

**A.Sadullaev, D.Xudayberganov,
G.Aliyeva, M.Masharipova**

TURIZM MARKETINGI



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

**AL-XORAZMIY NOMLI URGANCH DAVLAT
UNIVERSITETI**

**A.Sadullayev, D.Xudayberganov,
G.Aliyeva, M.Masharipova**

TURIZM MARKETINGI
(o'quv-uslubiy qo'llanma)

*Ushbu o'quv-uslubiy qo'llanma UrDU ilmiy-uslubiy kengashining
yig'ilishi qaroriga asosan nashrga tavsiya etilgan*

Urganch – 2015

UDK: 338.48(072)

KBK: 65.433

T 88

A.Sadullayev, D.Xudayberganov, G.Aliyeva, M.Masharipova.
Turizm marketingi. O'quv-uslubiy qo'llanma. Mas'ul muharrir **T.Do'schanov.** O'zR Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi, al-Xorazmiy nomli Urganch davlat universiteti. Urganch, Urganch davlat universiteti noshirlik bo'limi, 2015. 68 bet.

KBK 65.433ya73

O'quv-uslubiy qo'llanma "Turizm marketingi" fani mavzularining mohiyatini talabalarga yetkazib berishda mavjud ta'lim texnologiyalarini keng qo'llash asosiga qurilgan. Fanning eng asosiy mavzularini qanday ta'lim texnologiyalari asosida o'qitish maqsadga muvofiqligi yoritib berilgan.

O'quv-uslubiy qo'llanma turizm sohasidagi fanlarni o'qitadigan professor-o'qituvchilarga mo'ljallangan.

Ma'sul muharrir:

T.Do'schanov, iqtisod fanlari doktori, professor.

Taqrizchilar:

U.Matyaqubov, i.f.n.
B.Ruzmetov, prof.,

KIRISH

Mustaqillik yillarida O'zbekiston Respublikasida turizm sohasi mustaqil tarmoq sifatida rivojlanib bormoqda. Sohaning umumiy rivojlanishi uchun Vazirlik maqomiga tenglashtirilgan "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi mas'ul bo'lib, u o'zbek milliy turistik korxonalarining faoliyat yuritishlariga ruxsatnomalar berish, xizmatlarini sertifikatlash kabi lar orqali nazorat etadi. O'z navbatida, o'zbek milliy xususiy turistik korxonalar ham ko'proq sifatli va bozor tomonidan talab etilayotgan turmahsulot yaratishga hamda sotuvlarni orttirish orqali rivojlanishga harakat qilishmoqda.

Hozirgi iqsodiy islohatlar jarayonida turizm sohasining rivojlanishi bozor iqtisodiyotining shakllanishida katta ahamiyatga ega. O'zbekiston Respublikasida yalpi ichki mahsulotdagi turizmning ulushini oshirish maqsadida tegishli ishlar amalga oshirilmoqda. Shular jumlasidan respublikada turizm sohasini va servisini rivojlantirish bo'yicha qabul qilingan qator qonunlar va me'yoriy hujjatlar xizmat qiladi. Mazkur masalaning ijobiy hal bo'lishida "2006–2010-yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasi va servisni jadal rivojlantirish haqida" O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori asosiy dastur hisoblanadi. Shu bilan birgalikda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2013–2015-yillarda Xorazm viloyatida turizm sohasini rivojlantirish Dasturi to'g'risida"gi qarori mintaqalarda turizm industriyasini rivojlantirishda muhim o'rin tutadi.

Turistik bozorda talab etilayotgan turmahsulotni ishlab chiqarish, uni bozorda muvaffaqiyatli ilgari surish va bozorni qamrab olish uchun "Turizm marketingi" fanidan xabardor bo'lish, uning nazariy tavsivalaridan amaliyotda oqilona foydalana olish kabilar zarur bo'ladi.

Turizm sohasini rivojlantirish uchun, eng avvalo, bu sohaga katta mablag'larni sarflash kerak bo'ladi. Bunday mablag'larni sarflashda bu moliyaviy resurslarning qachon va qanday maqsadlarda sarflanishi ke-rakligini aniq va to'g'ri hal qilish lozim bo'ladi. Shuningdek, turizm sohasida yaratilayotgan mahsulotlarni o'z vaqtida to'g'ri ishlab chiqarish hamda turmahsulotlar sotuvini rag'batlantirishning to'g'ri yo'llarini topish kerak bo'ladi.

Mazkur o'quv uslubiy qo'llanmada yoritilgan "Turizm marketing" fanini zamonaviy texnologiyalar asosida o'qitish natijalari shunday mu-ammolarni hal etishga yordam beradi.

ISBN: 978-9943-4517-6-6

© UrDU noshirlik bo'limi, 2015.

© A.Sadullayev, D.Xudayberganov,
G.Aliyeva, M.Masharipova. Turizm
marketingi. O'quv-uslubiy qo'llanma.

Asosiy qism

1-mavzu	O'ZBEKISTON TURIZM BOZORINING O'ZIGA XOS JIHATLARI (ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat) Ma'ruzani olib borish texnologiyasi
----------------	---

<i>Talabalar soni:</i>	<i>Vaqt – 2 soat</i>
<i>Mashg'ulot shakli</i>	Kirish – mavzu bo'yicha ma'ruza
	1. Turizm bozorining mohiyati, vazifalari. 2. Turizmning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar. 3. Globallashuv jarayoni davomida O'zbekiston turizmining rivojlanishi. 4. O'zbekiston turizmining iqtisodiy ko'rsatkichlari. 5. O'zbekiston turizm bozorining rivojlantirilishi bosqichlari va har bir bosqichning o'ziga tomonlari. 6. O'zbekiston mehmondorchilik va turizm sanoatida mehnat bozori tahlili. 7. Turizm bozorida mehnatga bo'lgan talab va taklif, mutaxassislik bitiruvchilarining kelajakda ish bilan band bo'lish imkoniyati.
<i>Ma'ruza rejasi</i>	

O'quv mashg'ulotining maqsadi: O'zbekiston turizm bozorining o'ziga xos jihatlari haqida umumiy tasavvurni berish.

Pedagogik vazifalar	O'quv faoliyati natijalari
– turizm bozorining mohiyati va vazifalarini yoritish; – turizmning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rsatib berish; – globallashuv jarayoni davomida O'zbekiston turizmining rivojlanishini tahlil qilish; – O'zbekiston turizmining iqtisodiy ko'rsatkichlarini yoritish; – O'zbekiston turizm bozorining rivojlanishi bosqichlari va har bir bosqichning o'ziga tomonlarini yoritib berish;	– turizm bozorining mohiyati va vazifalarini yoritib beradilar; – turizmning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rsatib beradilar – globallashuv jarayoni davomida O'zbekiston turizmining rivojlanishini tahlil qila oladilar; – O'zbekiston turizmining iqtisodiy ko'rsatkichlarini yoritib beradilar; – O'zbekiston turizm bozorining rivojlanishi bosqichlarini va har bir bosqichning o'ziga tomonlarini yoritib beradilar; – O'zbekiston mehmondorchilik va turizm sanoatida mehnat bozori tahlil

Ushbu fanning maqsadi turistlarga xizmat ko'rsatish sohasida bozorni shakllanishi, undagi turmahsulotlarga bo'lgan talab va taklifning o'zgarishi, turizm daromadiga ta'sir etuvchi omillar, jahon bozorida turizmning o'rni va uni rivojlantirishda marketing tadqiqotlarining muhimligi bo'yicha barcha nazariy va amaliy tajribalarni o'rganishdan iborat.

Qo'llanmada fanning asosiy vazifalari aholiga xizmat ko'rsatish va turmahsulotni sotish bilan bog'liq bo'lgan iqtisodiy jarayonlarni o'rganish, turizm bozori konyunkturasi va unga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, xalqaro marketing va tashqi bozorga chiqish yo'llarini bilish, turistik infratuzilma, marketing xizmati, xalqaro turistik bozorda integratsiya, turizm bozorida baho siyosati, xalqaro turizmni rivojlantirishda marketing izlanishlarning roli kabi masalalarni chuqur va keng o'rganish ekanligi ko'rsatib berilgan.

“Turizm marketing” fanini o'qitishda, talabalar tomonidan to'liq o'zlashtirilishini ta'minlash maqsadida mavzularda ko'rilyotgan masalalarning mohiyatidan kelib chiqqan holda, ilg'or pedagogik texnologiyalarning “Aqliy hujum usullari”, “Charxpalak” texnologiyasi, “Kichik gurulchalar”, “Bumerang” usullaridan foydalaniladi. Shuningdek, har bir mavzuda kompyuterdan, slaydlardan foydalanish, eshitish (audio) vositalari, ko'rish (video) vositalari, ko'rish-eshitish (audiovideo) vositalari, multimediyaviy vositalari hamda internet sahifalaridan foydalanish ma'ruza matnlarida eslatib o'tilgan.

“Turizm marketing” fani bo'yicha o'zbek tilida adabiyotlar juda kam bo'lib, talabalarining bu fanni o'zlashtirishlarida qiyinchilik tug'diradi. Shuning uchun ham ushbu fanni o'qitishda xorij adabiyotlaridan foydalanib, kursni yangi ta'lim texnologiyalari asosida o'qitish muhim o'rin tutadi.

E'tiboringizga taqdim etilayotgan o'quv uslubiy qo'llanma “Turizm marketing” fani mavzularining mohiyatini talabalarga yetkazib berishda mavjud ta'lim texnologiyalarini keng qo'llash asosiga qurilgan. Qo'llanmada fanning eng asosiy beshta mavzusi ajratib olinib, ularni qanday texnologiyalar bilan o'qitish maqsadga muvofiqligi yoritib berilgan.

zoratlarni o'tkazish)		100 ball
Jami:		
O'zlashtirish ko'rsatkichlari	Baho	
85,01 – 100	“a”lo”	
70,01 – 85	“Yaxshi”	
55,01 – 70	“o’rta”	
55 gacha	“Qoniqarsiz”	

2-ilova

“Aqliy hujum”ning asosiy qoidalari:

- olg'a surilgan g'oyalari baholanmaydi va tanqid ostiga olinmaydi;
- ish sifatiga emas, soniga qaratiladi, g'oyalari qancha ko'p bo'lsa, shuncha yaxshi;
- istalgan g'oyalarni mumkin qadar kengaytirish va rivojlantirishga harakat qilinadi;
- muammo yechimidan uzoq g'oyalari ham qo'llab-quvvatlanadi;
- barcha g'oyalari yoki ularning asosiy mag'zini (farazlari) qayd etish yo'li bilan yozib olinadi;
- “hujum”ni o'tkazish vaqti aniqlanadi va unga rioya qilinishi shart.

TURIZMDA MARKETING KONSEPSIYASI

(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)

Ma'ruzani olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt – 2 soat
Mashg'ulot shakli	Mavzu bo'yicha ma'ruza
Ma'ruza rejasi	1. Turizm marketingning mohiyati. 2. Turizm marketingning asosiy tushunchalari. 3. Zamonaviy marketingning maqsadlari, vazifalari va prinsiplari. 4. Turizm marketingning o'ziga xosligining turmashulotga bog'liqligi.

O'quv mashg'ulotining maqsadi: turizm marketing konsepsiyasi haqida umumiy tasavvur berish.

Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari:
– turizm marketingning mohiyati haqida ma'lumot beriladi;	– turizm marketingning mohiyati haqida ma'lumot beriladi;
– turizm marketingning asosiy tushunchalari tushuntiriladi;	– turizm marketingning asosiy tushunchalari tushuntiriladi;
– zamonaviy marketingning maqsadlari, vazifalari va prinsiplari haqida tushuncha beriladi;	– zamonaviy marketingning maqsadlari, vazifalari va prinsiplari haqida tushuncha beriladi;
– turizm marketingning o'ziga xosligining turmashulotga bog'liqligini yoritish.	– turizm marketingning o'ziga xosligining turmashulotga bog'liqligini yoritish.
O'qitish usullari-texnikasi	ma'ruza, tushuntirish, instruktsiya berish, namoyish, blis-so'rov, paradokslar usuli
O'qitish vositalari	ma'ruza matni, tarqatma material, kompyuter slaydlari, doska
O'qitish shakllari	frontal, kollektiv ish
O'qitish sharoiti	kompyuter, multimedia proektor
Monitoring va baholash	Test, og'zaki savollar, blis-so'rov

Ma'ruzaning texnologik kartasi

Ish bosqichlari	Faoliyat mazmuni	Talaba
1-bosqich. Mavzuga kirish (10 min.).	O'qituvchi 1.1.O'quv mashg'uloti mavzusi, 1 – 2-savollarini va o'quv faoliyati natijalarini aytadi. 1.2.”Blis-so'rov” usulida mavzu bo'yicha ma'lum bo'lgan tushunchalarni faollashtiradi. Ma'ruzada qarama-qarshilik vaziyatini yuzaga chiqaradi (1-ilova).	Mavzu nomini va savollarni yozib oladilar. Savollarga javob beradilar.
2-bosqich. Asosiy bo'lim	2.1.mavzu rejalarini yuzasidan mini-ma'ruza qiladi. Mavzu bo'yicha tarqatma materiallar beradi (2-ilova).	Tinglaydilar.

2-slayd

Turizm marketingi – diqqatni jalb qilish va turistik xizmatlarni ilgari surishni tashkil etishning usul va uslublari yig'indisi hisoblanadi.

Turistik marketing turli vazifalarga ega: mavjud bo'lgan va istiqboldagi mijozlar bilan aloqa o'rnatish; turizm sohasini rivojlantirish (qurilish, yangi turlarni loyihalashtirish); turistik talabning qondirilishini nazorat etish.

