O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SAMARQAND DAVLAT CHET TILLAR INSTITUTI

“TASDIQLAYMAN”
O‘quv ishlari bo‘yicha prorektor
_____ A.Jumanazarov
2025yil “___”_____

TURIZMDA REKLAMA VA MULOQOT STRATEGIYALARI

FANI BO‘YICHA

SILLABUS
Kunduzgi bo‘lim uchun

Bilim sohasi: 1000000 – Xizmatlar sohasi
Ta’lim sohasi: 1010000 – Xizmatlar ko‘rsatish sohasi
Ta’lim yo‘nalishi: 61010100 – Turizm va mehmondo‘stlik

Samarqand – 2025

Modul / FAN SILLABUSI

Ingliz filologiyasi va tarjimashunoslik fakulteti

61010100 – Turizm va mehmondo‘stlik

Fan nomi:	**Turizmda reklama va muloqot strategiyalari**
Fan turi:	Tanlov
Fan kodi:	TRMS2602
Yil:	2
Semestr:	4
Ta’lim shakli:	Kunduzgi
Mashg‘ulotlar shakli va semestrga ajratilgan soatlar:	180
Amaliy	36
Korxona va tashkilotda (amaliy)	36
Mustaqil ta’lim:	108
Kredit miqdori:	6
Baholash shakli:	Imtihon
Fan tili:	Ingliz

Fanning maqsadi (FM)

FM1	**Fanni o‘qitishdan maqsad** - “Turizmda reklama va muloqot strategiyalari” fani turizm sohasida faoliyat yurituvchi korxona va tashkilotlarning raqobatbardoshligini oshirish uchun zamonaviy reklama va muloqot strategiyalarini ishlab chiqish, qo‘llash va baholash bo‘yicha nazariy bilimlar va amaliy ko‘nikmalarni shakllantirishdan iborat. Fan talabalar va soha mutaxassislariga turistik mahsulotlar va xizmatlarni targ‘ib qilish, maqsadli auditoriyani jalb qilish, brend imidjini mustahkamlash hamda mijozlar sadoqatini oshirish usullarini o‘rgatishga qaratilgan. O‘zbekiston turizm bozori kontekstida mahalliy va xalqaro bozorlarda samarali faoliyat yuritish uchun strategik yondashuvlarni rivojlantirish asosiy maqsad hisoblanadi. **Fanning vazifalari** – fanning asosiy vazifalari turizm sohasidagi korxona va tashkilotlarning marketing faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan bo‘lib, zamonaviy reklama vositalari va muloqot strategiyalarini o‘rganish orqali ularning bozordagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Reklama va muloqot strategiyalarining turizm sohasidagi muhim o‘rnini ochib beradi, turistik marketingning asosiy tamoyillari va zamonaviy vositalarini (raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar, PR) o‘rganadi. Bu talabalarga sohaning nazariy asoslarini chuqur tushunish imkonini beradi. Turistik korxonalar uchun reklama kampaniyalarini rejalashtirish, maqsadli auditoriyani aniqlash, bozor

berishi lozim:

- fan haqida umumiy tushunchaga ega bo‘lsa;
- fandagi mavzularni tor doirada yoritib, bayon qilishda ayrim chalkashliklarga yo‘l qo‘yilsa;
- bayon qilish ravon bo‘lmasa;
- fan bo‘yicha savollarga mujmal va chalkash javoblar olinsa;
- fan bo‘yicha matn puxta shakllantirilmagan bo‘lsa.

e) quyidagi hollarda talabaning bilim darajasi qoniqarsiz 2 baho bilan baholanishi mumkin:

- fan bo‘yicha mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rilmagan bo‘lsa;
- fan bo‘yicha mashg‘ulotlarga doir hech qanday tasavvurga ega bo‘lmasa;
- nazorat ishlari jarayonida javoblarni boshqalardan ko‘chirib olganligi sezilib tursa;
- fanga doir berilgan savollarga javob olinmasa;
- fanni bilmasa.

Fan o‘qituvchisi to‘g‘risida ma’lumot

Muallif:	Berdiyorov Shoxbozjon Ziyomiddinovich Tarjima nazariyasi va amaliyoti kafedrasi o‘qituvchisi.
E-mail:	shaxaberdiyorov@gmail.com Tel: +998 99 5939598
Tashkilot:	Samarqand davlat chet tillar instituti, Tarjima nazariyasi va amaliyoti kafedrasi.
Taqrizchilar:	SamDChTI, Tarjima nazariyasi va amaliyoti kafedrasi v.b. professori, DSc F.R.Xalimova; Akramova T.K., “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti dotsenti, PhD

Mazkur Sillabus institut o‘quv-uslubiy Kengashining _____ _____ dagi _____-sonli bayoni bilan tasdiqlangan.

Mazkur Sillabus “Tarjima nazariyasi va amaliyoti” kafedrasining 2025-yil _____ _____ dagi _____-sonli yig‘ilish bayoni bilan ma’qullangan.

