



**BO'LAJAK MARKETOLOGLAR UCHUN KASBIY KOMPETENTLIKNI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI**

**Umarova Samira Soliyevna**

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*servis fakulteti MR-325-guruh talabasi*

*Email: samirasoliyevna@gmail.com*

**Ilmiy rahbar: Kalanova Moxigul Baxritdinovna**

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*“Marketing” kafedrasi dotsenti*

**Annotatsiya:** *Mazkur maqolada bo'lajak marketologlar uchun kasbiy kompetentlikni shakllantirishning nazariy va amaliy asoslari tahlil qilinadi. Tadqiqot davomida marketing sohasida zarur bo'lgan asosiy kompetensiyalar — analitik fikrlash, kommunikativ qobiliyatlar, kreativ yondashuv va raqamli ko'nikmalar aniqlanib, ularni rivojlantirishning samarali yo'llari yoritiladi. Shuningdek, ta'lim jarayonida amaliyotga yo'naltirilgan yondashuv, interaktiv metodlar va zamonaviy texnologiyalardan foydalanishning ahamiyati asoslab beriladi. Tadqiqot natijalari bo'lajak marketologlarning kasbiy tayyorgarligini oshirish va ularning mehnat bozorida raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.*

**Kalit so'zlar:** *kasbiy kompetentlik, marketing, bo'lajak marketologlar, raqamli marketing, kommunikativ kompetensiya, kreativ fikrlash, analitik ko'nikmalar, interaktiv ta'lim, amaliy yondashuv, ta'lim innovatsiyalari*

**Kirish:** Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida marketing sohasi keskin transformatsiyaga uchramoqda: raqamli texnologiyalar, ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish (data-driven decision making), iste'molchi xulq-atvorining murakkablashuvi va global raqobat marketologlardan yuqori darajadagi kasbiy kompetentlikni talab etadi. Shu nuqtai nazardan, oliy ta'lim muassasalarida bo'lajak marketologlarni tayyorlash jarayoni nafaqat nazariy bilimlarni berish, balki amaliy ko'nikmalarni rivojlantirish, analitik fikrlashni shakllantirish, kommunikativ va strategik kompetensiyalarni mustahkamlashni ham o'z ichiga olishi lozim.

Kasbiy kompetentlik tushunchasi ko'p komponentli bo'lib, u bilim (knowledge), ko'nikma (skills), malaka (abilities) va shaxsiy sifatlar (attitudes) integratsiyasidan iborat. Marketing sohasida bu kompetentliklar bozorni tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojini aniqlash, mahsulotni pozitsiyalash, reklama strategiyalarini ishlab chiqish, brend boshqaruvi, raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish kabi yo'nalishlarni qamrab oladi.





## MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

Mazkur maqolaning maqsadi — bo‘lajak marketologlar uchun kasbiy kompetentlikni shakllantirishning samarali yo‘llarini aniqlash va ularni ta‘lim jarayoniga integratsiya qilish mexanizmlarini ilmiy asosda yoritishdir.

**Tadqiqot metodlari:** Mazkur tadqiqotda kompleks yondashuv asosida bir nechta ilmiy metodlardan foydalanildi. Avvalo, nazariy tahlil metodi orqali marketing va pedagogika sohasidagi ilmiy adabiyotlar o‘rganildi, kasbiy kompetentlik tushunchasining mazmuni va tarkibiy qismlari aniqlandi.

Shuningdek, qiyosiy tahlil metodi yordamida turli mamlakatlar oliy ta‘lim tizimlarida marketologlarni tayyorlash tajribalari solishtirildi. Empirik ma‘lumotlarni to‘plash maqsadida kuzatish va so‘rovnoma metodlaridan foydalanildi, bunda marketing yo‘nalishida tahsil olayotgan talabalar va amaliyotchi mutaxassislarining fikrlari o‘rganildi.

Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv metodi qo‘llanilib, kasbiy kompetentlikni shakllantirish omillari o‘zaro bog‘liqlikda tahlil qilindi. Bundan tashqari, modellashtirish metodi orqali samarali kompetentlikni shakllantirish modeli ishlab chiqildi.

**Natijalar:** Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, bo‘lajak marketologlar uchun kasbiy kompetentlikni shakllantirish bir necha muhim yo‘nalishlar asosida amalga oshirilishi zarur.

Birinchidan, o‘quv jarayonida amaliyotga yo‘naltirilgan yondashuvni kuchaytirish muhim ahamiyatga ega. Talabalar real biznes muammolarini hal qilishda ishtirok etishi, keyf-stadiyalar, loyiha ishlari va startup tashabbuslari orqali marketing strategiyalarini ishlab chiqishi ularning kasbiy tayyorgarligini sezilarli darajada oshiradi.

Ikkinchidan, raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish zarur. Bugungi kunda marketologlar uchun SEO, SMM, контент marketing, analitika vositalari (Google Analytics va boshqalar) bilan ishlash ko‘nikmalari muhim hisoblanadi. Tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, ushbu ko‘nikmalarni o‘quv dasturlariga integratsiya qilish talabalar raqobatbardoshligini oshiradi.

