

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



“TASDIQLAYMAN”

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi

Toshkent axborot texnologiyalari universiteti

FAKTSIM dekani M.S. Saitkamolov

29.04.2025 yil

Iste'molchilar munosabatlarini boshqarish tizimi asoslari (CRM)
fanidan

SILLABUS

Bilim sohalari: 400 000 – Biznes, boshqaruv va huquq

Ta'lim sohalari: 410 000 – Biznes va boshqaruv

Ta'lim yo'nalishlari: 60410800– Menejment

Toshkent – 2025

Fan nomi:	Iste'molchilar munosabatlarini boshqarish tizimi asoslari (CRM)
Fan turi:	tanlov
Fan kodi:	
Bosqich:	2
Semestr:	3
Ta'lim shakli:	Kunduzgi
Mashg'ulotlar shakli va semestrga ajratilgan soatlar:	150
Ma'ruza	30
Amaliy mashg'ulotlar	30
Seminar	-
Mustaqil ta'lim	90
Sinov birligi miqdori:	5
Baholash shakli:	yozma
Fan tili:	O'zbek

Dastur mualliflari:	Kurbanova Maftuna Lazizovna
E-mail:	maftunayusuf@gmail.com
Telefon raqami:	+99890 350-23-33
Tashkilot:	Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti, "Pochta aloqasi texnologiyasi" kafedrası

Kurs haqida qisqacha ma'lumot (QM)

QMI	<p>CRM fanining maqsadi - bo'lajak mutaxassislarni zamonaviy biznesning ajralmas qismi bo'lgan mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni samarali boshqarishga o'rgatishdan iborat. CRM talabalarga mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarish (Customer Relationship Management) tamoyillari, strategiyalari va texnologiyalari haqida bilim berishga asoslangan fandır. CRM fanini o'qitish orqali talabalar mijozlarga yo'naltirilgan biznes strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish, shuningdek, zamonaviy biznes muhitida muvaffaqiyatga erishish uchun zarur bo'lgan bilim va ko'nikmalarga ega bo'ladilar.</p> <p>CRM fanining vazifasi - talabalarga kompaniyaning eng qimmatli aktivi bo'lgan mijozlar bilan samarali va uzoq muddatli munosabatlar o'rnatish va boshqarish uchun zarur bo'lgan bilim, ko'nikma va vositalarni berishdan iborat. Kompaniyaning mijozlar bilan o'zaro aloqalarini qayd etish, saqlash va tahlil qilish uchun yagona tizim yaratish, mijozlar haqidagi tahliliy ma'lumotlardan foydalanib, biznes strategiyasini ishlab chiqish, mahsulot va xizmatlarni takomillashtirish, narxlash siyosatini aniqlash va boshqa muhim qarorlarni qabul qilishdan iborat.</p>
------------	---

Kursga qo'yiladigan boshlang'ich talablar	
1.	Talablar mavjud emas
Ta'lim natijalari (TN)	
TN1	Talabalar turli biznes kontekstlari uchun mos CRM strategiyalarini ishlab chiqishni o'rganadilar.
TN2	Talabalar mijozlar bilan samarali munosabatlar o'rnatish, ularning sodiqligini oshirish va mijozlar tajribasini yaxshilash usullarini o'rganadilar.
TN3	Talabalar CRM yordamida savdo jarayonlarini optimallashtirish, marketing kampaniyalarini boshqarish va savdo hajmini oshirishni o'rganadilar.
TN4	Talabalar mijozlar haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va ular asosida biznes uchun muhim qarorlar qabul qilishni o'rganadilar.
TN5	Talabalar real biznes holatlarida CRM tizimlaridan foydalanish va mijozlar bilan ishlash bo'yicha amaliy ko'nikmalarga ega bo'ladilar.