O‘quv-uslubiy boshqarma boshlig‘i A.Y.Nurmuratov

Fakultet dekani A.R.Ismailov

Kafedra mudiri F.J.Bakiyev

Tuzuvchi Sh.Z.Berdiyorov

Qo‘shimcha adabiyotlar	
1.	Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Marketing asoslari: Darslik – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti. – Samarqand.: “STEP-SEL” MChJ. nashryot-matbaa bo‘limi, 2022 - 314 bet.
2.	Musaeva Sh.A, Marketing tadqiqotlari: Darslik - Samarqand iqtisodiyor va servis instituti / Samarqand: "STEP-SEL" MChJ. Nashryot-matbaa bo‘limi, 023- 240- b.
3.	Tuxliyev I.S., Qudratov G‘.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish.
4.	Sh.Dj Ergashxodjacva, M.A. Ikram Z.Dj Adilova, L.T. Abduxalilova, N.M Nabieva. Marketing tadqiqotlari. O‘quv qo‘llanma. -T., 2018.LESSON PRESS - 210 bet.
Axborot manbalari	
1	www.gdnet.org
2	www.stat.uz
3	www.ziyonet.uz
4	www.uzbektourism.uz
5	www.russiatourism.ru
6	www.unwto.org
7	www.Turkistonpress.uz
8	http://www.tourism.uz/

Talabaning fan bo‘yicha o‘zlashtirish ko‘rsatkichini nazorat qilishda quyidagi mezonlar tavsiya etiladi:

a) 5 baho olish uchun talabaning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:

Fanga oid nazariy va amaliy qoidalarni to‘la o‘zlashtira olsa;

- o‘rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yurita olsa;
- fan bo‘yicha mavzu materiallarining nazariy yoki amaliy ahamiyati haqida aniq tasavvurga ega bo‘lsa;
- fan doirasida mustaqil erkin fikrlash qobiliyatini namoyon eta olsa;
- berilgan savollarga aniq va lo‘nda javob bera olsa;
- mustaqil topshiriqlarni to‘liq va aniq bajargan bo‘lsa;

b) 4 baho olish uchun talabaning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:

- fanning mohiyati va mazmunini tushungan, fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiy va mantiqiy chalkashliklarga yo‘l qo‘ymasa;
- fanning mazmunini amaliy ahamiyatini tushungan bo‘lsa;
- fan bo‘yicha berilgan vazifa va topshiriqlarni o‘quv dasturi doirisida bajarsa;
- fan bo‘yicha berilgan savollarga to‘g‘ri javob bera olsa;
- fan bo‘yicha mustaqil topshiriqlarni to‘liq bajargan bo‘lsa;

d) 3 baho olish uchun talabaning bilim darajasi quyidagilarga javob

	segmentatsiyasi va mijozlar bilan muloqot ssenariylarini ishlab chiqish kabi amaliy ko‘nikmalar shakllantiriladi. Kontent marketing, influenser marketing va tashqi reklama vositalarini loyihalash bo‘yicha tajriba orttiriladi.

Fanni o‘zlashtirish uchun zarur boshlang‘ich bilimlar	
1	Turizm: nazariya va amaliyot (TNA1106)
2	Turizm va mehmondo‘stlikda standartlashtirish va sertifikatlash (TMSS1206)
3	Mehmonxona va restoran menejmenti (MRM1206)
Ta’lim natijalari (TN)	
	Bilimlar jihatidan:
TN 1	Reklama va muloqot strategiyalarining turizm sohasidagi o‘rni va ahamiyatini tahlil qila oladi. Turistik marketingning asosiy tamoyillari, usullari va zamonaviy tendensiyalarini (raqamli marketing, ijtimoiy tarmoqlar, PR) tushunadi. O‘zbekiston turizm bozorining o‘ziga xos xususiyatlari va xalqaro bozorlarning talablarini biladi;
TN 2	Turistik korxonalar uchun reklama kampaniyalarini rejalashtirish va amalga oshirishni biladi. Maqsadli auditoriyani aniqlash, bozor segmentatsiyasi va mijozlar bilan muloqot ssenariylarini ishlab chiqa oladi. Kontent marketing, influencer marketing va tashqi reklama vositalarini loyihalash bo‘yicha amaliy tajribaga ega bo‘ladi.
TN 3	Mijozlar bilan samarali muloqot qurish uchun ssenariylar va skriptlar ishlab chiqish, shuningdek, CRM tizimlaridan foydalanish qobiliyati. Mijozlar sadoqatini oshirish uchun sadoqat dasturlari va shaxsiy muloqot strategiyalarini loyihalash malakasi.
	Ko‘nikmalar jihatidan:
TN 4	Reklama kampaniyalarining samaradorligini tahlil qilish, KPI va ROI ko‘rsatkichlarini hisoblash va natijalarni optimallashtirish qobiliyati va krizis holatlarida imidjni saqlash va muloqot strategiyalarini boshqarish malakasi shakillanadi.