(60 min.)	bajaradilar.
2.2.Mavzuni mustahkamlash maqsadida Klaster usulidan foydalangan holda davom ettiradi (3-ilova). Savollar yuzasidan umumlashtiruvchi xulosa beradi.	Tayanch iboralarini muhokama qiladilar.
2.3.muhokama uchun tayanch iboralarni taqdim etadi. (4-ilova).	Savollar beradilar.
3-bosqich. Yakunlovchi (10 min.)	Yozadilar.
3.1.Mashg'ulot bo'yicha yakunlovchi xulosalar qiladi. Talabalarni baholaydi.	
3.2.Keyingi mavzu buyicha tayyorlanib kelish uchun ma'ruza rejasining 4-5-savollarini mustaqil o'rganib kelish topshiriladi.	

1-ilova

Bilimlarni jonlantirish uchun savollar (blis-so'rov)

1. Turistik bozor sig'imi deganda nimani tushunasiz?
2. Makroobyekt va mikroobyekt orasidagi munosabatni tushuntirib bering.
3. Turistik tashkilotlarning xalqaro faoliyati haqida nimani bilasiz?

2-ilova

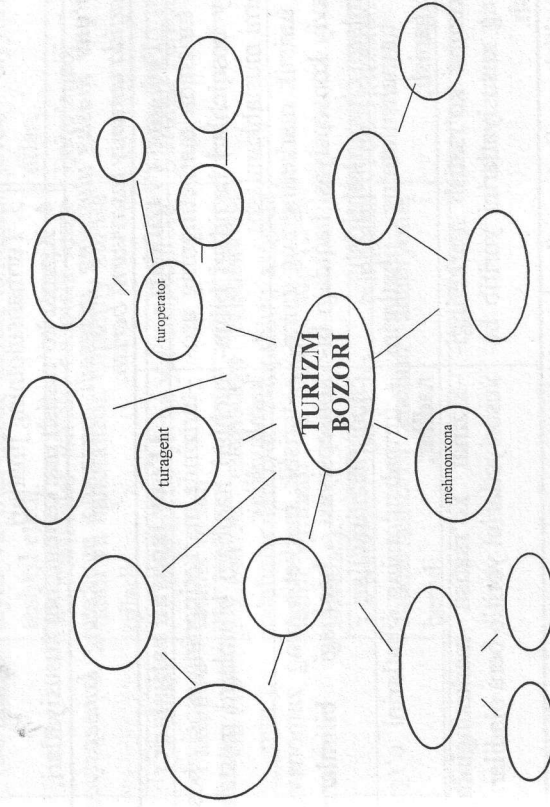
O'quv vizual materiallar 1-slayd

2-ma'ruza: Turizm marketing konsepsiyasi

1. Zamonaviy marketingning maqsadlari, vazifalari va prinsiplari.
2. Turizm marketingining o'ziga xosligining turmahsulotga bog'liqligi.

3-ilova

Klaster



“Klaster”ni tuzish qoidalari

1. Topshiriqni diqqat bilan o'qib chiqing.
2. Fikrlarni tarmoqlantirish jarayonida paydo bo'lgan har bir fikrni yozing.
3. Imlo xatolar va boshqa jihatlarga e'tibor bermang.
4. Belgilangan vaqt tugamaguncha yozishni to'xtatmang, fikringizni jamlashga harakat qiling.
5. Fikrlarni chegaralamang, ular o'rtasida o'zaro aloqadorlikka e'tibor qaratng.

Amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talaba soni:	Vaqt – 4 soat
Mashg'ulot shakli	Individual topshiriqlarni bajarishga asoslangan amaliy mashg'ulot
Mashg'ulot rejası	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turizm marketingning asosiy bosqichlari. 2. Turistik marketingning zamonaviy konsepsiyasi. 3. Turmahsulotning jihatlari. 4. Xizmat ko'rsatish marketingning xususiyatlari.
O'quv mashg'ulotining maqsadi: turizm marketing konsepsiyasi haqida umumiy tasavvurni berish.	
Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari:
– turizm marketingning asosiy bosqichlari haqidagi bilimlarni mustahkamlash;	– turizm marketingning asosiy bosqichlari haqidagi bilimlarni mustahkamlaydilar;
– turistik marketingning zamonaviy konsepsiyasi haqidagi bilimlarni chuqurlashtirish;	– turistik marketingning zamonaviy konsepsiyasi haqidagi bilimlarni chuqurlashtiradilar;
– turmahsulotning jihatlarni o'rganish;	– turmahsulotning jihatlarni o'rganadilar;
– xizmat ko'rsatish marketingning xususiyatlarini yoritib berish.	– xizmat ko'rsatish marketingning xususiyatlarini yoritib bera oladilar.
O'qitish usullari-texnikasi	topshiriqlar, amaliy ishlash usuli, suhbat
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, tarqatma materiallar, slaydlar, proektor.

O'qitish shakllari	Jamoa, to'g'ridan to'g'ri va guruhlarda ishlash.
O'qitish sharoiti	Texnik vositalar bilan ta'minlangan auditoriya.
Monitoring va baholash	Og'zaki nazorat, savol-javob, o'z-o'zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash.

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Ish bosqichlari	O'qituvchi	Talaba
1-bosqich. Kirish. (10 min.)	1.1.O'quv mashg'uloti 1–2-savolni, tahlil qiladi va o'quv faoliyati natijalarini aytadi.	Mavzu nomini yozib oladilar.
2-bosqich. Asosiy bo'lim. (60 min.)	2.1.Turmahsulotning jihatlari yuzasidan masalalar tarqatadi (1-ilova). Kuzatib boradi. Topshiriqlarni aniqlaydi va individual tarzda ishlashni tashkil etadi. 2.2.Masalalar ishlash bosqichi kuza-tiladi va baholanadi. Umumiy xulosa qiladi.	Individual tarzda bajaradilar. Oo'yilgan savollarga javob tayyorlaydilar. Baholanadi.
3-bosqich. Yakunlovchi (10 min.)	3.1.Mavzu bo'yicha yakunlovchi xulosalar qiladi. 3.2.Mavzu maqsadiga erishishdagi talabalar faoliyati 2-topshiriq asosida tahlil qilinadi va baholanadi (2–3-ilovalar). 3.3.Mavzu bo'yicha bilimlarni chuqurlashtirish uchun adabiyotlar beradi.	Savollar beradilar. Yozib oladilar.

1-ilova

1-topshiriq. Bir so'mlik turmahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xarajatlarni tahlil qiling.

Ko'rsatkichlar	O'tgan yil	Hisobot yili
1.Ulgurji bahoda turmahsulot, mln. so'm.	4300	4000
2.To'liq tannarxdagi turmahsulot, so'm.	4000	3800
3. Bir so'mlik turmahsulot uchun sarflangan harajat, so'm.	x	x

2-ilova

2-topshiriq. Yevropa mamlakatlari xalqaro turizmdan 2002-yilda 240, 490 mln. AQSH dollari miqdorida daromad ko'tgan. Shundan Fransiyaga 13,4 foizi to'g'ri keladi. Fransiyada xalqaro turizmdan keladigan daromad 2002-yilda 2001-yilga nisbatan 7,8 foizga o'sgan. Fransiya 2001-2002-yillarda qancha AQSH dollari miqdorida xalqaro turizmdan daromad olgan?

3-ilova

Amaliy mashg'ulotni tahlil qilish varag'i

Tahlil bosqichi nomi	Tahlil bosqichi mazmuni	Tahlil natijasi	Baholash ko'rsatkichlari va mezon	
			Ko'rsatkichi	Mezoni
1.Savollarga javob berish.	Mavzu bo'yicha bilimlarni jonlantirish uchun berilgan savollarga javob berish.		Aniq va lo'nda	25%
2.Masalani kompyuterda yechish.	Imkoniyatlardan foydlangan holda amalga oshirish.		To'g'ri va aniq	25%
3.Natijalar tahlili.	Olingan natijalarni tahlil qilish, shu asosda xulosalar berish.		Aniqlik, qarorning asoslanganligi	25%
4.Mustaqil bajara olish.	Topshiriqlarni mustaqil bajarish.		O'ziga berilgan topshiriqni mustaqil bajarishi	25%

		topshiriqni mustaqil bajarishi
--	--	--------------------------------

2-ilova

Amaliy mashg'ulotni tahlil qilish varag'i

Tahlil bosqichi nomi	Tahlil bosqichi mazmuni	Tahlil natijasi	Baholash ko'rsatkichlari va mezon	
			Ko'rsatkichi	Mezoni
1.Savollarga javob berish.	Mavzu bo'yicha bilimlarni jonlantirish uchun berilgan savollarga javob berish.		Aniq va lo'nda	25%
2.Masalani kompyuter dasturida yechish.	Imkoniyatlardan foydlangan holda amalga oshirish.		To'g'ri va aniq	25%
3.Natijalar tahlili.	Olingan natijalarni tahlil qilish, shu asosda xulosalar va tavsiyalar berish.		Aniqlik, qarorni asoslanganligi	25%
4.Mustaqil bajara olish.	Topshiriqlarni mustaqil bajarish.		O'ziga berilgan topshiriqni mustaqil bajarishi	25%

3-ilova

Xizmat ko'rsatish bozorining xususiyati, xizmat ko'rsatish xususiyati va iste'molchilar tomonidan uning qabul qilinish xususiyati – sohada marketing xususiyatini anglatadi. Xizmat ko'rsatish marketingining asosiy vazifasi – mijozlarga korxonada va uning xizmatini baholashga taqil bajarishi

3-mavzu **TURISTIK BIZNESDA MARKETING MUHITI TAHLILI**

(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)

Ma'ruza va amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqti: 2 soat	bajarishga
Mashg'ulot shakli	Individual topshiriqlarni asoslangan amaliy mashg'ulot	
Ma'ruza rejasi	1. Mikromuhit. 2. Makromuhit. 3. Marketing muhitini o'rganish zarurati. 4. Tashqi muhitdagi imkoniyatlar matrisasi. 5. Tashqi muhitdagi xavflar matrisasi.	
O'quv mashg'ulotining maqsadi. turistik biznesda marketing muhitining tahlili bo'yicha dastlabki bilim, ko'nikmalarni shakllantirish.		
Pedagogik vazifalar		
- mikromuhit va makromuhit haqida tushuntiradi;	- mikromuhit va makromuhit haqida tushuntira oladilar;	
- marketing muhitini o'rganish zarurati tushuntiradi;	- marketing muhitini o'rganish zarurati aytib bera oladilar;	
- tashqi muhitdagi imkoniyatlar va xavflar matrisasini ko'rsatib beradi.	- tashqi muhitdagi imkoniyatlar va xavflar matrisasi haqidagi tushunchalarni tushuntirib bera oladilar.	
O'qitish usullari texnikasi	ma'ruza, tushuntirish, instruksiya berish, namoyish, "Blis-so'rov", "Parado-kslar" usuli	
O'qitish vositalari	ma'ruza matni, kompyuter slaydlari, doska	
O'qitish shakllari	Frontal, kollektiv ish	
O'qitish sharoiti	kompyuter, multimedia proektor (yoki proektor va LCD panel)	
Monitoring va baholash	Kuzatish, og'zaki nazorat, yozma nazorat, savol-javobli so'rov, o'quv topshiriq.	

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Ish bosqichlari	O'qituvchi	Talaba
1-bosqich. Mavzuga kirish	1.1. O'quv mashg'uloti 1-2-savollar chuqurroq tahlil qilinadi va o'quv faoliyati natijalarini aytadi.	Mavzu nomini, savollarni yozib oladilar.

(10 min.)	1.2. Talabalar mashg'ulotdagi faoliyatini baholash ko'rsatkichlari va mezonlari bilan tanishtiradi. 1.3. Savollar berib suhbat tarzida talabalar bilimlarini jonlantiriladi (1-ilova).	Yozib oladilar.
2-bosqich. Asosiy bo'lim. (60 min.)	2.1. Marketing muhitini o'rganish yuzasidan guruhda ishlashni tashkil etadi (2-ilova). 2.2. Taqdimotni e'lon qiladi. Bajarilgan topshiriqni natijalarini tahlil qilib tushuntiradi.	Topshiriqlar bilan tanishadilar. 2 ta mini guruhga ajraladilar. Topshiriqni bajaradi. Taqdimotni amalga oshiradi.
3-bosqich. Yakunlovchi (10 min.)	3.1. Mavzu bo'yicha yakunlovchi xulosalar qiladi. 3.3. Mavzu maqsadiga erishishdagi talabalar faoliyati tahlil qilinadi va baholanadi. 3.3. Mavzu bo'yicha bilimlarini chuqurlashtirish uchun adabiyotlar beradi (3-ilova).	Savollar beradilar. Yozib oladilar.

1-ilova

Muhokama uchun savollar:

1. Turistik korxonaning muhitini o'rganish nimaga zarur?
2. Tashqi muhit turizm marketingida qanday o'rinni egallaydi?
3. Marketing muhitini o'rganish dasturi qanday tuziladi?
4. SWOT tahlili matrisasining tahlili qanday amalga oshiriladi?

2-ilova

O'quv topshirig'i

"Toshkent-Samarqand-Buxoro-Xiva-Toshkent" yo'nalishi bo'yicha 3 kunga turistik guruh sayohatga chiqdi. Sayohat avtobusda amalga oshirildi.
Har bir turist uchun jami avtobus narxi 22500 so'mni tashkil etadi. Turistik guruhda jami turistlar soni 50 kishini tashkil qiladi. Bitta turistning ovqatlanish narxi 12000 so'mga teng. Endi har bir turist uchun ketgan jami xarajatni hisoblang.