Mashg'ulotlar shakli: ma'ruza (M)		soat
M1	CRM ning kontseptual asoslari	2
M2	Mijozlarga yo'naltirilgan ko'rsatkichlar, sotib olish, qo'llab-quvvatlash	2
M3	RFM (muddat, chastota va pul) tahlili	2
M4	LTV (mijozning umr bo'yi qiymati) va boshqa strategik ko'rsatkichlar	2
M5	OLS (oddiy eng kam kvadratchalarning ta'rifi) va logistik regressiya	2
M6	Mijozlarning rentabelligi	2
M7	Sodiqlik dasturlari va vaziyatni muhokama qilish	2
M8	CRM ni joriy qilish va cheklash va vaziyatni muhokama qilish	2
M9	Operatsion CRM - Marketing kanallari	2
M10	CRM qiymatlar piramidasi	2
M11	Iste'molchilar hayotiylik davri	2
M12	CRM dasturiy mahsulotlar bozori	2
M13	CRM samaradorligi omillari	2
M14	Iqtisodiyotning turli sohalarida CRM	2
M15	Aloqa sohasi xizmatlarida CRMni joriy qilish	2
Jami		30
Mashg'ulotlar shakli: amaliyot (A)		
A1	CRM ning maqsad va vazifalari	2
A2	CRMda mijoz tahlili	2
A3	RFM tahlilini olib borish namunalarini o'rganish	2
A4	LTV strategik ko'rsatkichlari tahlili	2
A5	OLS logistik regressiyani amalga oshirish tajribasi	2
A6	Mijozlarning rentabelligini oshirish	2
A7	Mijozlarning sodiqlik dasturlari va vaziyatini muhokama qilish	2
A8	CRM ni joriy qilish va cheklash va vaziyatni muhokama qilish	2
A9	Marketing kanallarini o'rganish	2
A10	CRM qiymatlar piramidasi ishlab chiqish	2

A11	Iste'molchilar hayotiylik davrini tahlil qilish	2	
A12	CRM dasturiy mahsulotlar bozorini o'rganish	2	
A13	CRM samaradorligi omillarini ko'rib chiqish	2	
A14	Iqtisodiyot sohaslarida CRMni joriy qilish tajribasi bilan tanishish	2	
A15	Aloqa sohasi xizmatlarida CRMni joriy qilish	2	
		Jami	30
Mustaqil ta'lim (MT)		soat	hisobot shakli
MT1	CRM tizimi: Mijozlar bilan muvaffaqiyatli aloqalarning asosi	10	prezentatsiya
MT2	CRMning asosiy maqsadlari	10	CASE STUDY
MT3	CRMning asosiy komponentlari	10	Mustaqil ish
MT4	CRMning biznes uchun afzalliklari	10	prezentatsiya
MT5	Mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash	10	SWOT analiz
MT6	CRM tizimini tanlash va joriy qilish	10	Korxonalardan misollar keltirish
MT7	CRM tizimini tanlash	10	Tahlil namunalaridan misollar keltirish
MT8	CRM tizimini joriy qilish bosqichlari	10	Ikkita korxonada misolida yoritib berish
MT9	CRMning kelajagi va tendentsiyalari	10	Mustaqil ish
Jami		90	

Bu vazifalarga quyidagilar kiradi:

1) nazariy materialni mustaqil o'rganish. Ma'ruza matni va tavsiya etilgan adabiyotlardan foydalaniladi. Fikrlash qobiliyatining mavjudligi ma'lumotni umumlashtirish va tahlil qilish va unga erishish yo'llarini tanlashga yordam beradi;

2) ko'rsatilgan mavzulardan biri bo'yicha referat tayyorlash. Ma'ruza matni, amaliy mashg'ulotlar uchun ko'rsatmalar va tavsiya etilgan adabiyotlardan foydalaniladi.

Mustaqil ishini baholash:

1) **SWOT-tahlil:** korxonalarining kuchli va zaif tomonlari va imkoniyatlari, risk risklari tahlil qilinadi.

2) **mustaqil ish:** nazariy material mustaqil o'rganiladi, tahlil qilinadi, adabiyotlardan foydalaniladi, shuningdek, fikr yuritish qobiliyatiga ega bo'ladi, axborotni umumlashtirish va tahlil qilishga hamda unga erishish yo'llarini tanlashga yordam beradi;

3) **taqdimot:** umumiy ma'lumotlardan asosiy ma'lumotlarni ajratib ko'rsatish, taqdimot qilish qobiliyati shakllanadi.

4) **vaziyat tahlili:** o'qituvchi tomonidan mavzuga oid vaziyatlarni tahlil qilish natijasida unga ta'sir etuvchi omillar tahlil qilinadi.

5) **amaliy ish tayyorlash:** u korxonalarining motivatsion jarayonlarni qanday amalga oshirishi va ularning xodimlarga qanday ta'sir qilishi natijasida ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish samaradorligini o'rganadi.

Rejada fan bo'yicha kurs ishi ko'rsatilmagan.

