

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSİYALAR VAZIRLIGI**

**ALISHER NAVOIY NOMIDAGI
TOSHKENT DAVLAT O'ZBEK TILI VA ADABIYOTI UNIVERSITETI**



**SMM MENEJERI VA LOYIHALARNI BOSHQARISH
FANI BO'YICHA**

ISHCHI O'QUV DASTURI

Bilim sohasi: 600 000 – Xizmatlar sohasi

Ta'lif sohasi: 610 000 – Xizmat ko'rsatish sohasi

Ta'lif yo'nalishi: 5611600 – Noshirlik ishi

Fan/modul kodi 2007SMM7		Fan/modul turi majburiy		Ta'lim tili o'zbek		Ishlab chiqilgan o'quv yili 2023/2024						
Semestr	Har bir semestrdaagi fan/modulning nomi	ECTS - Kreditlar	Haftalik dars soatlari	O'quv mashg'ulotlari (soat)						Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)	
				Jami:	ma'ruza	seminar	amaliy	laboratoriya				
7	SMM menejeri va loyihalarni boshqarish	7	5	75	28	0	47	0	135	210		
	Jami:	7	5	75	28	0	47	0	135	210		

1. FANNING MAZMUNI

Sotsial media marketing – bu mahsulot yoki xizmatni ilgari surish uchun ijtimoiy media platformalari va veb-saytlardan foydalanish. Elektron va raqamli marketing atamalari ommalashgan bir paytda , ijtimoiy media marketingi ham amaliyotchilar, ham tadqiqotchilar uchun tobora ommalashib bormoqda. Ko'pgina ijtimoiy-media platformalarida o'rnatilgan ma'lumotlar, analitik vositalari mavjud bo'lib, bu nashriyot uylari reklama kampaniyalarning borishi, ularning yutuqlari va mahsulotlarining sotib olinishini kuzatishga imkon beradi. Mavjud va potensial mijozlar, mavjud va potensial ishchilar, jurnalistlar, bloggerlar va keng jamoatchilikni o'z ichiga olgan ijtimoiy media marketingi orqali turli xil manfaatdor tomonlarga murojaat qilishadi. Ijtimoiy media marketingi marketing kampaniyasini boshqarish, doirani belgilash (masalan, faolroq yoki passiv foydalanish) va kerakli ijtimoiy medianing obyektnign "madaniyati" va "ohangini" belgilashni o'z ichiga oladi.

2. FANNI O'QITISH NATIJALARI VA SHAKLLANADIGAN KASBIY KOMPETENSIYALAR

Talaba bilishi kerak:

- Internetda integratsiyalashgan reklama kontseptsiyasi;
- Internetda reklama kampaniyalarini rejalshtirish tamoyillari;
- ijtimoiy media tushunchasi;
- asosiy ijtimoiy tarmoqlar va ularning tasnifi;
- eng yirik ijtimoiy tarmoqlarning yaratilish tarixi;

Ko'nikma:

- ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish statistikasini tahlil qilish;
- jamoalar va umumiy sahifalar, guruhlar yaratish va boshqalardan foydalanish;
- ijtimoiy tarmoq vositalari;
- ijtimoiy tarmoqlarda reklama kampaniyalarini yaratish;
- ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli va retargetingdan foydalanish;
- kompaniyaning ijtimoiy tarmoqlardagi zikrlarini monitoring qilish vositalaridan foydalanish;

Malaka:

- muharrir sifatida internet-portalda yoxud axborot agentligi lentasidagi ma'lumotlarni joylashtirish;
- kontent-menedjer (nashr yoki veb-sayt mazmuni uchun mas'ul shaxs) sifatida veb-sayt/sahifani zaruriy mazmun (matnli va grafik ma'lumotlar) bilan to'ldirish va foydalanuvchilar bilan interaktiv ishlash, muloqot qilish malakasiga ega bo'lish;
- kopirayter (matnlarini yozadigan mutaxassis) sifatida reklama qilingan mahsulotni sotib olish istagini paydo qila oladigan matn yozish malakasiga ega bo'lish;
- media menejer sifatida turli mass-medialarni boshqarish, ularning rivojlanish strategiyasini belgilash;
- media-loyihalarni boshqarish va turli ommaviy axborot vositalarida media-mahsulotlarni yaratish;
- media rejalshtirishni amalga oshirish, brend strategiyasini va bozorda OAV marketingini belgilash;

3. O'QUV FANI O'QITILISHI BO'YICHA USLUBIY KO'RSATMALAR

- guruhlarda ishlash;
- taqdimotlar qilish;
- aqliy hujum;
- individual loyihalar;
- jamoa bo'lib ishslash;
- ma'ruzalar;

- interfacl keys-stadflar;
- mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar;

