

MARKETINGNING RIVOJLANISHIDA TA'LIMNING O'RNI

Aliyev Akmal

Texnika fanlar nomzodi, dotsent

Renessans ta'lim universiteti

"Iqtisodiyot" kafedrası dotsenti

akmalaliyev@mail.ru

Xaydarov Oloviddin

Renessans ta'lim universiteti

Iqtisodiyot yo'nalishi 3- bosqich

talabasi

Annotatsiya: *Ushbu maqolada marketingning rivojlanishi va ushbu rivojlanishda ta'limning bugungi kundagi o'rni haqida keltirilgan. Bundan tashqari, marketing va ta'limning o'zaro bog'liqligi, ta'lim va marketingning zamonaviy tendensiyalari bo'yicha ham ma'lumotlar keltirilgan.*

Kalit so'zlar: *Marketing, tendensiya, sun'iy intellekt, SEO, SMM, Coursera, Udemy, marketing madaniyati.*

Hozirgi jadal rivojlanayotgan zamonda marketing sohasining zamonaviy iqtisodiyotdagi roli tobora oshib bormoqda. Har qanday mahsulot yoki xizmat muvaffaqiyatli bo'lishi uchun uning bozorga to'g'ri va samarali targ'ibotini qilish lozim. Shu boisdan, marketingning sifatli rivojlanishi uchun yuqori malakali kadrlarni tayyorlash va ularni doimiy ravishda malakasini oshirib borish muhim ahamiyat kasb etadi. Marketing sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun mutaxassislarning nafaqat nazariy bilimlarga, balki amaliy ko'nikmalarga ega bo'lishi zarur. Philip Kotler, marketing olimi, ta'limni marketing rivojining asosiy harakatlantiruvchi kuchi deb hisoblaydi.

Ta'lim orqali marketing mutaxassislari bozordagi o'zgarishlarga moslashish, iste'molchi ehtiyojlarini chuqur tushunish va samarali kommunikatsiya o'rnatishni o'rganadi. Raqamli texnologiyalar keng qo'llanilayotgan hozirgi davrda esa, ta'limning roli yanada ortmoqda.

Marketing va ta'limning bog'liqligi — bu ikki sohaning o'zaro uzviy, bir-birini to'ldiruvchi va rivojlantiruvchi munosabatidir. Marketing va ta'limning asosiy bog'liqligi malakali kadrlar tayyorlash, innovatsiyalarni joriy etish, marketing madaniyati va etikasini shakllantirishdan iborat.

Marketing sohasida yuqori malakali kadrlarni tayyorlash uchun ko'plab universitetlar, kollejlar va onlayn platformalar faoliyat yuritadi. LinkedIn Learningning 2023-yil statistik ma'lumotlariga ko'ra, raqamli marketing yo'nalishida malaka oshirish uchun onlayn kurslarga yozilish 35% ga oshgan. Bu ko'rsatkich sohada o'zgarishlarga moslashish uchun ta'limning muhimligini tasdiqlaydi. Universitetlarda esa interaktiv darslar, real loyihalar va amaliy mashg'ulotlar orqali talabalar bozor talablariga tayyorlanadi.

Dunyo bo‘ylab onlayn ta‘lim platformalari (masalan, Coursera, Udemey) raqamli marketing kurslarini taklif qilib, talabalarni Google Ads, SEO, SMM kabi zamonaviy marketing vositalari bilan tanishtirmoqda. Bu kurslarni tugatganlar yangi texnologiyalarni o‘z ishida qo‘llab, kompaniyalarining onlayn savdosini sezilarli darajada oshirmoqda. Bu misol ta‘lim innovatsiyalarni tezkor tatbiq etishdagi rolini ko‘rsatadi.

Marketing madaniyati va etika ta‘limi — bu nafaqat shaxsiy halollik, balki kompaniya muvaffaqiyatining, mijoz ishonchining va jamiyatdagi ijobiy imidjning poydevoridir. Bu qadriyatlarni shakllantirishda ta‘lim muhim o‘rin tutadi: u orqali kelajak marketing mutaxassislari faqat savdo emas, balki axloqiy mas‘uliyat ham borligini anglaydi.

Ta‘lim tashkilotlarining turg‘unligi ko‘pincha menejerlar va o‘qituvchilarning, ularning fikricha, pul ekvivalentiga ega bo‘lmagan ijtimoiy va axloqiy ahamiyatga ega bo‘lgan ta‘lim xizmatlarini tijoratlashtirishni istamasligi bilan bog‘liq. Biroq, bu marketing maqsadi haqida keng tarqalgan noto‘g‘ri tushuncha: ta‘limdagi marketing ta‘lim xizmatlari va mahsulotlarini to‘liq tijoratlashtirishni nazarda tutmaydi; u, birinchi navbatda, aholining ta‘limga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan.

Marketing ko‘plab qarama-qarshiliklarni hal qilishga yordam beradi:

- iqtisodiyotdagi o‘zgarishlarning yuqori sur‘atlari va ta‘lim tizimining past rivojlanish sur‘atlari;
- ta‘lim xizmatlari va mahsulotlariga bo‘lgan talab va ta‘lim tashkilotlaridan haqiqiy taklif o‘rtasida.

Ta‘lim tizimida marketingdan foydalanish — bu shunchaki reklama emas, balki strategik rivojlanish, sifatli aloqa, obro‘ va ishonch yaratish vositasidir. Bugungi kunda har qanday ta‘lim tashkiloti zamonaviy marketing yondashuvlarisiz o‘z raqobatbardoshligini saqlab qolishi qiyin. Shu bois, ta‘limda marketing – nafaqat dolzarb, balki zarur sohaga aylangan.