Ta'lim strategiyasi

“Iste'molchilar munosabatlarini boshqarish tizimi asoslari (CRM)” fanini o'qitish ta'limning kredit tizimi asosida ma'ruza, laboratoriya mashg'ulotlari, videoma'ruzalar, taqdimotlar, hamda mavzu bo'yicha vazifalar va mustaqil ishni o'z ichiga oladi. Ma'ruza, laboratoriya ishlariga oid o'quv materiallarida ko'rsatilgan mavzular bo'yicha nazariy va amaliy ma'lumotlar beriladi, laboratoriya ishlarini bajarish va natijalarni hisoblash tartibi tushuntiriladi. Fan bo'yicha qo'yilgan o'quv materiallari talabalar tomonidan mustaqil o'rganiladi, laboratoriya ishlari talabalar tomonidan individual yoki kichik guruhlar tarzda bajariladi.

Talabalar quyidagi materiallardan foydalanish imkoniga egadirlar:

- Videoma'ruzalar;
- Elektron shakldagi ma'ruza matnlari;
- Har bir mavzuga doir prezentatsiya slaydlari;
- Har bir dars mavzusi yuzasidan topshiriqlari;
- Elektron shakldagi darsliklar va qo'llanmalar.

Nazariy mashg'ulotlar davomida, talabaga videoma'ruza orqali mavzu yuzasidan kerakli bo'lgan konsepsiyalar yetkazib beriladi. Talabalarga mavzuni yanada mustahkamlashlari uchun prezentasiyalar, darsliklar, o'quv qo'llanmalari va boshqa o'quv-uslubiy mahsulotlardan foydalanish bo'yicha ko'rsatmalar beriladi.

Amaliyot mashg'ulotlarida har bir mavzu bo'yicha topshiriqlarni hisoblash bo'yicha bo'yicha uslubiy ko'rsatmalar talabalarga taqdim etiladi. “Mobil” fani bo'yicha topshiriqlarni bajarish bo'yicha uslubiy ko'rsatmalarda keltirilgan ishlarni bajarish talab etiladi. Topshiriqni bajarish bilan keyingi mavzu bo'yicha topshiriqni bajarishga o'tiladi.

Mustaqil ishda talabalar eng istiqbolli simsiz texnologiyalar bo'yicha mustaqil referatlar tayyorlaydi va himoya qiladi. Har bir talabaga alohida o'z topshirig'ini bajaradi.

Ma'ruza, amaliyot mashg'ulotlarining barcha mavzularini to'la o'zlashtirgan hamda mustaqil ishni bajargan talabalarga yakuniy nazoratda ishtirok etishga ruxsat etiladi. Talaba semestr oxirida yakuniy nazorat topshiradi.

Talabalar bilimini baholash

Talabalar bilimini baholash semestr davomida o'quv materiallarini o'zlashtirish ko'rsatkichlari va yakuniy nazorat (test natijalari, topshiriqlar va yozma ish) bo'yicha amalga oshiriladi. Ushbu kursi davomida talabalar 100 ballik tizimda baholanadi. Shundan 50% ball davomat, joriy va oraliq, 50% ball yakuniy nazorat natijalariga ko'ra taqsimlanadi. Joriy va oraliq ballar bo'yicha 30 balldan kam to'plagan talabalar yakuniy nazorat imtihoniga kiritilmaydi. Yakuniy testda 30 va undan yuqori ball to'plagan talaba fanni o'zlashtirgan hisoblanadi.

Reyting baholash turlari		Ball	O'tkazish vaqti
	Oraliq nazorat	9 ball	13-hafta
1.	1-Topshiriq. Biznes jarayonlarida CRMning RFM (muddat, chastota va pul) tahlilini o'tkazish (misol keltiring). Vazifa yoritilishida individual yondoshuv bo'lishi kerak. Baholash mezon: Umumiy ball – 7 ball - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-3 ball; - mavzuning to'liq yoritilganligi – 2 ball; himoya qilish – 2 ball.	7 ball	2-3 hafta