4. TALABALAR KREDITLARNI OLISH TARTIBI

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Makhkamasining 2020-yil 31-dekabrdagi 82-sonli qarori bilan tasdiqlangan "O'IMlarda o'quv jaryoyoniga kredit-modul tizimini joyiq etish tartibi to'g'risida Nizom"ning 15- va 30-bundlariga asosan SMM menejeri O'lyi bilalami boshqarish fundan 210 sonat (7-semestri va 210) o'quv yillardan oshib yozilishi, fan dasturi (sillabus)da belgilangan baholash turtibiga ko'ra baholamli kachiy kompetensiyalarini yetari darviyada ega bolegan talabaga 7 (7- semestri va 7) kredit beriladi.

Talaba belgilangan ta'lim elish natijalariga erisha olmayan taqdirda kreditlar berilmaydi.

Talabalarning bilimini baholash O'zbekiston Respublikasi Olyi va o'rta maxsus tasdiqlangan "Olyi ta'lif muassasalarida talabalar bilimini nazorat qilish va baholash tizimi to'g'risida" gi Nizom talabari asosida belgilanadi.

Talabalarning bilimini baholash mezonlari:

Talabalarning bilimini baholash tartibi O'zbekiston Respublikasi Olyi va o'rta maxsus ta'lif vazirining 2018-yil 9-avgustdagi 19-2018-son buyrug'i bilan tasdiqlangan "Olyi ta'lif muassasalarida talabalar bilimini nazorat qilish va baholash tizimi to'g'risida" gi Nizom talabari asosida belgilanadi.

1. Nazoratlarini amalga oshirish tartibi.

Oraliq nazorat: O'tilgan mavzular asosida yozma (amatiy) shakida o'kaziladi. Yaxuniy nazorat: Semestr davomida o'tilgan mavzular bo'yicha yozma (amatiy) shakida o'kaziladi.

Izoh: Oraliq nazorat turi har bir fan bo'yicha fanning xususiyetidan ketib chiqqan holda 2 marta gacha o'kazilishi mumkin.

Talahani oraliq nazorat turi bo'yicha baholashda, uning o'quv mashg'ulotlari davomida olgan baholari inobatga olinadi.

Nazoratning o'kazilishi muddatlarini mayyan o'quv yillarda tasdiqlangan o'quv jarayoni jadvali asosida tashkil etiladi.

2. Talabalarning bilimi baholash mezonlari:

talaba mustaqil xulosa va qaror qabul qiladi, ijodiy fikrlay oladi, mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimini amalda qo'llay oladi, fanning tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan bo'yicha tasavvurga topilganda – 5 (5'lo) baho;

talaba mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimini amalda qo'llay oladi, fanning mohiyatni tushunmadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – 4 (yarshi) baho;

talaba olgan bilimini amalda qo'llay oladi, fanning mohiyatni tushunmadi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega emas deb topilganda – 3 (qonqurli) baho;

talaba fan dasturini o'zlashtirmagan, fanning mohiyatni tushunmadi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega emas deb topilganda – 2 (qonqarsiz) baho bilan baholanadi.

5. O'QUV MASIG'ULOTLARI VA MUSTAQIL TA'LIM QISMII

1. Ma'ruba mashg'ulotlari

"Asosiy nazary qism (ma'ruba mashg'ulotlari)" o'quv fanning mavzulari mantiqiy ketma-ketlikda keltiriladi, har bir mavzuning mohiyati asosiy tushunchalar va qisqa ifodalar orqali ta'lif oluvchilarga davlat ta'lif standarti va malaka talabari asosida yetkazilishi zatur bo'lgan bilim va ko'nimkalar qamrab olingan holda ifodalab beriladi.

No	Ma'ruba mavzulari	Qisqaicha tasvifi (kalit so'zlar)	Sohatlari
1.	ijtimoiy tarmoqda marketingning asosiy maqsadlari va qiyosiy tushunchalarini va umumiy ko'nimkalar	ijtimoiy tarmoqda marketingning asosiy maqsadlari va qiyosiy afzalliklari. Ijtimoiy tarmoqning turli platformalari va ularning o'ziga xosliklari. SMM menejeri sifatida o'z taskilotingiz yoki mijozlaringizni turli platformalarda qanday tanitisishingiz kerakligi	2
2.	Smm kampaniyalarini tuzish va moliyaviy strategiya	SMM loyihamarining tuzilishi va boshqarilishi ijtimoiy tarmoqda reklama kampaniyalarini tuzishning bosqichlari SMM kampaniyalari uchun moliyaviy strategiyalarini rivojlantirish	2