3-ilova

Mustaqil ishlash uchun adabiyotlar ro'yxati:

1. Komilova F.K. Turizm marketingi. O'quv qo'llanma, T., "O'z-inkomsent", 2003.
2. Ro'ziyev S.S. Turizm marketingi. T., "Avtonashr" bosmaxonasi, 2006.
3. Mamatqulov X. Turizm va servisga oid izohli lug'at. Samarqand, SamISI, 2010.
4. www.world-tourism.org, www.unwto.org – Butunjahon turistik tashkiloti
5. www.uzbekturizm.uz – "O'zbekturizm" Milliy kompaniyasi

4-mavzu		TURIZM VA MEHMONDORCHILIK BOZORI TUZILMASI	
(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)		Ma'ruzani olib borish texnologiyasi	
Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat		
O'quv mashg'ulotining shakli	Informasion bahs-munozara ma'ruzasi		
Ma'ruza rejasi	1. Turistik talab omillari. 2. Afzalliklarning turistik talabga ta'siri. 3. Turizm va mehmondorchilikda taklif omillari. 4. Turizm resurslar taklifi. 5. Turizm kapital taklifi.		
O'quv mashg'ulotining maqsadi: turizm va mehmondorchilik bozori tuzilmasi bo'yicha bilim, ko'nikmalarni shakllantirish.			
Pedagogik vazifalar:		O'quv faoliyati natijalari:	
– turistik talab omillari bilan ta'nishtirish;	– turistik talab omillarini aytib bera oladilar;	– turistik talab omillarini aytib bera oladilar;	
– afzalliklarning turistik talabga ta'siri haqida ma'lumot beriladi;	– afzalliklarning turistik talabga ta'siri haqida ma'lumot beriladi;	– afzalliklarning turistik talabga ta'sirini tasnifini tushuntira oladilar;	
– turizm va mehmondorchilikda taklif omillari haqida tushuntiriladi;	– turizm va mehmondorchilikda taklif omillarini aytib bera oladilar;	– turizm va mehmondorchilikda taklif omillarini aytib bera oladilar;	
– turizm resurslar va kapital taklifi haqida ma'lumot beriladi;	– turizm resurslar va kapital taklifi haqida ma'lumot beriladi;	– turizm resurslar va kapital taklifi haqida aytib bera oladilar.	

di.	
O'qitish usullari va texnikasi	Ma'ruza, "Aqliy hujum", "Baliq skeleti" va "Kas-kad" texnikalari, "Blis-so'rash" uslubi
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, tarqatma manba, kompyuter texnologiyasi, slaydlar
O'qitish shakli	Jamoa, juft-juft bo'lib ishlash
O'qitish shart-sharoitlari	Texnik vositalar bilan ta'minlangan, o'qitish usullarini ko'llash mumkin bo'lgan o'quv xona
Monitoring va baholash	Kuzatish, og'zaki nazorat, yozma nazorat, savol-javobli so'rov, o'quv topshiriq

Ma'ruzaning texnologik kartasi

Ish jarayonlari vaqti	Faoliyat mazmuni	
	O'qituvchi	Talaba
1-bosqich. Kirish (10 daqiqqa).	1.1. Ma'ruzaning mavzusini e'lon qiladi, o'quv mashg'ulotining maqsadi va natijalarini tushuntiradi. 1.2. Mavzu bo'yicha ma'ruza mashg'ulotining yo'naltiruvchi slaydlarini namoyish etadi, ma'ruza rejasiga izoh beradi (1-ilova).	Tinglaydi, mavzu nomini yozib oladi. Yozadilar, o'z fikrlarini erkin bayon etadilar.
2-bosqich. Asosiy jarayon (60 daqiqqa)	2.1. O'quv mashg'ulotining birinchi savoli bo'yicha ma'ruza qiladi. Ma'ruza bo'yicha "Aqliy hujum" usulidan foydalanish holda talabalarga quyidagi savol-ni beradi: "Turistik talab omillariga nisbatan kiradi?" Javoblarni tinglaydi, to'g'irlaydi, to'ldiradi, xulosa qiladi. 2.2. Talabalarni erkin bahs-munozaraga tortish maqsadida "Baliq skeleti" texnikasidan foydalanilgan holda, "Turistik talabni motivlashtiruvchilar" deb yozilgan A-4 qog'ozlarni tarqatadi (2-ilova). Talabalar fikrlari umumlashtiriladi va xulosalanadi. 2.3. Tayanch iboralarni tahlil qiladi (3-ilova).	Yozadi, savolga javob beradi. Juft-juft bo'lib ishlaydi. Erkin fikrini bayon etadi. Har bir tayanch tushuncha va iboralarni muhokama qiladilar.

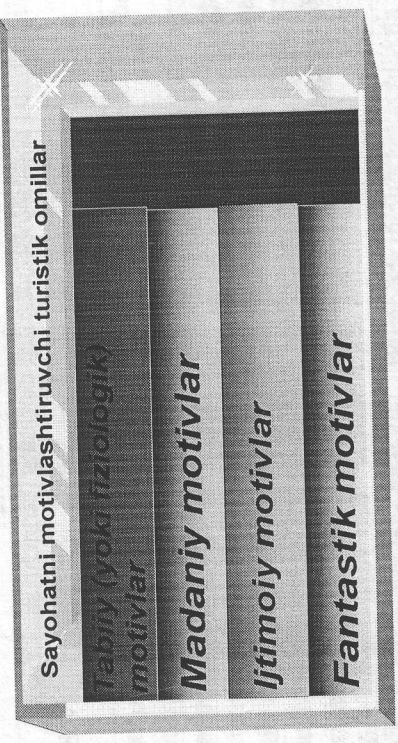
3-bosqich. Yakuniy bosqich (10 daqiqqa).	3.1. Mavzu bo'yicha umumiy xulosa qilinadi. 3.2. Talabalarning faolligi rag'batlantiriladi. 3.3. O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar beradi (4-ilova). 3.4. Adabiyotlarni o'rganishni tavsiya qilinadi.	Tinglaydi. O'zini qiziqtirgan savollar beradi. Topshiriqni yozadi.
--	---	--

1-ilova

Ma'ruzaning mazmuni bo'yicha ko'rgazmali slaydlar
1-slayd

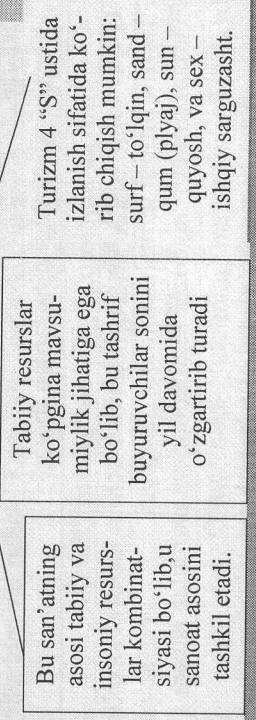
4- ma'ruza: Turizm va mehmondorchilik bozori tuzilmasi
1. Turistik talab omillari.
2. Afzalliklarning turistik talabga ta'siri.
3. Turizm va mehmondorchilikda taklif omillari.

2-slayd



3-slayd

Turizmning resurs asosi haqida aytib o'tish lozim bo'lgan uch jihati



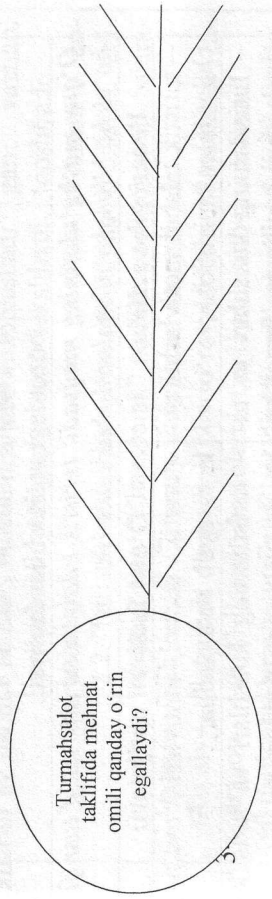
Bu san'atning asosi tabiiy va insoniy resurslar kombinatsiyasi bo'lib, u sanoat asosini tashkil etadi.

Tabiiy resurslar ko'pgina mavsumiylik jihatiga ega bo'lib, bu tashrif buyuruvchilar sonini yil davomida o'zgartirib turadi

Turizm 4 "S" ustida izlanish sifatida ko'rib chiqish mumkin: surf - to'lqin, sand - qum (plyaj), sun - quyosh, va sex - ishqiy sarguzasht.

2-ilova

O'quv topshirig'i. "Baliq skeleti" texnikasi asosida "Turmahsulot taklifida mehnat omili qanday o'rin egallaydi?" savoliga javob beriladi. Ushbu texnologiya katta muammolarning yechimini topishga qaratilgan. Yuqori qismida muammolar turi yozilsa, pastki qismida esa muammolarni tasdiqlovchi dalillar yoziladi.



TAYANCH IBORALAR
Turistik talab omillari, turistik talabni motivlashtiruvchilar, turistik afzalliklar turistlarni kutishlari, turistik imij, turistik taklif omillari, turistik resurslar, turizm kapital taklifi, turistik kechinmalar taklifi, turmahsulot.

4-ilova

O'quv topshiriq: "Blis-so'rov" savollari savol-javob vaqtida to'ldiriladi.

No	Savollar	Javoblar
1	Turizmda resurslar taklifi qanday kechadi?	
2	Turizmda kapital taklifi deganda nimani tushunasiz?	
3	Kechinmalar taklifi nimalardan iborat?	

5-ilova

O'quv topshirig'i. Mustaqil ishlash uchun nazorat savollar:

1. Turizm firmasi turmahsulotining darajalari.
2. Turizm firmasining bozor segmentlari va ular bilan ishlash.

Amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat.
O'quv mashg'ulotining shakli	Informasion bahs-munozarali amaliy mashg'ulot
Ma'ruza rejasi	1. Turistik talabni motivlashtiruvchilar. 2. Turistlarning kutishlari va turistik imij. 3. Kechinmalar taklifi. 4. Turistik mahsulot, turizm sanoati va turistik bozordagi vositachilar faoliyati.
O'quv mashg'ulotining maqsadi: turistik talab va turistik taklif tasnifi bo'yicha bilim, ko'nikmalarni shakllantirish.	
Pedagogik vazifalar:	
– turistik talabni motivlashtiruvchilar bilan tanishtirish;	– turistik talabni motivlashtiruvchilarni aytib bera oladilar;
– turistlarning kutishlari va turistik imij haqida ma'lumot beriladi;	– turistlarning kutishlari va turistik imijini tushuntira oladilar;
– kechinmalar taklifi tushuntiriladi;	– kechinmalar taklifini aytib bera oladilar;
– turistik mahsulot, turizm sanoati va turistik bozordagi vositachilar faoliyati bo'yicha ma'lumot berish.	– turistik mahsulot, turizm sanoati va turistik bozordagi vositachilar faoliyati bo'yicha ma'lumot bera oladilar.
O'qitish usullari va	Ma'ruza, "Aqliy hujum.", "Baliq skeleti" va

texnikasi	"Kaskad" texnikalari, "Blis-so'rash" uslubi
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, tarqatma manba, komputer texnologiyasi, slaydlar
O'qitish shakli	Jamoa, juft-juft bo'lib ishlash
O'qitish shart-sharoitlari	Texnik vositalar bilan ta'minlangan, o'qitish usullarini qo'llash mumkin bo'lgan o'quv xona
Monitoring va baholash	Kuzatish, og'zaki nazorat, yozma nazorat, savol-javobli so'rov, o'quv topshiriq

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Faoliyatning mazmuni		
Ish jarayonlari vaqti	O'qituvchi	Talaba
1-bosqich. Kirish (10 daqiqa).	1.1. O'quv mashg'ulotining mavzusini, rejasini, maqsadini, o'tkazish tartibini e'lon qiladi. 1.2. Guruhda ishlash bo'yicha baholash mezonlari va ishlash qoidalari bilan ta'nishtiradi (1-ilova).	Tinglaydi. Kichik guruhlarga bo'linadi.
2-bosqich. Asosiy jarayon (60 daqiqa).	2.1. Talabalarga uyga vazifa qilib berilgan "Nega yaxshi mish-mishlarni eng a'lo turistik reklama deb hisoblashadi" mavzusida yozilgan esseni tekshiradi, baholaydi. 2.2. Turistik reklamalarni tasniflashning ahamiyatini "Charxpalak" usulida yoritib beradi (2-ilova). Javoblarni mustahkamlash maqsadida blis-so'rov o'tkazadi (3-ilova). Javoblarni tinglaydi, xatolarni to'g'rilaydi, to'ldiradi, xulosalaydi. Faol guruh rag'batlantiriladi. 2.3. "Turistik bozordagi vositachilar faoliyati"ni "3x3 loyihasi" orqali tashkil etadi (4-ilova). O'qituvchi talabalarga murojaat qiladi va eng to'g'ri javoblar hamda fikrlarni qayd qiladi. Faol guruh rag'batlantiriladi.	Uyga ma'ruza darsida berilgan vazifani topshiradi. Vatman qo'zg'ozlarda vazifalarni bajaraadi. Savollarga javob beradi. Savollarga javob beradi.

3-bosqich. Yakuniy bosqich (10 daqiqqa).	3.1. Mavzuda qo'yilgan savollar va ularning yoritilganiga o'qituvchi yakun yasaydi (xulosa qiladi) aytilmagan tomonlari ustida ishlash lozimligini aytadi. 3.2. Guruhlarga o'zaro baholash natijalarini e'lon qiladi. 3.3. O'zi-o'zini nazorat qilish uchun savollar beradi (5-ilova).	Mustaqil ishlash uchun topshiriqni yozib oladi.
---	--	---

1-ilova

Guruh bo'yicha baholash mezonlari

Har bir guruh boshqa guruhlarni baholaydi.
Har bir topshiriq bo'yicha - 3,5 ball.