Fan mazmuni	
Mashg‘ulotlar shakli: Amaliy (A)	
4-semestr	
A 1	**The Essence and Importance of Advertising and Communication Strategies in Tourism**
A 2	**Branding Strategies in Advertising Tourist Products**
A 3	**Digital Marketing and Social Media in Tourism Enterprises**
A 4	**Identifying Target Audiences and Market Segmentation**
A 5	**Planning Advertising Strategies in the Hotel Business**
A 6	**Public Relations and Working with Mass Media in Tourism Enterprises**

A 7	Direct Marketing Methods in Selling Tourist Products
A 8	Use of Outdoor Advertising Tools in Tourism
A 9	Customer Communication Strategies in Tourism Enterprises
A 10	Planning the Advertising Budget in Tourist Enterprises
A 11	Content Marketing Strategies in Tourism
A 12	Crisis Communication Strategies in Tourist Enterprises
A13	Advertising Strategies for International Markets in Tourism
A14	Implementation of Loyalty Programs in Tourist Enterprises
A15	Influencer Marketing Strategies in Tourism
A16	Information Boards and Visual Advertising in Tourist Enterprises
A17	Methods for Evaluating the Effectiveness of Advertising in Tourism
A18	Local and International Cooperation Strategies in Uzbekistan's Tourism Market

Amali mashg'ulot: Korxona va tashkilotda (AKT)	
4-semestr	
AKT 1	Developing an Advertising Strategy for a Tourism Enterprise
AKT 2	Creating and Promoting a Tourist Brand Image
AKT 3	Promoting Tourist Products on Social Media
AKT 4	Identifying Target Audiences and Market Segmentation
AKT 5	Designing an Advertising Campaign for a Hotel
AKT 6	Writing Press Releases and Working with Mass Media
AKT 7	Designing Direct Marketing Tools
AKT 8	Developing Outdoor Advertising Design
AKT 9	Developing Customer Communication Scenarios
AKT 10	Optimizing the Advertising Budget
AKT 11	Creating a Content Marketing Plan
AKT 12	Developing a Crisis Communication Plan
AKT 13	Advertising Campaign for the International Market
AKT 14	Designing a Loyalty Program
AKT 15	Developing a Collaboration Strategy with Influencers
AKT 16	Designing Visual Advertising Materials
AKT 17	Analyzing the Effectiveness of an Advertising Campaign
AKT 18	Developing a Local and International Cooperation Project

Mustaqil ta'lim (MT)	
MT1	**Developing a social media advertising plan for a tourism business** Description: Developing a social media (Instagram, Telegram) advertising campaign plan for a local tourism business (e.g. hotel or travel agency)
MT2	**Designing brand identities for tourism products** Description: Developing brand elements (logo, slogan, visual style) for a tourism enterprise or destination

MT3	**Developing customer interaction scenarios** Description: Preparing scenarios and scripts for customer interaction in a tourist enterprise (hotel or travel agency).
MT4	**Preparing a press release for a tourism business** Description: Writing a press release for a tourism business or event (e.g., the opening of a new tour route).
MT5	**Advertising budget planning and optimization** Description: Calculating and optimizing the advertising campaign budget for a tourism enterprise.
MT6	**Creating a Content Marketing Plan** Description: Develop a content plan for social media and websites for a tourist destination or service.
MT7	**Developing an Influencer Marketing Strategy** Description: Design a blogger or influencer collaboration strategy for a tourism business.
MT8	**Advertising Campaign Effectiveness** Description: Assessing and analyzing the effectiveness of a tourism enterprise's advertising campaign.

Mustaqil ta'lim (MT)	
Seminar va amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish va uy ishlarini bajarish.	54
Berilgan mavzular yuzasidan qo'shimcha manbalar bilan ishlash	14 soat
Berilgan mavzularni o'rganib tahlil qilish	10 soat
Berilgan mavzu bo'yicha mustaqil ish yozish	16 soat
Taqdimotlar tayyorlash	14 soat

Asosiy adabiyotlar	
1	Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller.—15e [edition]. pages cm ISBN 978-0-13-385646-0 (student edition). Marketing—Management. I. Keller, Kevin Lane, 1956- II. Title. HF5415.13.K64 2016
2	Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K., Narkulova Sh.Sh. Internet marketing. O'quv qo'llanma. "TURON NaSHR", Samarqand. 2021. 184 bet.
3	N.B.Yahyoxonov, Sh.A.Po'latova. Xalqaro marketing: [Matn]: o'quv qo'llanma / Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: "STEP-SEL" MCHJ nashriyoti, 2024 - 352 bet.
4	Xolmamatov D.H., Musayev B.Sh., Narkulova Sh.Sh., Boyjigitov S.K. Internet marketing. O'quv qo'llanma. – Samarqand: «FAN BULOG'I» nashriyoti, 2022. 232 bet.
5	Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Ibodullayev N.E., Amriddinova R.S. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma. Qayta ishlangan va to'ldirilgan 3-nashri.-SamISI.:- 2019