		optimallaشتirish. natijalarini tahlil qilish va takomillaشتirish.	Reklama	
5.	Mijozlarga qanday qisqa vaqt ichida yetkazib berish	Tarmoqda mijozlarni jalb qilish strategiyalari. Kliklar, hisoblashlar, va qo'llanmalar. Qisqa muddatda yetkazib berishning usullari va vositalar.	2	
6.	Smm analitika va ma'lumotlar tahlili	Ma'lumotlarni to'plash va saqlashning asosiy tizimlari. SMM kampaniyalarning natijalarini tahlil qilish va takomillaشتirish. Ma'lumotlarni visualizatsiya qilish va ma'lumotlarni boshqarish vositalari.	2	
7.	Maxfiylik va qonunlar	Maxfiylik siyosati va uning amaliyati. Ijtimoiy tarmoqda reklama qilishda qonunlar va talablar. Maxfiylik muammolari va ularni bartaraf etish strategiyalari	2	
8.	Loyiha boshqarish va taktikalar	Loyihalarni boshqarishning asosiy bosqichlari. Qanday loyiha qurish, boshqarish, va optimallaشتirish. Loyiha boshqarish vositalari (Hootsuite, Buffer, Sprout Social, va boshqalar)	2	
9.	Kreativlik va dizayn	Kreativ kontent yaratish va tajribani oshirish. Dizaynning asosiy prinsiplari va vositalari. Tasvir va video yaratish.	2	
10.	So'nggi smm yangiliklari va tendensiyalar	So'nggi ijtimoiy tarmoqning yangiliklari va o'zgaruvchilari. SMM sohasidagi eng so'nggi tendensiyalar va qoidalar. O'z bilim va tajribangizni yanada rivojlantirish.	2	
11.	Tiktok, telegram, youtube va smm	Tiktok, telegram, youtube platformasining o'ziga xosliklari va tajribani oshirish strategiyalari. Tiktok, telegram, youtubeda eng yaxshi nashrlar va ularni yaratishning asosiy qoidalari. Tiktok, telegram, youtube reklama kampaniyalarni boshqarish va natijalarini tahlil qilish.	4	

12.	Ijtimoiy tarmoqda influenser marketing	Influenser marketingning o'ziga xosliklari va qanday yozilishi. Influenser marketing strategiyalari va loyihalarni boshqarish. Influenserlar bilan muzokaralarni o'rganish va tayyorlash	2
13.	Big data va ijtimoiy tarmoqda analitika	Katta ma'lumotlar (Big Data) va ularni ijtimoiy tarmoqda qanday qo'llash. Ma'lumotlarni olish, saqlash, va ularsh tizimlari. Big Data va analitika asosida strategiyalarni tuzish va optimallaشتirish	2
Jami:			28 s

2. Amaliy mashg'ulotlar

"Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar" o'quv fanining mohiyati va nazariy mavzulariga mos ravishda amaliy, seminar va laboratoriya mashg'ulotlarining mavzulari, ushbu mashg'ulotlarni o'tkazish shakllari, unda qo'llanishi tavsiya etiladigan texnologiyalar, usullar, vositalar zarur hollarda muhokama etiladigan mavzular, masalalar, laboratoriya ishlarining mazmuni, maqsadi hamda fan mohiyatidan kelib chiqadigan boshqa ma'lumotlar yoritiladi. Shuningdek, kurs loyihasi va kurs ishlari, ijodiy ishlar mohiyati, mazmuni, maqsadi, mavzulari ularni bajarish shakllari hamda fan mohiyatidan kelib chiqadigan boshqa ma'lumotlar yoritiladi. Shu bilan birga ushbu qismda o'quv va ishlab chiqarish amaliyotlarining maqsadi, vazifasi, shakli, mazmuni, amaliyot jarayonida ta'lim oluvchilar tomonidan tayyorlanishi zarur bo'lgan yakuniy ishlar shakli yuzasidan qisqa uslubiy ko'rsatmalar beriladi.

Nº	Amaliy mashg'ulot mavzulari	Soatlar hajmi
1.	Ijtimoiy tarmoq platformalarini tuzish va boshqarish	2
2.	Mijozlар bilan o'zaro aloqalar yaratish	2
3.	Ijtimoiy tarmoqlarda qimmatli kontent yaratish	2
4.	Tijoratni o'rganish	2
5.	Ijtimoiy tarmoqlarda targetingni boshqarish	2
6.	Smm analitika va tahlil	2
7.	Kreativlik va dizayn	2
8.	Brendni boshqarish uchun web texnologiyalardan foydalanish	2
9.	Tiktok, telegram, Youtube va smm	3
10.	Ijtimoiy tarmoqda influenser marketing	2
11.	E-mail marketing va ijtimoiy tarmoq birlashmalari	2
12.	Mijozlarga qisqa vaqt ichida yetkazib berish	2