Guruh	Tushunarli va aniq javob (1,5)	Ko'rgazmalilik (1,0)	Reglamentga amal qilish (0,5)	Guruh faolligi (0,5)	Jami ball
1					
2					
3					
4					

Hisob natijasi

Guruhlar	Umumiy ball	Umumiy ball	Umumiy ball	Umumiy ball	Umumiy ball
1					
2					
3					
4					
Umumiy hisob bal-lari					
Baho					

Baho: ●2,4 - 3,5 ball - "a'lo" baho;
●1,3 - 2,3 ball - "yaxshi" baho;
●0 - 1,2 ball - "o'rta" baho.

2-ilova

Kichik guruhlarda ishlash qoidasi

1. Talabalar ishini bajarish uchun zarur bilim va masalalarga ega bo'lmog'i lozim.
2. Guruhlarga aniq topshiriqlar berilmog'i lozim.
3. Kichik guruh oldiga qo'yilgan topshiriqni bajarish uchun yetarli vaqt ajratiladi.
4. Guruhlardagi fikrlar chegaralanmaganligi va tazyiqqa uchramasligi haqida ogohlantirishi zarur.

O'quv topshirig'i. Turistik reklamalarni tasniflashning ahamiyatini "Charxpalak" texnikasidan foydalanib yoritib bering.

3-ilova

"Charxpalak" uslubii qoidasi

3-4 guruhda talabalar ish olib boradi. Har bir guruhga tugallanmagan fikrlardan iborat savollar yozilgan vatman qog'ozi va to'rt xil flama-master yoki marker beriladi. Savollar aylanib har bir guruhdan o'tadi, javoblar to'ldiriladi va savol o'z guruhiga kelgach o'yin to'xtatiladi. So'ng, javoblar yig'ib olingach, doskaga yopishtiriladi va muhokama qilinadi. Har bir guruhdan vakil chiqib, yozlarining javoblarini o'qib beradi. Eng asosli javob bergan guruh g'olib hisoblanadi.

O'quv topshirig'i. O'qituvchi "Blis-so'rov" savollarini beradi, jadval so'rov vaqtida to'ldiradi.

№

Savollar

Javoblar

1. Ishlab chiqarish va iste'mol uzluksizligining muqarrar natijasi nima hisoblanadi?

2. Talab va taklifni tenglashtirish bo'yicha xizmat ko'rsatishning saqlanmasligi uchun qanday maxsus choralar ko'riladi?

4-ilova

“3x3 loyihasi” qoidasi

1. Uchta guruh uchta fikr.
2. Guruhlarga uch xil savol yozilgan vatman qog'ozlari tarqatiladi.
3. Har bir guruh o'z vatmaniga uchtdan javob yozadi.
4. Javoblar qoladi guruhlar joy almashadi (3 dan 1 ga; 1 dan 2 ga; 2 dan 3 ga).
5. Har stolalashganda uchtdan javob yoziladi.
6. Oxirida jami 9 ta javob to'planadi.
7. Mustaqil ravishda har bir guruh umumiy ta'rifni keltiradi va javoblarni taqdimot qiladi.

O'quv topshirig'i. Qatnashuvchilar tarkibiga qarab talab va taklif qonun qoidalari va tartiblarini talabalar 3 ta alohida guruhga bo'lingan holda bajaradilar.

5-ilova

O'z-o'zini nazorat qilish savollari:

1. Turizm marketingida strategiya va taktika.
2. Turizm marketingida import va eksport.

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Ish jarayonlari vaqti	Faoliyatning mazmuni	
	O'qituvchi	Talaba
I bosqich. Mavzuga kirish (10 minut).	1.1.O'quv mashg'uloti mavzusi, maqsad va vazifalarini aytadi.	Tinglaydilar.
	1.2.Ta'lim jarayoni interfaol usullar orqali amalga oshirishini e'lon qiladi. Talabalarni doira yoki to'rtburchak shaklida stollar atrofida ikki guruhga bo'ladi.	Ixtiyoriy ravishda ikki guruhga bo'linadi.
II bosqich. Asosiy (60 minut).	2.1.“Konvert” texnikasidan foydalanilgan holda, har bir guruh navbat bilan konvertga solingan topshiriqlarni oladi (1-ilova).	Topshiriqni ko'rib chiqib, savollarga javob beradi.

2.2. Topshiriqlarga tayyorgarlik ko'rish uchun 3 minut, javob berish uchun esa 7 minut beradi.	Reglamentga rioya qiladi.
2.3. Guruhlarga topshiriqlarni bajarish uchun yordam beradi, ularni baholash mezonlari bilan tanishtiradi (3-ilova), bahs-munozarani boshqarib boradi. Zarur hollarda aralashadi va kerakli tomonga yo'naltiradi.	Faol qatnashadilar.
2.4. Guruhlarning javoblarini tinglab, ularni baholaydi.	O'z fikrlarini e'tkin bildiradilar.
2.5. Guruhlarga “Qanday?” texnikasidan foydalanilgan holda, “turizm va mehmondorchilik bozori tuzilmasi”ning bog'liqliklarini yoritib berishni taklif etadi (2-ilova).	Mustaqil diagrammani har bir guruh to'ldiradi.
2.6. Topshiriqlarni vatman qog'ozlarga tushirib, taqdimotini o'tkazishga yordam beradi. Yagona xulosa chiqarishga ko'mak beradi va nihoyasida umumlashtiradi.	Taqdimot o'tkazadi. G'olib guruhlarni aniqlab, baholaydi.
III bosqich. Yakuniy (10 minut).	Eshitadi. Aniqlaydi.
3.1. Ish yakunlarini chiqaradi. Faol talabalarni baholash mezonini orqali rag'batlantiradi.	O'UMga qaraydilar.
3.2. Uyga bajarish uchun topshiriqlar beradi: “Mehmondorchilik ishlarini tashkil etish” mavzusida esse yozib keling.	

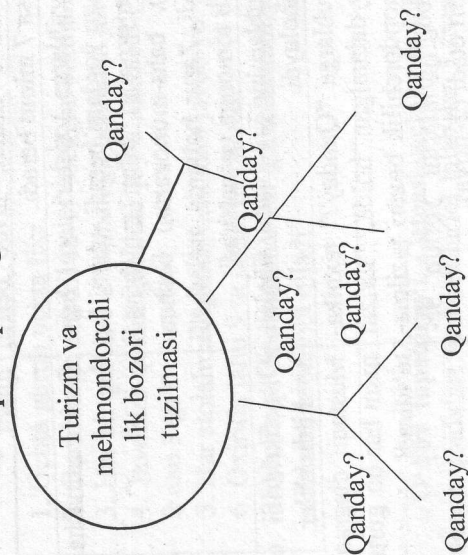
1-ilova

1-o'quv topshirig'i. “Konvert” texnikasi uchun savollar (Har bir savol konvertlarga alohida solinadi).

1. Mehmondorchilik etikasini aytib bering.
2. Mehmondorchilikning tashkiliy tuzilishi qanday?
3. Mehmondorchilikda atrof-muhitning ahamiyati.

2-ilova

2-o'quv topshirig'i. "Qanday" organayzerini to'ldiring.



3-ilova

Guruhlarning bilim va ko'nikmalarini baholash mezonlari

Topshiriqlar, baholash ko'rsatkichlari va mezonlari	I guruh	II guruh
1-topshiriq (1,5 ball):		
– savol yoritib berildi (0,5 ball);		
– reglamentga e'tibor qaratildi (0,5 ball);		
– guruh faol qatnashdi (0,5 ball).		
2-topshiriq (1,5 ball):		
– muammo aniq yechimini topdi (0,5 ball);		
– mantiqan to'g'ri xulosa chiqarildi (0,5 ball);		
– misollar bilan umumlashtirildi (0,5 ball).		
Jami: (3 ball)		

0,5 ball – "a'lo" 2,5 – 3 ball – "a'lo"
 0,4 ball – "yaxshi" 1,9 – 2,4 ball – "yaxshi"
 0,3 ball – "qoniqarli" 2,3 – 1,8 ball – "qoniqarli".

5-mavzu	TURISTIK BOZORNI SEGMENTLASH	
(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)		
Ma'ruzani olib borish texnologiyasi		
Talabalar soni:	Vaqti: 2 soat	
Mashg'ulot shakli	Informasion – tematik ma'ruza	
Ma'ruza rejasi	1. Turistik bozorni segmentlash asoslari. 2. Segmentlashning asosiy maqsadi. 3. Segmentlash belgilari. 4. Interaktiv modeldagi turist turlari. 5. Kohen va Smit modellari. 6. Kognitiv-normativ modeldagi turist turlari. 4. Plog va Kohen modellari.	
Mashg'ulotning maqsadi: turistik bozorni segmentlash xususida <i>tu-shuncha hosil qilish.</i>		
Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari:	
– turistik bozorni segmentlash asoslari bilan tanishtirish;	– turistik bozorni segmentlash asoslari aytib bera oladilar;	
– segmentlashning asosiy maqsadi haqida ma'lumot beriladi;	– segmentlashning asosiy maqsadini aytib bera oladilar;	
– segmentlash belgilari haqida ma'lumot beriladi;	– segmentlash belgilarini tushuntira oladilar;	
– interaktiv modeldagi turist turlari haqida ma'lumot beriladi;	– interaktiv modeldagi turist turlarini aytib bera oladilar;	
– Kohen va Smit modellari tushuntiriladi;	– Kohen va Smit modellari tasniflab bera oladilar;	
– kognitiv-normativ modeldagi turist turlari haqida ma'lumot beriladi.	– kognitiv-normativ modeldagi turist turlarini sanab bera oladilar.	
O'qitish usullari va texnikasi	Ma'ruza, hamkorlikda o'qish, "In-sert", BBB texnikasi	
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, tarqatma materiallar, slaydlar, proektor	
O'qitish shakllari	Jamoat, to'g'ridan to'g'ri va juft-juft bo'lib ishlash	
O'qitish shart-sharoiti	Texnik vositalar bilan ta'minlangan	

Monitoring va baholash	auditoriya Og'zaki nazorat, savol-javob, o'z-o'zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash
------------------------	--

Ma'ruzaning texnologik kartasi		
Faoliyatning mazmuni		
Ish jarayonlari vaqti	O'qituvchi	Talaba
I bosqich. Kursga va mavzuga kirish (10 minut). II bosqich. Asosiy (60 minut).	1.1. Mashg'ulotning mavzusini e'lon qiladi, o'quv mashg'ulotining maqsad va vazifalarini tushuntiradi. 1.2. Har bir talabaga mavzu bo'yicha tarqatma materiallarni tarqatadi (1-ilova). 2.1. Ekkranga bbb jadvali va u bilan ishlash qoidalari chiqariladi. BBB jadvalini daftarlarga ko'chirib olishni talab qiladi. Ma'ruza rejasiga asoslangan holda ikkinchi ustunni to'ldirishni vazifa qilib beradi (2-ilova). 2.2. "Insert" texnikasidan foydalanilgan holda, ma'ruzada belgilangan belgilar asosida talabalarga quyidagi savollarga javob berishni taklif qiladi: 1) nimani ular bilishadi? (ya'ni mus-taqil gapirib bera olishadi) 2) nima tushunarsiz bo'lib qoldi va o'zlashtirilmadi? 3) qanday qo'shimcha ma'lumot talab qilinadi? Yuqoridagilardan kelib chiqib, uchin-chi va to'rtinchi ustunni to'ldirish taklif etiladi, tayanch so'zlarning tartib raqam-lari qo'yib chiqiladi (2-ilova). 2.3. Javoblar tinglanadi va juft-juft bo'lib ishlashni taklif qiladi.	O'Umga qaraydilar. Tanishadilar. BBB jadvalini chizib oladi. Ma'ruza rejasiga asosan ikkinchi ustunni to'ldiradi. Uchinchi va to'rtinchi ustun to'ldiriladi.

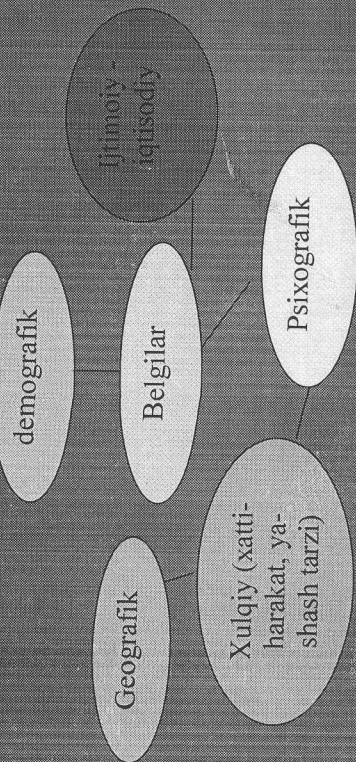
III bosqich. Yakunlovchi (10 min.)	2.4. Talabalar javoblarini umumlashtirib, juft-juft bo'lib ishlash uchun topshiriqlar beradi: 1) BBB jadvalining to'rtta ustunidagi javoblarni tahlil qiling; 2) o'zlashtirilmagan savollarni umumlashtiring; 3) birgalikda manbalardan javoblar izlab toping; 4) javob berishga tayyorgarlik ko'ring; 3.1. Ma'ruzaning har bir savoliga umumiy yakuniy xulosa beradi. 3.2. Talabalar faolligi baholash mezonlari orqali baholanadi. 3.3. Uyga vazifa beradi: "Segmentlash nima asosida amalga oshiriladi?" mavzusida esse yozib keling.	Topshiriqni bajaradi. Javob beradi.
--	---	--

Demak, segmentlash

Bir tamondan, turistik korxonaning marketing faoliyati yo'naltiriladigan bozor qismlarini topish va obyektlarini aniqlash usullarini aks ettiradi.