Uchinchidan, kommunikativ va kreativ fikrlash kompetensiyalarini rivojlantirish alohida ahamiyat kasb etadi. Marketing faoliyati mijozlar bilan samarali muloqot qilish, reklama g‘oyalarini ishlab chiqish va innovatsion yondashuvlarni qo‘llashni talab qiladi.

To‘rtinchidan, interaktiv ta‘lim metodlaridan foydalanish samaradorligi yuqori ekanligi aniqlandi. Rol o‘yinlari, muammoli vaziyatlar tahlili, guruhiy muhokamalar talabalarni faol fikrlashga undaydi va ularning mustaqil qaror qabul qilish qobiliyatini rivojlantiradi.

Beshinchidan, ishlab chiqarish amaliyotining sifatini oshirish muhim omil sifatida belgilandi. Talabalar marketing agentliklari va kompaniyalarda amaliyot o‘tash orqali real ish muhitini o‘rganadi va o‘z bilimlarini mustahkamlaydi.

**Muhokama:** Olingan natijalar zamonaviy ta‘lim paradigmasi bilan mos keladi, bunda kompetensiyaga asoslangan yondashuv asosiy o‘rin tutadi. An‘anaviy ta‘lim tizimida ko‘proq nazariy bilimlarga urg‘u berilgan bo‘lsa, bugungi kunda amaliy ko‘nikmalar va real muammolarni hal qilish qobiliyati ustuvor hisoblanadi.





## MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, bo'lajak marketologlarning kasbiy kompetentligini shakllantirishda universitet va biznes hamkorligi muhim rol o'ynaydi. Dual ta'lim tizimi elementlarini joriy etish, mutaxassislarni dars jarayoniga jalb qilish va amaliy loyihalarni tashkil etish orqali ta'lim sifati sezilarli darajada oshadi.

Shuningdek, raqamli transformatsiya sharoitida marketing sohasida kompetensiyalar doimiy ravishda yangilanib boradi. Shu sababli, uzluksiz ta'lim (lifelong learning) tamoyilini shakllantirish ham muhimdir. Talabalar mustaqil o'rganish, onlayn kurslar va professional platformalardan foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi zarur.

Biroq, ayrim muammolar ham mavjud. Jumladan, ayrim ta'lim muassasalarida moddiy-texnik baza yetarli emasligi, zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish imkoniyatining cheklanganligi kompetentlikni to'liq shakllantirishga to'sqinlik qiladi. Shu bois, ta'lim infratuzilmasini rivojlantirish dolzarb masala bo'lib qolmoqda.

**Xulosa:** Xulosa qilib aytganda, bo'lajak marketologlar uchun kasbiy kompetentlikni shakllantirish ko'p qirrali va tizimli jarayon bo'lib, u nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar va shaxsiy sifatlarning uyg'unligini talab etadi.

Tadqiqot natijalariga asoslanib, quyidagi asosiy yo'nalishlar samarali deb topildi: amaliyotga yo'naltirilgan ta'limni rivojlantirish, raqamli kompetensiyalarni shakllantirish, interaktiv metodlarni keng qo'llash, kommunikativ va kreativ fikrlashni rivojlantirish hamda ishlab chiqarish amaliyotini takomillashtirish.

Kelgusida mazkur yo'nalishlarni chuqurroq o'rganish va ularni ta'lim tizimiga keng joriy etish orqali raqobatbardosh, yuqori malakali marketologlarni tayyorlash mumkin bo'ladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Armstrong, G., Kotler, P. Principles of Marketing. 17-nashr. — Pearson, 2018. — 736 b.
2. D.X.Aslanova, F.F.Salomov, Y.M.Halikov. Kasbiy kompetentlik. O'quv qo'llanma. Samarqand: Iqtisodiyot, 2020 yil, 86 bet.
3. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. *Digital Marketing*. 7-nashr. — Pearson, 2019. — 545 b.
4. Ochilova G.O., Akbarova S.Sh. Kasbiy kompetentlik. (Darslik). T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi", 2022. 324 b.
5. Blythe, J. Essentials of Marketing. 6-nashr. — Pearson, 2013. — 416 b.
6. Hattie, J. Visible Learning: A Synthesis of Over 800 Meta-Analyses Relating to Achievement. — Routledge, 2009. — 392 b.
7. Biggs, J., Tang, C. Teaching for Quality Learning at University. 4-nashr. — Open University Press, 2011. — 389 b.
8. Shonazarov, A. Marketing asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2019. — 256 b.





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

9. Abdukarimov, H. Zamonaviy marketing strategiyalari. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. — 312 b.

10. To‘xtayev, B. Ta’limda innovatsion *texnologiyalar*. — Toshkent: O‘qituvchi, 2020. — 280 b.

