumiy ball – 5 % - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-1 %; - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 %; - himoya qilish – 2 %	5 %	14-15- hafta
	Joriy nazorat bo'yicha jami %	20 %	
	Yakuniy nazorat bo'yicha maksimal %	50%	
	Jami:	100 %	

Asosiy adabiyotlar

1. G.F. Ismoilova [va boshq.]. Marketing: o'quv qo'llanma / TATU - T. : Taxririyl nashriyot, 2022. - 156 b.

2. John J. Bartholdi III and Steven T. Hackman. Warehouse and Distribution Science, Available at

3. Robert A. Novack, Brian Gibson, Yoshinori Suzuki and John J. Coyle. Transportation: A Global Supply Chain Perspective, 9th Edition (International or Asia), Cengage, 2019

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Xolmamatov D.H., Musayev B.Sh., Narkulova Sh.Sh., Boyjigitov S.K. Internet marketing. O'quv qo'llanma. – Samarqand: «FAN BULOG'ID» nashriyoti, 2022. 232 bet.

2. L.T. Abdaxalilova. Internet - marketing. Darslik. –T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi» – 2021, 300 bet

3. Robert A. Novack, Brian Gibson, Yoshinori Suzuki and John J. Coyle. Transportation: A Global Supply

4. Chain Perspective, 9th Edition (International or Asia), Cengage, 2019

Axborot manbalar

1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali.

2. https://my.gov.uz-Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali

3. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi

4. www.warehouse-science.com, 2019
5. Syllabusni yartishda foydalanilgan manbalar. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.polyu.edu.hk/mm/-/media/department/mm/content/study/subject-syllabi_tpg/mm5831.pdf?rev=6abddabe1a864158a8845976b80d3a3d&hash=057D1D41CE64B8E9B732378E45BFE76A

Fan o'qituvchilari to'g'risida ma'lumot

Dastur mualliflari:	G.F.Ismoilova, M.M.Parpiyeva
E-mail:	<i>malikaxonparpieva83@gmail.com</i>
Telefon raqami:	+998712386465
Tashkilot:	Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot Texnologiyalari Universiteti, "Menejment va marketing" kafedrası

Mazkur Sillabus universitet Kengashining 2025-yil "29"
04 *dagi 19/750/750* -sonli yig'ilishi bayoni bilan tasdiqlangan.

Mazkur Sillabus fakultet Kengashining 2025-yil "28"
04 *dagi 10* -sonli yig'ilishi bayoni bilan tasdiqlangan.

Mazkur Sillabus "Menejment va marketing" kafedrasining 2025- yil "25"
04 *dagi 5* -sonli majlisida muhokama qilingan va tasdiqlangan.

O'quv uslubiy boshqarma boshlig'i

Kafedra mudiri

Tuzuvchi:

A.K. Ergashev
A.K. Ergashev

G.F. Ismoilova
G.F. Ismoilova

M.R. Shaislamova
M.R. Shaislamova