Marketing ta‘limining asosiy vazifalari quyidagicha:

- strategik fikrlashni rivojlantirish;
- raqamli texnologiyalardan foydalanish ko‘nikmalarini shakllantirish;
- marketing etikasi va madaniyatini singdirish;
- innovatsion yondashuvlarni egallash;
- tahliliy va kreativ qarorlar qabul qilishga o‘rgatish.

XXI asrda marketing sohasida yuz bergan eng katta o‘zgarish — bu raqamli (digital) marketingning paydo bo‘lishidir. An‘anaviy reklama, sotuv va PR usullari o‘rnini ijtimoiy tarmoqlar, sun‘iy intellekt asosidagi tahlillar, email-marketing va kontent-marketing kabi innovatsion yondashuvlar egallamoqda.

Raqamli marketolog quyidagi kompetensiyalar majmuasiga ega bo‘lishi lozim:

Texnik bilimlar: SEO, SEM, Google Analytics, CRM, e-commerce platformalar.

Ijodiy ko‘nikmalar: kontent yaratish, vizual dizayn asoslari, storytelling.

Strategik fikrlash: maqsadli auditoriyani aniqlash, strategiyalar ishlab chiqish.

Tahliliy salohiyat: ma‘lumotlarni yig‘ish, ularni tahlil qilish va qarorlar chiqarish.

O‘zbekiston sharoitida raqamli marketing ta‘limining holati

Muammolar:

Ta’lim dasturlarida amaliy mashg’ulotlar yetarli emas;
Ko’plab ustozlar yangi texnologiyalarni chuqur bilmaydi;
Sertifikatlash va xalqaro standartlarga muvofiq baholash tizimi sust.

Imkoniyatlar:

Yoshlar orasida IT va marketingga qiziqish kuchli;

Davlat va xususiy grantlar mavjud;

Raqamli iqtisodiyot strategiyasi bilan moslashgan milliy dasturlar (masalan, “Yoshlar daftari” asosida bepul o’qitish).

O‘zbekistonda Marketingning rivojlanishida ta’limning o‘rni bo‘yicha ba’zi muammolar mavjud. Ular quyidagicha:

- Zamonaviy darslik va metodik materiallar yetishmasligi.
- O‘qituvchilarning amaliy tajribasining pastligi.
- Raqamli marketing kompetensiyalariga yetarli e’tibor berilmasligi.
- Ta’lim va mehnat bozorining uzviy bog‘lanmaganligi.

Imkoniyatlar

• Yoshlar orasida IT va marketingga qiziqish yuqori.

• Onlayn ta’lim platformalari (Coursera, Udemy, Google Digital Garage) kengaymoqda.

• Davlat tomonidan raqamli iqtisodiyot va startaplar rivojini qo‘llab-quvvatlash.

• Marketing sohasi O‘zbekistonda faol rivojlanayotgan xizmat sektori bilan uzviy bog‘liq.

Tavsiya etilgan strategiyalar

- O‘quv dasturlarni ishlab chiqarish bilan integratsiyalash.
- Ta’limda amaliy mashg’ulotlarga e’tiborni kuchaytirish.
- Xalqaro sertifikatlash tizimlarini joriy etish (Google, HubSpot, Meta).
- Akademik hamkorliklar va almashinuv dasturlarini rivojlantirish.

Marketing sohasining samarali rivojlanishi bevosita zamonaviy va sifatli ta’lim tizimiga bog‘liq. Chunki bugungi raqobatbardosh iqtisodiy sharoitda bozordagi muvaffaqiyat bilimli, malakali va ijodkor marketolog kadrlar faoliyatiga tayanadi. Ta’lim orqali marketing nazariyasi chuqur o‘zlashtiriladi, amaliy ko‘nikmalar shakllanadi, zamonaviy texnologiyalarga asoslangan innovatsion yondashuvlar o‘rgatiladi.

O‘zbekistonda marketing sohasi bosqichma-bosqich rivojlanayotgan bo‘lsada, ta’lim tizimi uni qo‘llab-quvvatlashda hal qiluvchi rol o‘ynamoqda. Oliy ta’lim tashkilotlari, kasbiy tayyorlov kurslari va xalqaro onlayn platformalarning joriy etilishi natijasida yosh mutaxassislar zamonaviy bilimlarga ega bo‘lmoqda. Shunga qaramay, darsliklar yangilanishi, o‘qituvchilarning amaliy salohiyati va ta’limning mehnat bozori bilan uyg‘unlashuvi kabi muammolar mavjud.

Kelajakda marketing ta’limining rivoji raqamli kompetensiyalar, tahliliy fikrlash va xalqaro standartlarga asoslangan ta’lim dasturlari orqali ta’minlanishi lozim. Shundagina marketing sohasida professional, kreativ va innovatsion fikrlovchi kadrlar yetishtirib, mamlakat iqtisodiy taraqqiyotiga munosib hissa qo‘shish mumkin bo‘ladi.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Kotler, P. (2021). Marketing Management. Pearson.
2. LinkedIn Learning. (2023). Online course enrollment trends.
<https://learning.linkedin.com>
3. Marketing. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. - O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi - T.: «IQTISODIYOT», 2018. - 361 bet.
4. Морозов Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/ Под ред. В. А. Алексунина. М., 2011. — с. 97—101.
5. Unilinary.uz