Ikkinchi tomondan, bozor bilan bog'liq bo'lgan qarorlar qabul qilish jarayoniga boshqaruvchilik yondashuvi hamda marketing usullarining optimal birikmasini tanlash asosidir.

Turizm segmentlashning asosiy belgilari:



2-ilova

"Insert" texnikasining qoidasi:

1. Matnni o'qib chiqing.
2. Olingan ma'lumotlarni diqqat bilan o'rganib, sohalarga ajrating. Qalam bilan har bir qatorga quyidagi belgilarni qo'yib chiqing:
 / – bilaman;
 + – yangi ma'lumot;
 - – bilganlarimga zid;
 ? – meni o'ylantirmoqda.

BBB texnikasining qoidasi

1. "Insert" texnikasidan foydalanilgan holda matnni o'qib chiqing.
2. Olingan ma'lumotlarni individual sohalarga ajrating. Qalam bilan qo'yilgan belgilar asosida BBB jadvalini to'ldiring.

I-o'quv topshiriq. BBB jadvali

No	Mavzu savollari	Bilaman	Bilishni istayman	Bilib oldim

1	Segment degani nima?		
2	Segmentlash nima asosida amalga oshiriladi?		
3	Segmentlashni kim amalga oshiradi?		
4	O'zbekiston turizm bozorini qanday segmentlarga ajratish mumkin?		

Amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat
Mashg'ulot shakli	Bilimlarni chuqurlashtirish va mustah-kamlashga qaratilgan amaliy mashg'ulot.
Ma'ruza rejası	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turistik bozorni bir necha belgilar bo'yicha segmentlash. 2. Turistlarni turmahsulot iste'molchilari sifatida; talablari asosida; dam olish tarziga qarab tasniflash. 3. "Evrostil" segmentlash tajribasi. 4. Turizmda maqsadli bozor va uni tanlash ketma-ketligi. 5. "Ninachi" va "Chumoli" usullari. 6. Tayanch bozorlar. 7. Iste'molchi ongidan o'rin olish.

Mashg'ulotning maqsadi: turistik bozorni segmentlash bo'yicha dastlabki bilim, ko'nikmalarni shakllantirish.

Pedagogik vazifalar:

O'quv faoliyati natijalari:

-yangi mavzuning maqsadi va vazifalari bilan tanishtirish;	-yangi mavzuning maqsadi va vazifalarini aytib bera oladilar;
- yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatini baholash mezonlari ham-da tavsifiya qilinadigan adabiyotlar ro'yxati haqida ma'lumot beriladi;	- yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari va baholash shakllarini aytib bera oladilar;
- turistik bozorni bir necha belgilar bo'yicha segmentlash haqida ma'lumot beriladi;	- turistik bozorni bir necha belgilar bo'yicha segmentlashni tushuntira oladilar;
- "Evrostil" segmentlash tajribasi haqida ma'lumot beriladi;	- "Evrostil" segmentlash tajribasini aytib bera oladilar;

– turizmda maqsadli bozor va uni tanlash ketma-ketligi tushuntiriladi;	– turizmda maqsadli bozor va uni tanlash ketma-ketligini aytib bera oladilar;
– “Ninachi” va “Chumoli” usullari haqida ma’lumot beriladi;	– “Ninachi” va “Chumoli” usullarini sanab bera oladilar;
– iste’molchi ongandan o’rin olish tushuntiriladi.	– iste’molchi ongandan o’rin olishni aytib bera oladilar.
O’qitish usullari va texnikasi	Topshiriqlar – amaliy ishlash uchun, bahs-munozara, “Konvert” va “Qanday” texnikasi.
O’qitish vositalari:	Ma’ruza matni, manbaalar, adabiyotlar, doska, bo’r
O’qitish shakllari	Jamoa va guruhlarda ishlash
O’qitish shart-sharoiti	Texnik vositalar bilan ta’minlangan auditoriya
Monitoring va baholash	Og’zaki nazorat, savol-javob, o’z-o’zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash

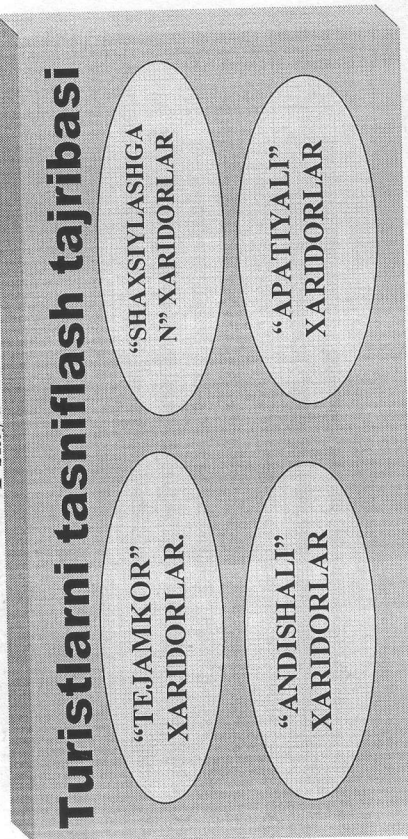
Amaliy mashg’ulotning texnologik kartasi

Ish jarayonlari vaqti	Faoliyatning mazmuni		Talaba
	O’qituvchi	Talaba	
I bosqich. Kirish (10 daqiqa).	1.1. O’quv mashg’ulotining mavzusini, maqsadini, o’tkazish tartibini e’lon qiladi. 1.2. Mavzu bo’yicha talabalar bilimlarini fashlirish maqsadida blis-so’rov o’tkazadi: 1) fanning boshqa fanlar bilan aloqasi; 2) turmahsulot iste’molchilari tasnifidagi “tejamkor” xaridorlar hamma vaqt ham arzon turlarni xarid etishga intiladilarmi? 3) turmahsulotga bo’lgan talablari tasnifidagi “xaridorlik xulqiga ega bo’lgan” kishilarga ta’rif bering. Javoblarni aniqlashtiradi, xatolarni to’g’rilaydi, xulosalaydi. 1.3. Mavzu bo’yicha tayanch iboralar va amaliy mashg’ulot rejasiga izoh beriladi (1-ilo-	Tinglaydi. Savollarga javob beradi.	

2-bosqich. Asosiy jarayon (60 daqiqa).	1.4. Mashg’ulotni o’tkazish shakli va baholash mezonlarini e’lon qiladi. 2.1. Sharqda sayohat “loyiha” texnologiyasi asosida organayzerlarda ishlab chiqishni tashkil etadi. O’qituvchi talabalarga murojaat qiladi va eng to’g’ri javoblar hamda fikrlarni qayd qiladi. 2.2. Talabalarni guruhlariga bo’lish orqali Sharq va G’arb turizm madaniyati farqlariga izoh beradilar (2-ilo). O’qituvchi talabalarga murojaat qiladi va eng to’g’ri javoblar hamda fikrlarni qayd qiladi.	Organayzerlarni to’ldiradi. O’zaro fikr almashish orqali yechishadi.
3-bosqich. Yakuniy bosqich (10 daqiqa).	3.1. Mavzuda qo’yilgan savollar va ularning yoritilganiga o’qituvchi yakun yasaydi (xulosas qiladi), aytilmagan tomonlari ustida ishlash lozimligini aytadi. 3.2. Guruhlarga o’zaro baholash natijalarini e’lon qiladi. 3.3. Tavsiya qilingan adabiyotlarni o’rganadi. 3.4. O’z-o’zini nazorat qilishi uchun savollar beriladi. Kelgusi mavzu e’lon qilinadi va se-minarga tayyorlanib kelishni aytadi (3-ilo).	Tinglaydi, yozadi va mustaqil ishlash uchun topshiriqlar tayyorlanadi. O’UMga qarang.

1-ilo va

Asosiy tushunchalar bo’yicha vizual material 1-slayd



2-slayd

2-ilova

Nazorat savollari

1. Turizm firmasining bozor segmentlari va ular bilan ishlash.
2. Tayanch bozorlar.
3. Tashkil etilgan va tashkil etilmagan sayohatchilarga chuqurroq ta'rif bering.
4. Charter turizmi nima?
5. Plog modelidagi "sentrik" iborasi nimaga nisbatan belgilab olingan?

6-mavzu TURISTIK MAHSULOT ISTE'MOLCHILARINI MARKETINGLI TADQIQ QILISH

(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)

Ma'ruzani olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat
Mashg'ulot shakli	Muammoli ma'ruza
Ma'ruza rejasi	1. Iste'molchi xulq-atvorining asoslari. 2. Iste'molchi ehtiyojining yo'nalishlari. 3. Iste'molchining qoniqish jarayoni. 4. Turistik korxonalarda iste'molchilar uchun axborot manbalari.
Mashg'ulotning maqsadi:	<i>turistik mahsulot iste'molchilarini marketingli tadqiq qilish bo'yicha bilim, ko'nikmalarni shakllantirish.</i>
Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari:
– yangi mavzuning maqsadi va vazifalari bilan tanishtirish;	– yangi mavzuning maqsadi va vazifalari aytib bera oladilar;
– yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatini baholash metodlari hamda tavsiya qilinadigan adabiyotlar ro'yxati haqida ma'lumot beriladi;	– yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari va baholash shakllarini aytib bera oladilar;
– iste'molchi xulq-atvorining asoslari haqida ma'lumot beriladi;	– iste'molchi xulq-atvorining asoslarini aytib bera oladilar;

– iste'molchi ehtiyojining yo'nalishlari o'rganiladi;	– iste'molchi ehtiyojining yo'nalishlarini biladilar;
– iste'molchining qoniqish jarayoni haqida tushuncha beriladi;	– iste'molchining qoniqish jarayonini tushunib eta oladilar;
– turistik korxonalarda iste'molchilar uchun axborot manbalari haqida tushuncha beriladi.	– turistik korxonalarda iste'molchilar uchun axborot manbalari haqida bilib oladilar.
O'qitish usullari va texnikasi va texnika	Muammoli uslub, bahs-munozara, suhbat, "O'yla, juft bo'lib ishla, fikr almash", bliz-so'rov, FSMU, T sxema texnikalari
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, lazerli proektor, tarqatma materiallar
O'qitish shakllari	Jamoa, frontal va juft-juft bo'lib ishlash
O'qitish shart-sharoiti	Texnik vositalar bilan ta'minlangan auditoriya
Monitoring va baholash	Og'zaki nazorat, savol-javob, o'z-o'zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash.

Ma'ruzaning texnologik kartasi

Ish jarayonlari vaqti	Faoliyatning mazmuni	
	O'qituvchi	Talaba
I bosqich. Mavzuga kirish (10 minut).	1.1. Ma'ruzaning mavzusini e'lon qiladi, o'quv mashg'ulotining maqsadi, vazifalari va muammoli ma'ruza shaklida o'tilishini ta'kidlab o'tadi. 1.2. Muammoni keltirib chiqaradi, yakuniy xulosa – muammo yechimining aniq natijasini. Muammo ichidan muammolarni keltirib chiqaradi, uning yechimi esa hamma muammolarni hal qiladi. Muammo ichidagi muammolarni xulosalaydi, muammoli savollar bilan uning yechimiga vosita bo'la oladi. Talabalar uchun savollar va topshiriqlar tuzadi. Bu savol va topshiriqlar muam-	Tinglaydilar, yozadilar.

1-o'quv topshirig'i

FSMU jadvali. Marketing bo'limi qanday savollarni qo'yish lozim?

F (fikringizni bayon eting).
S (fikringiz bayoniga biror sabab ko'rsating).
M (ko'rsatilgan sababga tushuntiruvchi misol keltiring).
U (fikringizni umumlashtiring).

Mavzu bo'yicha bilimlarni dolzarblashtiruvchi savol:

1. Iste'molchilar tomonidan ko'rsatilgan xizmat darajasi bo'yicha berilgan baholar

Yo'naltiruvchi savollar:

Iste'molchilar dididagi baholarni o'rganish

1-muammo: Iste'molchilar huquqlari qanday?

Vazifa: Turistik ehtiyoj nima?

Amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat
Mashg'ulot shakli	Bilimlarni chuqurlashtirish va mustahkamlashga qaratilgan amaliy mashg'ulot.
Ma'ruza rejası	1. Freyd, Maslou va Shvarsning mavzuga oid tadqiqotlari. 2. Iste'molchilar tomonidan ko'rsatilgan xizmat darajasi bo'yicha berilgan baholar. 3. Iste'molchining xariddan keyingi xatti-harakatlari.

Mashg'ulotning maqsadi: turistik mahsulot iste'molchilari bilan yaqindan tanishtirish.

Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari.
– mavzuni mustaqil o'rganish uchun asos yaratadi;	– amaliy mashg'ulot rejası bilan oldindan tanishib chiqib, tayyorgarlik ko'radi;
– mavzu bo'yicha bilimlarni chuqur o'zlashtirish va mustahkamlashga yordam beradi;	– Freyd, Maslou va Shvarsning mavzuga oid tadqiqotlarini sanab beradi;
– o'quv ma'lumotlar bilan mustaqil ishlashga imkoniyat yaratadi, taqqoslashga, tahlil	– ijodiy guruhlar tashkil etish xususida o'z fikrlarini bayon qiladilar;
	– muammoli vazifalarni yechishda na-

II bosqich. Asosiy (60 minut).	moning yechimiga turtki bo'ladi. 2.1. Talabalar bilimlarini suhbat asosida savollari orqali dolzarblashtirib, jonlantiradi. 2.2. fsmu texnologiyasidan foydalanilgan holda talabalarga: "Iste'molchi xulq-atvorini o'rganishning qandan usullarini bilasiz?" degan muammoli savol bilan murojaaaat qiladi. Fsmu kartochkalarini tarqatadi (1-ilova). Dolzarblashtirilgan savollar orqali talabalar-ni muammo bilan to'qnashtiradi, darsda ko'rib chiqiladigan muammoli shakllantiradi. 2.3. Talabalarni qay darajada jadvalni to'g'ri yoki noto'g'ri to'ldirganliklarini tahlil qiladi, birgalikda muammoli savolni muhokama qiladi, xulosa chiqarishga yordam beradi. 2.4. Marketing sohasidagi eng muhim muammolarni aytib o'tadi. Talabalarga yo'naltiruvchi savollar berish orqali (2-ilova), ushbu muammo ichidagi muammolarni keltirib chiqaradi. Muammoli savollar orqali talabalar-ni bu muammo yechimini topishga undaydi.	Savollarga javob beradi. Muammoli savolni yozib oladilar. O'z erkin fikrini ifoda etadi. Muhokama qiladilar, g'oyalar bilan chiqardilar. Tahlil qiladilar, xulosa chiqaradi.
III bosqich. Yakuniy (10 min.).	3.1. Talabalar bilim va ko'nikmalari baholanadi. 3.2. Kelgusi mashg'ulotga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va foydalaniladigan adabiyotlar tavsiya etiladi. "Marketing bo'limi qanday savollarni qo'yish lozim?" mavzusida esse yozib kelib vazifa tariqasida beriladi.	Savollar beradi. O'Umga qa-raydilar.

qilishga umumlashtirishga ko'rsatilmagan;	zariy bilimlarini qo'llaydi;
– muammoli vazifalarni yechishda shart-sharoit yaratadi;	– muammoni aniqlab, uni hal qilishda yechim topadi.
– mantiqiy xulosa chiqarishga ko'mak beradi.	
O'qitish usullari va texnikasi	Muammoli uslub, "Aqliy hujum", "Bahs-munozara", "Blis-so'rov"
O'qitish vositalari	Ma'ruza-matni, markerlar, qog'ozlar, doska, bo'r
O'qitish shakllari	Jamoa va guruhlarda ishlash
O'qitish shart-sharoiti	Texnik vositalar bilan ta'minlangan auditoriya
Monitoring va baholash	Og'zaki nazorat, savol-javob, o'z-o'zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Ish jarayonlari vaqti	Faoliyatning mazmuni	
	O'qituvchi	Talaba
I (bosqich. Mavzuga kirish (10 minut).)	1.1.O'quv mashg'uloti mavzusi, maqsadi, vazifalari va o'quv faoliyati natijalarini aytadi, dolzarbligi va ahamiyatiga to'xtalib o'tadi. 1.2.Olgan bilimlarini umumlashtirish maqsadida, talabalarni faollashtirish uchun "Reklama budjeti qanday aniqlanadi?" deb savol beradi, "aqliy hujum" o'tkazadi. Fikrlarni umumlashtiradi (1-ilova).	Tinglaydilar, O'umga qaraydilar. Erkin fikr bildiradi.
II (bosqich. Asosiy (60 minut).)	2.1. Talabalarni 3 ta kichik guruhlariga ajratadi, ularni baholash mezonlari bilan ta'nishtiradi. (4-ilova) mavzu bo'yicha tayyorlangan topshiriqlarni tarqatadi (2-ilova). 2.2. Guruhlarga topshiriqlarni bajarish uchun yordam beradi, qo'shimcha ma'lumot beradi.	Guruhlariga ajraladi, topshiriqlar ustida ishlaydilar. Faol qatnashadilar.

motlardan foydalanishga imkon yaratadi.	Jamoa taqdimotni o'tkazadilar, bahs-munozara yuritadilar, baholaydilar, xulosa chiqaradilar.
2.3. Har bir guruh topshiriqlarni vatmandiq o'zlariga tushirib, taqdimotini o'tkazishda yordam beradi, izoh beradi, bilimlarini umumlashtiradi, xulosalarga alohida e'tibor beradi. Topshiriqlarni bajarilishining qay darajada to'g'ri ekanligini diqqat bilan tinglaydi.	Savollarga javob beradi.
2.4. Talabalar bilimlarini chuqurlashtirish maqsadida blis-so'rov o'tkazadi (3-ilova). Dars yakunini umumlashtiradi.	Eshitadi. Aniqlaydi.
3.1.Ish yakunlarini chiqaradi. Bugungi mavzu dolzarb ekanligiga to'xtalib o'tadi. Faol talabalarni baholash mezonlari orqali rag'batlantiradi.	
3.2.uyg'a mustaqil bajarish uchun topshiriq beradi: "korrelyasion analiz" mavzusida esse yozib keling.	o'umga qaraydilar.
III bosqich. Yakuniy (10 minut)	

1-ilova

O'quv vizual materiallar

Iste'molchilar xulqlarini asoslari, asosan, uning huquqini tushunish bilan bog'liq. Iste'molchi huquqini tushunish mushkul, uning asos sababini bilish uchun, uning ta'sir etuvchi kuchlarini bilish lozim. Faollik eng yuqori cho'qqiga yetadi qachonki undan bir natija chiqsa, biror-bir maqsadga yo'naltirib tashkil etilsa, dominantga nisbatan ierarxiya tashkil etilsa. Kelajakda sifatli tashkil etish tizimi, kishi psixikasiga jamlab tashkil qiluvchi, tashkillashtirilgan yo'nalishning shu turi, xarakteri yagonaligini ko'rsatadi. Sabab, ya'ni motiv (fransuzcha ma'tuf) ta'sir qilish, orzular, havas yoki fikrlashni tasvirlab berish, shunday xulosa olib keladiki, uning harakatini tasvirlaydi.

1-o'quv topshirig'i

I. Muammoli topshiriq.

Vazifa. Iste'molchilar tomonidan ko'rsatilgan xizmat darajasi bo'yicha berilgan baholarda marketingning ahamiyatini aniqlang.

II. Uslubiy tavsiyalar:

1. Muammoviy tahlilning bosqichlari:
 - Birinchi bosqich – muammoning asosiy mazmunini ajratib olishni taklif qiladi, tadqiqot obyektini aniqlab, shakl beradi.
 - Ikkinchi bosqich – muammoli vaziyatni tahlil qilish – obyektning holatini aniqlaydi, asosiy qirralariga e'tibor qaratadi, muammoli vaziyatning hamma tomonlarini tahlil qiladi.
 - Uchinchi bosqich – muammoni yechish uchun barcha vaziyatlarini ko'rib chiqadi, muqobil vaziyatni yaratadi.
 - To'rtinchi bosqich – muammoning yechimini aniq variantlardan tanlab oladi, muammoning aniq echimini topadi.
2. Vazifani bajarish ketma-ketligi:
 - 1) muammoni shakllantirish;
 - 2) vaziyatni tahlil qiling, sabablarini ko'rsating;
 - 3) vaziyatdan chiqib ketish harakatlarni izlab toping;
 - 4) jadvalni to'ldiring;
 - 5) aniq yakuniy xulosa chiqaring.

3. "Muammoli vaziyat" jadvali

Muammoli vaziyat turi	Muammoli vaziyatning sabablari	Vaziyatdan chiqib ketish harakatlari

2-o'quv topshirig'i. Blis-so'rov savollari

№	Savol	Javob
1	Iste'molchining qoniqish jarayoni.	
2	Turistik korxonalarda iste'molchilar uchun axborot manbalari.	
3	Iste'molchining xariddan keyingi xatti-harakatlari.	

Baholash ko'rsatkichlari va mezonlari

Guruh	Baho	Baholash ko'rsatkichlari va mezonlari		
		O'tilgan mavzuni bilishadi	Guruh faol	Muammoni yechish uchun takliflar berishdi
1	Ball	1,0	0,5	1,5
2				
3				
				Jami
				3

Guruh ishlarini umumlashtiruvchi baho

Guruh	1	2	3	Jami ball	Baho
1					
2					
3					

- 2,2 – 3 ball – “a'lo”
- 1,2 – 2 ball – “yaxshi”
- 0,5 – 1,1 ball – “qoniqarli”
- 0 – 0,5 ball – “qoniqarsiz”
- 2,2 – 3 ball – “a'lo”
- 1,2 – 2 ball – “yaxshi”
- 0,5 – 1,1 ball – “qoniqarli”
- 0 – 0,5 ball – “qoniqarsiz”

1-o'quv topshirig'i

I. Muammoli topshiriq.

Vazifa. Turistik mahsulot iste'molchilarini marketingli tadqiq qilishda asosiy maqsadlarni aniqlang.

II. Uslubiy tavsiyalar:

1. Muammoviy tahlilning bosqichlari:

- Birinchi bosqich – muammoning asosiy mazmunini ajratib olishni taklif qiladi, tadqiqot obyektini aniqlab, shakl beradi.
- Ikkinchi bosqich – muammoli vaziyatni tahlil qilish – obyektning holatini aniqlaydi, asosiy qirralariga e'tibor qaratadi, muammoli vaziyatning hamma tomonlarini tahlil qiladi.
- Uchinchi bosqich – muammoni yechish uchun barcha vaziyatlarini ko'rib chiqadi, muqobil vaziyatni yaratadi.
- To'rtinchi bosqich – muammoning yechimini aniq variantlardan tanlab oladi, muammoning aniq echimini topadi.

2. Vazifani bajarish ketma-ketligi:

- 1) muammoni shakllantiring;
- 2) vaziyatni tahlil qiling, sabablarini ko'rsating;
- 3) vaziyatdan chiqib ketish xarakterlarini izlab toping;
- 4) jadvalni to'ldiring;
- 5) aniq yakuniy xulosa chiqaring.

3. "Muammoli vaziyat" jadvali

Muammoli vaziyat turi	Muammoli vaziyatdan chiqib ketish harakatlari

4-ilova

2-o'quv topshirig'i. Blis-so'rov savollari

№	Savol	Javob
1	Modellar banki	
2	Narx-navo qo'yish tizimining modeli	

7-mavzu TURIZMDA NARX SIYOSATI

(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)

Ma'ruza va amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt – 2 soat
Mashg'ulot shakli	Individual topshiriqlarni bajarishga asoslangan amaliy mashg'ulot

Mashg'ulot rejası	1. Turistik faoliyat xarajatlari. 2. Turistik faoliyatdan olinadigan daromadlar. 3. Ichki turizm uchun narx belgilash strategiyasi. 4. Xalqaro turizm uchun narx belgilash strategiyasi.
O'quv mashg'ulotining maqsadi: turizmda narx siyosati bo'yicha ma'lumot berish.	
Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari:
– turistik faoliyat xarajatlari haqida ma'lumot beriladi;	– turistik faoliyat xarajatlarini hisoblash yo'llarini biladilar;
– turistik faoliyatdan olinadigan daromadlar bo'yicha tushuncha beriladi;	– turistik faoliyatdan olinadigan daromadlar hisoblab oladilar;
– ichki turizm uchun narx belgilash strategiyasi haqida ma'lumot beriladi;	– ichki turizm uchun narx belgilash strategiyasini amalga oshira oladilar;
– xalqaro turizm uchun narx belgilash strategiyasi bo'yicha yo'l-yo'riq beriladi.	– xalqaro turizm uchun narx belgilash strategiyasi yo'l-yo'riqlarini amaliyo-ga jalb eta oladilar.
O'qitish usullari-texnikasi	Topshiriqlar, amaliy ishlash usuli, suhbat
O'qitish vositalari	Tarqatma material, kompyuterlar, doska
O'qitish shakllari	Individual, kollektiv
O'qitish shart-sharoitlari	Texnik vositalar bilan ta'minlangan, o'qitish usullarini qo'llash mumkin bo'lgan o'quv xona
Monitoring va baholash	Kuzatish, og'zaki nazorat, yozma nazorat, savol-javobli so'rov, o'quv topshiriq

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Ish bosqichlari	Faoliyatning mazmuni	Talaba
	O'qituvchi	Mavzu no-
1-bosqich. Mavzuga kirish.	1.1. O'quv mashg'uloti 1–2-savollar maq-sadi va o'quv faoliyati natijalarini aytadi (2-ilova).	mini yozib oladilar.

(10 min.)	1.2. Talabalarning mashg'ulotdagi faoliyatini baholash ko'rsatkichlari va mezonlari bilan tanishtiradi.	Yozib oladilar.
2-bosqich. Asosiy bo'lim. (60 min.)	2.1. Talabalarning tayyorlagan ma'ruza va ma'lumotlari bilan chiqishlarini tashkil qiladi: 1. Material mazmunan rivojlanishini diqqat bilan kuzatib boradi. 2. Ma'ruza mazmunini jamoaviy tarzida muhokamasini uyushtiradi. 3. Aktiv muhokama jarayoniga talabalarni jalb qiladi, savollar beradi. 2.2. Har bir ma'ruza muhokamasi qisqacha umumlashtiriladi va umumlashtirish natijasi ma'ruzachi va opponentlarga qo'yilgan ballarni hisobga olish orqali yakunlanadi (2-ilova).	Individual tarzda o'z kompyuterlarida bajaradilar. Natijani tahlil qiladilar.
3-bosqich. Yakunlovchi (10 min.)	3.1. Seminar mashg'uloti mavzusi mazmuniga yakun yasaladi: qisqacha asosiy jihatlari ajratib ko'rsatiladi; muhokama jarayonida savollarga berilgan javoblar mazmuniga xulosa qilinadi; ma'ruzachi va opponentlarning tayyorgarlik darajasi, muhokama jarayonidagi aktivligi baholanadi; ma'ruzachi va opponentlarga qo'yilgan ballar jamlanadi va e'lon qilinadi; seminar mashg'uloti natijaviyligiga umumiy baho beriladi. 3.2. Mavzu maqsadiga erishishdagi tinglovchilar faoliyati tahlil qilinadi va baholanadi (1-ilova). 3.3. Kurs bo'yicha bilimlarini chuqurlashtirish uchun adabiyotlar beradi. 3.4. Mavzu va kurs bo'yicha mustaqil bajarish uchun mavzular ro'yhati bilan tanishtiradi. Mustaqil ishni bajarishga oid ko'r-	Savollar beradilar. Eshitadilar. Yozib oladilar. Yozib oladilar.

satmalarni beradi va uni topshirish muddatini e'lon qiladi.