13. Maxfiylik va xavfsizlik	2
14. Big data va malumotlar tahlili	2
15. Smm yangiliklari va tendensiyalar	2
16. Kampaniyalarni koshqarish va natijalarni tahlil qilish	2
17. Qanday yangi taqinqlar topish va ulardan foydalaniш	2
18. Malumotlarni visualizatsiya qilish	2
19. Ijtimoiy tarmoqda malumotlar tizimlari va vositalar	2
20. Reklama platformalarini (google ads, facebook ads) tuzish va kampaniyalarni boshqarishni o'rganish	2
21. Ijtimoiy tarmoq platformalarini tuzish va boshqarish	2
22. Mijozlar bilan o'zaro aloqalar yaratish	2
23. Ijtimoiy tarmoqlarda qimmatli kontent yaratish	47 s
Jami:	
3. Mustaqil ta'lim ishlari	
"Mustaqil ta'lim va mustaqil mashg'uoltolar" qismida mustaqil ta'limning shakli va mazmuni, mustaqil ishga mo'jallangan mavzular va topshirishlar, mustaqil mashg'uoltolar jarayonida ta'lim oluvchilar tomonidan tayyorlanishi zarur bo'lgan ishlar referat, esse, mustaqil (ijodiy) ish, muammoli ma'ruza va boshqalar keltiriladi;	

№	Mustaqil ta'lim mavzulari	O'quv mashg'uolt turi nomi	Soatlar	
1	Storytelling qoidalari.	Maruza mani bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
2	Kopitayter ko'nikmalari:	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
3	Kopitayter ko'nikmalari: Flyer	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
4	Kopitayter ko'nikmalari: Broshura	Berilgan mavzu bo'yicha amaliy mashg'uoltlarga tayyorgarlik ko'rish	6	
5	Masumiy frilanserlar.	Berilgan mavzu bo'yicha amaliy mashg'uoltlarga tayyorgarlik ko'rish	6	
6	2020-2021 yillardagi trend logotiplar	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
7	SMMining 2021-2022 yildagi trendlari	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
8	Ijtimoiy tarmoqlar: Maxfiylik, Oqliylik, Auditoriya fikri	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
9	"Negaativ"lar (salbiy fikr bildiruvchilar) haqida.	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
10	Masumiy frilanser: stiker, gif matni va dizayni.	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
11	Sotsial media tarixi	Maruza matni bo'yicha taqidmoq qilish.	6	
6. FANNING KURS ISHI MAZMUNI				
Kurs ishi (loyihasi) zauriyati mayjud emas				
7. O'QUV ADABIYOTLARI VA AXBOROT MANBALARI				
Asosiy adabiyotlar				
1. Social Media Trends 2023-Curtis Foreman – 46b 2. Social Media Marketing Trends 2023-Jari Lähdenvor – 93b				
Qo'shimcha adabiyotlar				
1. Porsaev G.M., Taniyev A.B. Internet – marketing. Darslik. . – Samarcand: SamDU nashri, 2021 y.– 184 b. 2. Интернет – маркетинг и digital – стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кокушко, 176 И. Чуркин, А. Агеев и				

Internet saytlari:

1. <https://www.30n.ru/4/1.html> 57.<https://spravochnick.ru/marketing>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki> 59.<https://zubolom.ru/lectures/marketing/5.shtml>
3. <https://in-scale.ru/blog/funkcii-marketinga-celi-i-zadachi>
4. http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_ts/the-purpose-of-marketing/
5. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Маркетинг>
6. <https://t-laboratory.ru/2020/01/27/6-osnovnyh-koncepcijmarketinga/>
7. <https://marketing.wikireading.ru/>
8. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business>
9. <https://discovered.com.ua/marketing/koncepcii-marketinga/>
10. https://vuzlit.ru/327477/kontseptsii_marketinga
11. http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/printsipy_marketinga/
12. https://ru.wikipedia.org/wiki/Персональный_маркетинг

8. ISHCHI O'QUV DASTURI HAQIDA MA'LUMOT

O'quv dasturi Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o'zbek tili va adabiyoti universiteti tomonidan ishlab chiqilgan va universitet Kengashining 202___ yil “___” “___” dagi “___” -sonli bayoni bilan tasdiqlangan.

**“Kompyuter lingvistikasi va raqamli texnologiyalari” kafedrasi mudiri
B.B.Elov** *(imzo)*

Tuzuvchi:

F.B.Erkinov – ToshDO'TAU Kompyuter lingvistikasi va raqamli texnologiyalari kafedrasi o'qituvchisi.

Taqrizchilar:

Nurumova A – O'zMU “Amaliy matematika va kompyuter tahlil” kafedrasi dotsenti