2.	<p>2- Topshiriq. Birorta aloqa korxonasida CRMning LTV (mijozning umr bo'yi qiymati) va boshqa strategik ko'rsatkichlar tahlilini o'tkazing (misol keltiring). Vazifa yoritilishida individual yondoshuv bo'lishi kerak.</p> <p>Baholash mezon: Umumiy ball – 7 ball</p> <ul style="list-style-type: none"> - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash 3 ball; - mavzuning to'liq yoritilganligi – 2 ball; himoya qilish – 2 ball. 	7 ball	6-7 hafta
3.	<p>3-Topshiriq. “Uzbektelekom” AKning bo'limlarida CRM tizimini joriy qilish bosqichlari qanday amalga oshirilganligi haqida yozma ravishda ma'lumot tayyorlang</p> <p>Baholash mezon: Umumiy ball – 5 ball</p> <ul style="list-style-type: none"> - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-2 ball; - mavzuning to'liq yoritilganligi – 1 ball; himoya qilish – 2 ball. 	7 ball	10-11 hafta
Jami		30	
Amaliyot topshiriqlari			
1.	<p>1-Topshiriq. CRMning biznes uchun afzalliklari haqida biror bir korxonadan misolidan foydalangan holda tahlil qilish Vazifa yoritilishida individual yondoshuv bo'lishi kerak.</p> <p>Baholash mezon: Umumiy ball – 5 ball</p> <ul style="list-style-type: none"> - barcha bo'limlarni to'g'ri taqsimlash-1 ball; - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 ball; - himoya qilish – 2 ball. 	5 ball	
2.	<p>2-Topshiriq. CRMning OLS (oddiy eng kam kvadratchalarning ta'rifi) va logistik regressiya tahlilini o'tkazing (misol keltiring)</p> <p>Baholash mezon: Umumiy ball – 5 ball</p> <ul style="list-style-type: none"> - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 ball; - himoya qilish – 3 ball. 	5 ball	
3.	<p>3-Topshiriq. Mijozlar bilan muvaffaqiyatli aloqalarni o'rnatish yo'llarini ko'rib chiqing va yoritib bering.</p> <p>Baholash mezon: Umumiy ball – 5 ball</p> <ul style="list-style-type: none"> - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 ball; - himoya qilish – 3 ball. 	5 ball	
4.	<p>4-Topshiriq. Yuqoridagi aloqa korxonalaridan ixtiyoriysini tanlab, u uchun CRMda risk tahlilini amalga oshiring</p> <p>Baholash mezon: Umumiy ball – 5 ball</p> <ul style="list-style-type: none"> - - mazmunning mavzuga muvofiqligi – 2 ball; - himoya qilish – 3 ball. 	5 ball	
Joriy nazorat bo'yicha jami ball		20	
Yakuniy nazorat bo'yicha maksimal ball		50	
Jami:		100	

Asosiy adabiyotlar

1. D. K. Xakimjanova Biznes jarayonlarini boshqarish : uslubiy qo'llanma / - TATU. - T. : Taxririyl nashriyot, 2023. - 66 b. - Adabiyot.: b. 64. - 5 (adadi 20) экз.. - 3000 so'm. - Текст : непосредственный.

2. F. Allayev Tadbirkor : [ilmiy-omtabop nashr] - T. : Oltin Qalam nashr. MChJ, 2023. - 212 b. - 22 (adadi 10 000) экз.. - ISBN 978-9943-9869-8-7 : 45000 so'm. - Текст : непосредственный.

3. G. F. Ismoilova [va boshq.] Marketing : o'quv qo'llanma (sirtqi ta'lim yonal. uchun). - TATU. - T. : Taxririyl nashriyot, 2022. - 156 b. - 5 (adadi 10) экз.. - 5100 so'm. - Текст : непосредственный.

4. Z. X. Nosirova Inson resurslarini boshqarish : uslubiy ko'rsatma. - TATU. - T. : Taxririyl nashriyot, 2024. - 84 b. - Adabiyot.: b. 84. - 5 (adadi 20) экз.. - 3700 so'm. - Текст : непосредственный.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. "Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools" by Kumar and Reinartz (2e, 2012, Springer, ISBN-13: 978-3642201097, ISBN-10: 3642201091).

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining —Iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va iqtisodiy siyosat samaradorligini oshirishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risidagi 2019 yil 8 yanvardagi, PF-5614-sonli Farmoni

3. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Prezident Farmoni (PF-6079-son, 05.10.2020 y.).

Internet resurslari

1. https://files.fisher.osu.edu/public/busml4212_kim.pdf (Ohio state university - USA sillabusidan olingan)

2. <https://hbr.org/2006/04/your-loyalty-program-is-betraying-you>

3. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=28546>

4. <https://hbr.org/2002/02/avoid-the-four-perils-of-crm>

Mazkur sillabus universitet Kengashining 2025 - yil 29.04 dagi 8/9(750/11) - sonli yigilish bayoni bilan tasdiqlangan.

Mazkur sillabus "AKT sohasida iqtisodiyot va menejment" fakulteti Kengashining 2025 - yil 28.04 dagi 10 - sonli yigilish bayoni bilan tasdiqlangan.

Mazkur sillabus "Menejment va marketing" kafedrasining 2025 yil 25.04 dagi 9 -sonli yigilish bayoni bilan ma'qullangan.

O'MB boshlig'i

Kafedra mudiri

Tuzuvchi

A.K.Ergashev

G. F.Ismoilova

M.L.Kurbanova