1-ilova

Takrorlash uchun savollar:

1. Turistik faoliyat xarajatlari qanday bo'ladi?
2. Turistik faoliyatdan olinadigan daromadlar qanday bo'ladi?
3. Ichki turizm uchun narx belgilash strategiyasi qanday bo'ladi?

2-ilova

Munozara qatnashchisiga eslatma:

1. Munozara munosabatni oydinlashtirishmas, balki muammoni yechish usuli sanaladi.
2. Boshqalarga ham imkoniyat berish uchun juda ko'p uzoq so'zlamagin.
3. Fikrlaring maqsadga yo'nalishi uchun har bir so'zni o'ylab gapir, hayajoningni nazorat qil.
4. Opponent ahvolini tushunishga harakat qil va unga nisbatan hurmat nuqtayi nazaridan munosabatda bo'l.
5. Opponent tomonidan aytilgan fikrga nisbatan aniqroq e'tiroz qil, uning fikrini o'zgartirma va chalkashtirma.

Munozara-seminar mashg'uloti rollar instrumentovkasi

Boshlovchi o'quvchilar hamma vakolatini nazoratga oladi – muhokama jarayoniga rahbarlik qiladi, dalillar keltirish va noto'g'riligini isbot qilish jarayonini, tushuncha va atamani to'g'ri ishlatishni nazorat qiladi. Vaqtga e'tibor berib, chiqishlarni qat'iy sur'atda nazorat qiladi. Taqrizchi so'zga chiquvchilar ma'ruzasini umumiy holda xarakterlaydi va ijobiy jihatlarni ko'rsatib beradi: aktuallik darajasi, ketma-ketlik, mazmun va aniq bayon etishlik darajasi, xulosalarni aniq bayon etish. *Opponent* tadqiqotchilar orasida qabul qilingan opponentlik qilish jarayonini amalga oshiradi. U na faqat ma'ruza asosiy jihatini bayon qilmay, balki uning tushunarlari bo'lishligini nomayish qilish, muvofiq yo'li xato joylarini topish va o'zining eng to'g'ri variantini taklif qiladi. *Ekspert* ilgari surilgan gipoteza va takliflar, qilingan xulosalar, shuningdek, hamma munozara unumdorligini baholaydi.

Munozarani o'tkazish tartibi va vaqti

1. Boshlovchi ma'ruza mavzuni e'lon qiladi va ma'ruzachiga so'z beradi.
2. Ma'ruza 5 minut davom etadi.
3. Taqrizchi so'zga chiqadi – 2 min.
4. Ma'ruza mavzusi bo'yicha opponent o'z fikrini ilgari suradi – 1–3 min.
5. Jamoaviy munozara – 5–10 min.

Seminar mashg'ulotida o'quvchilar faoliyati ko'rsatkichini baholash mezonini ("situatsiyali o'yin" usubi o'qitish).

Reyting bo'yicha seminar mashg'ulotlari:

- 86–100%/2 ball – "a lo".
 63–85%/1,7 ball – "yaxshi".
 40–62%/1,2 ball – "qoniq".

Ma'ruzachilarni baholash mezonini jadvali

Baholar	Ma'ruzaning to'liqlik darajasi: yangiligi va aktualligi	Foydalanilgan texnik vositalar	Ma'lumot berishda foydalanilgan ma'lumot manbayi	Vaqt	Jami
Ball	0,8	0,6	0,33	0,33	2
% da	40	30	15	15	100

Opponentlarni baholash mezonini jadvali

F. I. SH	Baholar	Ma'ruzaga qo'shimcha	Munozarada ishtiroki	Ma'ruzani baholashda amaliy yondashuv (tanqidiy ko'z bilan qarash qobiliyati)	Savollar		Jami
					Soni	Sifati	
	Ball hisobida	0,4	0,2	0,6	0,8		2
	% da	20	10	30	40		100

Munozara qatnashchilari	Savollar (har biriga 0,1)	Amalda (0,3)	Qo'shimcha (har biriga 0,2)	Jami

Taqrizchilarni baholash mezonini jadvali

Taqrizchi	Ma'lum qilingan ijobiy jihatlari soni (har bir to'g'ri javobga 1 ball dan)	Jami ballar
F.I.SH.		
F.I.SH.		

Jadval yakunida ma'ruzachi va opponentlar yig'gan ballar bilan to'ldiriladi, umumlashtiriladi, mashg'ulot o'qituvchisi yoki taklif qilingan ekspertlari yordamida yakuniy natija e'lon qilinadi.

Ushbu mashg'ulot har bir o'quvchini, mustaqil tarzda o'quv jarayoniga tayyorlashga mo'ljallangan va shu tariqa bu tarzda mashg'ulotlarni o'tkazish unumdorligiga erishiladi.

1-ilova

Takrorlash uchun savollar:

1. Turistik faoliyat xarajatlari qanday amalga oshiriladi?
2. Turistik faoliyatdan olinadigan daromadlar amalga oshiriladi?
3. Ichki turizm uchun narx belgilash strategiyasi amalga oshiriladi?

2-ilova

Munozara-seminar mashg'uloti rollar instrumentovkasi

Boshlovchi o'quvchilar hamma vakolatini nazoratga oladi. Muhokamaga jarayoniga rahbarlik qiladi, dalillar keltirish va noto'g'riligini isbot qilish jarayonini, tushuncha va atamani to'g'ri ishlatishni nazorat qiladi. Vaqtga e'tibor berib, chiqishlarni qat'iy suratda nazorat qiladi. Taqrizchi so'zga chiquvchilar ma'ruzasini umumiy holda xarakterlaydi va ijobiy jihatlarni ko'rsatib beradi: aktuallik darajasi, ketma-ketlik, mazmun va aniq bayon etishlik darajasi, xulosalarni aniq bayon etish.

Opponent tadqiqotchilar orasida qabul qilingan opponentlik qilish jarayonini amalga oshiradi. U na faqat ma'ruza asosiy jihatini bayon qilmay, balki uning tushumarli bo'lishligini nomayish qilish, muvofiq yoki xato joylarini topish va o'zining eng to'g'ri variantini taklif qiladi. *Ekspert* ilgari surilgan gipoteza va takliflar, qilingan xulosalar, shuningdek, hamma munozara unumdorligini baholaydi.

Munozarani o'tkazish tartibi va vaqti

Boshlovchi ma'ruza mavzuni e'lon qiladi va ma'ruzachiga so'z beradi. Ma'ruza 5 minut davom etadi.

Taqrizchi so'zga chiqadi – 2 min.
Ma'ruza mavzusi bo'yicha opponent o'z fikrini ilgari suradi –1–3 min.
Jamoaviy munozara – 5–10 min.

Seminar mashg'ulotida o'quvchilar faoliyati ko'rsatkichini baholash mezon ("situatsiyali o'yin" uslubi o'qitish).

Reyting bo'yicha seminar mashg'ulotlari

86–100%/2 ball – "a'lo".
63–85%/1,7 ball – "yaxshi".
40–62%/1,2 ball – "qoniqarli".

Ma'ruzachilarni baholash mezon jadvali

Baholar	Ma'ruzaning to'liqlik darajasi: yangiligi va aktualligi	Foydalanilgan texnik vositalar	Ma'lumot berishda foydalanilgan ma'lumot manbai	Vaqt	Jami
Ball hisobida	0,8	0,6	0,33	0,33	2
% da	40	30	15	15	100

Opponentlarni baholash mezon jadvali

F.I. SH	Ma'ruzaga qo'shimcha	Munozarda ishtiroki	Ma'ruzani baholashda amaliy yondashuv (tanqidiy ko'z bilan qarash qobiliyati)	Savollar		Jami
				So'ni	Sifati	
	0,4	0,2	0,6	0,8	2	
	20	10	30	40	100	

Munozara qatnashchilari	Savollar (har biriga 0,1)	Amalda (0,3)	Qo'shimcha (har biriga 0,2)	Jami

Taqrizchilarni baholash mezon jadvali

Taqrizchi	Ma'lum qilingan ijobiy jihatlar soni (har bir to'g'ri javobga 1 ball dan)	Jami ballar
FISH		
FISH		
FISH		
FISH		

8-mavzu TURIZMDA STRATEGIK MARKETING

(ma'ruza – 2 soat, amaliy mashg'ulot – 2 soat)

Ma'ruzani olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat
Mashg'ulot shakli	Informatsion-tematik ma'ruza
Ma'ruza rejayi	1. Turistik firmalarda sotish strategiyasi. 2. Turizmda strategik marketingning mohiyati. 3. Strategiyalarni amalga oshiruvchi taktik tadbirlar.

Mashg'ulotning maqsadi: turizmda strategik marketing bo'yicha ma'lumot berish.

Pedagogik vazifalar:	O'quv faoliyati natijalari:
– yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatini baholash mezonlari hamda tavsiya qilinadigan adabiyotlar ro'yxati haqida ma'lumot beriladi;	– yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari va baholash shakllarini aytib bera oladilar;
– turistik firmalarda sotish strategiyasi haqida ma'lumot beriladi;	– turistik firmalarda sotish strategiyasini tashkil eta oladilar;
– turizmda strategik marketingning mohiyati bo'yicha tushuncha beriladi;	– turizmda strategik marketingning mohiyati haqida fikr yuritila oladilar;
– strategiyalarni amalga oshiruvchi taktik tadbirlar haqida ma'lumot beriladi.	– strategiyalarni amalga oshiruvchi taktik tadbirlarni tuza oladilar
O'qitish usullari va texnikasi	Ma'ruza, hamkorlikda o'qish, BBB texnikasi
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, tarqatma materiallar, slaydlar, proektor
O'qitish shakllari	Jamoa, to'g'ridan to'g'ri va juft-

O'qitish shart-sharoiti	juft bo'lib ishlash Texnik vositalar bilan ta'minlangan auditoriya
Monitoring va baholash	Og'zaki nazorat, savol-javob, o'z-o'zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash

Ma'ruzaning texnologik kartasi

Ish jarayonlari vaqti	Faoliyatning mazmuni	
	O'qituvchi	Talaba
I bosqich. Kirish (10 minut).	1.1. Mashg'ulotning mavzusini e'lon qiladi, o'quv mashg'ulotining maqsad va vazifalarini tushuntiradi. 1.2. Har bir talabaga mavzu bo'yicha tarqatma materiallarni tarqatadi.	O'UMga qaraydilar. Tarqatmalar ko'rib chiqadi.
II bosqich. Asosiy (60 minut).	2.1. Ekraniga BBB jadvali va u bilan ishlash qoidalarini chiqariladi. BBB jadvalini ishchi daftarlarga ko'chirib olishni talab qiladi. Ma'ruza rejasiga asoslangan holda ikkinchi ustunni to'ldirishni vazifa qilib beradi (1-ilova). 2.2. "Insert" texnikasidan foydalanilgan holda, ma'ruzada belgilangan belgilar asosida talabalarga quyidagi savollarga javob berishni taklif qiladi: 1) ular nimani bilishadi? (ya'ni mustaqil gapirib bera olishadi); 2) nima tushunarsiz bo'lib qoldi va o'zlashtirilmadi? 3) qanday qo'shimcha ma'lumot talab qilinadi? Yuqoridagilardan kelib chiqib, uchinchi va to'rtinchi ustunni to'ldirish taklif etiladi, tayanch so'zlarning tartib raqamlari qo'yib chiqiladi (2-ilova).	BBB jadvalini chizadi. Ikkinchi ustunni to'ldiradi. Uchinchi va to'rtinchi ustunni to'ldiradi.

III bosqich. Yakunlovchi i. (10 min.).	2.3. Blis-so'rov orqali bir necha javoblar tinglanadi va juft-juft bo'lib ishlashni taklif qiladi. 2.4. Talabalarning javoblarini umumlashtirib, juft-juft bo'lib ishlash uchun topshiriqlar beradi: 1) BBB jadvalining to'rtta ustunidagi javoblarni tahlil qilish; 2) o'zlashtirilmagan savollarni umumlashtirish; 3) birgalikda manbalardan javoblar izlab topish; 4) javob berishga tayyorgarlik ko'ring. 2.5. Javoblar tinglab bo'lingach, slyaydlar yordamida o'quv mashg'ulotining yoritilmagan qismlari tushuntiriladi (3-ilova). 2.6. Tayanch iboralarga qaytiladi, talabalar ishtirokida ular yana bir bor takrorlanadi. BBB jadvalining, beshinchi ustunni to'ldirishni aytib o'tadi. 3.1. Ma'ruzaning har bir savoliga umumiy yakuniy xulosa beradi. 3.2. Talabalarning faolligi baholash mezonlari orqali baholanadi. 3.3. Uyg'a vazifa beradi: "Turizm marketingda strategiya va taktika" mavzusida esansa yozib keling.	Natijalarni o'qiydi. Topshiriqni bajaradi. Javob beradi.
---	--	---

1-ilova

"Insert" texnikasining qoidasi

- Matnmi o'qib chiqing.
- Olingan ma'lumotlarni diqqat bilan o'rganib, sohalarga ajrating. Qalam bilan har bir qatorga quyidagi belgilarni qo'yib chiqing:
V – bilaman;
+ – yangi ma'lumot;

-- bilganlarimga zid;
? -- meni o'ylantirmoqda.

BBB texnikasining qoidasi

1. "Insert" texnikasidan foydalanilgan holda matnmi o'qib chiqing.
2. Olingan ma'lumotlarni individual sohalarga ajrating. Qalam bilan qo'yilgan belgilar asosida BBB jadvalini to'ldiring.

O'quv topshirig'i. BBB jadvali

№	Mavzu savollari	Bilaman	Bilishni istayman	Bilib oldim
1	Bo'sh vaqt dasturini loyihashtirish			
2	Yangi proektlar ishlab chiqish			
3	Ixtiro, uslublar yaratish			

2-ilova

Iboralar asosida vizual materiallar

Marketingning zamonaviy sharti shundan iboratki, korxonada faoliyatining barcha yo'nalishlari (ilmiy-texnik, ishlab chiqarish, sotish va boshq.) nafaqat bugungi iste'mol talabini bilish asosida, balki uning o'zgarishi va istiqbollari asosida tashkil etilishi kerak. Zamonaviy ishlab chiqarish bo'linmasidagi marketing xizmati – uning "miyasi", firmaning nafaqat bozor, balki ishlab chiqarish, ilmiy-texnik, ijtimoiy, moliyaviy siyosatining ma'lumot va ko'rsatmalari manbai hisoblanadi.

Amaliy mashg'ulotni olib borish texnologiyasi

Talabalar soni:	Vaqt: 2 soat
Mashg'ulot shakli	Bilimlarni chuqurlashtirish va mustahkamlashga qaratilgan amaliy mashg'ulot.
Ma'ruza rejasi	1. Turizm marketing strategiyalarining samaradorligini aniqlash va kerakli o'zgartirish kiritish bo'yicha bajarilishi mumkin bo'lgan choralar. 2. Turizm ma'hsulot va xizmatlar taqsimot kanalining shaklini tanlash.

3. Turizm korxonasida ichki marketing masalalari.
Mashg'ulotning maqsadi: turizm marketing bo'yicha ma'lumot berish.

Pedagogik vazifalar	O'quv faoliyati natijalari
– yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatini baholash mezonlari hamda tavsiya qilinadigan adabiyotlar ro'yxati haqida ma'lumot beriladi;	– yangi mavzuning tuzilmasi, o'quv faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini va baholash shakllarini aytib bera oladilar;
– turizm marketing strategiyalarining samaradorligini aniqlash va kerakli o'zgartirish kiritish bo'yicha bajarilishi mumkin bo'lgan choralar haqida ma'lumot beriladi;	– turizm marketing strategiyalarining samaradorligini aniqlash va kerakli o'zgartirish kiritish bo'yicha bajarilishi mumkin bo'lgan choralarini tashkil eta oladilar;
– turizm ma'hsulot va xizmatlar taqsimot kanalining shaklini tanlash bo'yicha tushuncha beriladi;	– turizm ma'hsulot va xizmatlar taqsimot kanalining shaklini tanlay oladilar;
– turizm korxonasida ichki marketing masalalari haqida ma'lumot beriladi.	– turizm korxonasida ichki marketing masalalari bilan tanisha oladilar.
O'qitish usullari va texnikasi	Topshiriqlar – amaliy ishlash uchun, bahs-munozara, "Konvert" va "Qanday?" texnikasi
O'qitish vositalari	Ma'ruza matni, manbalar, adabiyotlar, doska, bo'ri
O'qitish shakllari	Jamoa va guruhlarda ishlash
O'qitish shart-sharoiti	Texnik vositalar bilan ta'minlangan auditoriya
Monitoring va baholash	Og'zaki nazorat, savol-javob, o'z-o'zini nazorat qilish, reyting tizimi asosida baholash

Amaliy mashg'ulotning texnologik kartasi

Ish jarayonlari	Faoliyatning mazmuni
	O'qituvchi Talaba

vaqti		Amaliy mashg'ulotga tayyorgarlik ko'rib kelinadi.
I bosqich. Mavzuga kirish (10 minut).	1.1. O'quv mashg'uloti mavzusi, maqsad va vazifalarini aytadi (amaliy mashg'ulotni o'tkazishda oldindan topshiriq va vazifalar beradi). 1.2. Ta'lim jarayoni interfaol usullar orqali amalga oshirishini e'lon qiladi. Talabalarni doira yoki to'rtburchak shaklida stollar atrofida ikki guruhga bo'ladi. 2.1. "Konvert" texnikasidan foydalanilgan holda har bir guruh navbat bilan konvertga solingan topshiriqlarni oladi (1-ilova). 2.2. Topshiriqlarga tayyorgarlik ko'rish uchun 3 minut, javob berish uchun esa 7 minut beradi. 2.3. Guruhlarga topshiriqlarni bajarish uchun yordam beradi, ularni baholash mezonlari bilan tanishtiradi (3-ilova), bahs-munozarani boshqarib boradi. Zarur hollarda aralashadi va kerakli tomonga yo'naltiradi. 2.4. Guruhlarning javoblarini tinglab, ularni baholaydi. 2.5. Guruhlarga "Qanday?" texnikasidan foydalanilgan holda: "Turizm korxonasi rivojiga ichki va tashqi marketing qanday ta'sir etadi?" deb savol bilan murojaat qiladi (2-ilova). 2.6. Topshiriqlarni vatman-qog'ozlarga tushirib, taqdimotini o'tkazishga yordam beradi. Yagona xulosa chiqarishga ko'mak beradi va nihoyasida umumlashtiradi.	Amaliy mashg'ulotga tayyorgarlik ko'rib kelinadi. Ixtiyoriy ravishda ikki guruhga bo'linadi. Topshiriqni ko'rib chiqib, savollarga javob beradi. Reglamentga rioya qiladi. Faol qatnashadilar. O'z fikrlarini erkin bildiradilar. Mustaqil diaqrammani har bir guruh to'ldiradi. Taqdimot o'tkazadi. G'olib guruhlarni aniqlab, baholaydi.
II bosqich. Asosiy (60 minut).		

III bosqich. Yakuniy (10 minut).	3.1. Ish yakunlarini chiqaradi. Faol talabalarni baholash mezonini orqali rag'batlantiradi. 3.2. Uyg'a bajarish uchun topshiriqlar beradi: "Strategiya va taktika" iborasining mohiyatini izohlab, esse yozib keling.	Eshitadi. Aniqlaydi. O'UMga qaraydilar.
----------------------------------	--	---

1-o'quv topshiriq. "Konvert" texnikasi uchun savollar (Har bir savol konvertlarga alohida solinadi).

1-ilova

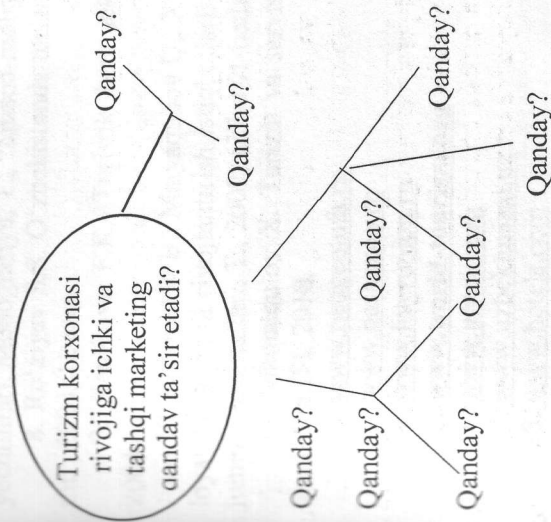
Tez tarqatish, selektiv tarqatish va eksklyuziv tarqatishlardan qaysi birini afzal deb bilasiz, nega?

Vertikal marketing tizimidan qanday hollarda foydalangan ma'qul, gorizontaldanchi?

Franchayzing va lizing orasida asosiy farqlarni sanab bering.

2-ilova

2-o'quv topshiriq'i. "Qanday" organayzerini to'ldiring.



Guruhlarning bilim va ko'nikmalarini baholash mezonlari

Topshiriqlar, baholash ko'rsatkichlari va mezonlari	I guruh	II guruh
1-topshiriq (1,5 ball):		
– savol yoritib berildi (0,5 ball);		
– reglamentga e'tibor qaratildi (0,5 ball);		
– guruh faol qatnashdi (0,5 ball).		
2-topshiriq (1,5 ball):		
– muammo aniq echimini topdi (0,5 ball);		
– mantiqan to'g'ri xulosa chiqarildi (0,5 ball);		
– misollar bilan umumlashtirildi (0,5 ball).		
Jami: (3 ball)		

0,5 ball – “a'lo”

2,5 – 3 ball – “a'lo”

0,4 ball – “yaxshi”

1,9 – 2,4 ball – “yaxshi”

0,3 ball – “qoniqarli”

2,3 – 1,8 ball – “qoniqarli”.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasining qonuni. “Turizm to'g'risida”. 1999-yil 20-avgust.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. “O'zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”. 2006-yil 17-aprel.
3. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori. “O'zbekturizm Milliy kompaniyasining faoliyatini yanada takomillashtirish to'g'risida”, 2004-yil 28-iyul.
4. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. T., “O'zbekiston”, 2009.
5. Komilova F.K. Turizm marketingi. O'quv qo'llanma, T., “O'z-inkonsentr”, 2003.
6. Komilova F.K. Xalqaro turizm bozori. O'quv qo'llanma, T., TDIU, 2006.
7. Mualliflar jamoasi: M.Q.Pardayev va boshqalar. Xizmat ko'rsatish, servis va turizm sohaslarini rivojlantirish: muammolari va ularning yechimlari. Monografiya, T., “Iqtisod-moliya”, 2008.
8. Ro'ziyev S.S. O'zbekistonda turizm bozori. “Bozor, pul va kredit”, 2004, 12-son.
9. Kamilova F.K. Turistik komplekslar marketingi. T., TDIU, 2004.
10. Ro'zmetov B., Matyaqubov U., Xudayberganov D. Xorazm viloyatida turizmni rivojlantirish istiqbollari. Respublika ilmiy-amaliy anjumani materiallari. T., 2009, 137–141-betlar.
11. Mamatqulov X. Turizm va servisinga oid izohli lug'at. Samarqand, SamISI, 2010.
12. www.peugeotufa.ru
13. www.bashexpo.ru
14. www.interunion.ru
15. www.world-tourism.org
16. www.unwto.org
17. www.uzbekturizm.uz
18. www.hotels.com

Qaydlar uchun

1. Qaydlar uchun...

2. Qaydlar uchun...

3. Qaydlar uchun...

4. Qaydlar uchun...

5. Qaydlar uchun...

6. Qaydlar uchun...

7. Qaydlar uchun...

8. Qaydlar uchun...

9. Qaydlar uchun...

10. Qaydlar uchun...

11. Qaydlar uchun...

12. Qaydlar uchun...

13. Qaydlar uchun...

14. Qaydlar uchun...

15. Qaydlar uchun...

16. Qaydlar uchun...

17. Qaydlar uchun...

18. Qaydlar uchun...

19. Qaydlar uchun...

20. Qaydlar uchun...

Qaydlar uchun

1. Qaydlar uchun...

2. Qaydlar uchun...

3. Qaydlar uchun...

4. Qaydlar uchun...

5. Qaydlar uchun...

6. Qaydlar uchun...

7. Qaydlar uchun...

8. Qaydlar uchun...

9. Qaydlar uchun...

10. Qaydlar uchun...

11. Qaydlar uchun...

12. Qaydlar uchun...

13. Qaydlar uchun...

14. Qaydlar uchun...

15. Qaydlar uchun...

16. Qaydlar uchun...

17. Qaydlar uchun...

18. Qaydlar uchun...

19. Qaydlar uchun...

20. Qaydlar uchun...

Qaydlar uchun

MUNDARIJA

Kirish.....3
Asosiy qism.....5
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.....63

**A.Sadullayev, D.Xudayberganov,
G.Aliyeva, M.Masharipova**

TURIZM MARKETINGI

(o'quv-uslubiy qo'llanma)

Muharrir: Yo'ldoshev Ro'zimboy
Texnik muharrir: Sherali Yo'ldoshev
Musahhih: Tamara Turumova

UrDU noshirlik bo'limi O'zbekiston matbuot va axborot agentligining 2009-yil 19-avgustdagi №148 raqamli buyrug'i bilan qayta ro'yxatdan o'tkazilgan.

Terishga berildi: 27.07.2015

Bosishga ruxsat etildi: 19.08.2015

Ofset qog'oz. Qog'oz bichimi 60x84¹/₁₆.
Tayms garniturası. Adadi 50. Buyurtma №.52
Hisob-nashriyot tabag'i 3,5.

Shartli bosma tabag'i 3.3.

UrDU noshirlik bo'limida tayyorlandi.

Manzil: 220110. Urganch shahri,

H. Olimjon ko'chasi, 14-uy.

Telefon: (0-362)-224-66-01.

UrDU bosmaxonasida chop etildi.

Manzil: 220110. Urganch shahri,

H. Olimjon ko'chasi, 14-uy.

Telefon: (0-362)-224-66-01.