



Ro'yxatga olindi: №  
2024 yil " 18 " 08

MIJOZLARARO MUNOSABATLARNI BOSHQARISH  
FANING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi: 400 000 – Biznes, boshqaruv va huquq  
Ta'lim sohasi: 410 000 – Biznes va boshqaruv  
Magistratura mutaxassisligi: 70411201 "Menejment" (tarmoqlar va sohalar)

	- ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, sanoat va raqobat muhitini, tashkilotlarning mijozlar bilan munosabatlari bazasini tahlil qilishning o'ziga xos usullarini va vositalarini egallashi zarur.
5.	<p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ma'ruzalar;</li><li>• amaliy ishlarni bajarish va xuoslash;</li><li>• interfaol keys -stadalar;</li><li>• bilits-so'rov;</li><li>• guruhlarda ishlash;</li><li>• taqdimotlar namoyishi;</li><li>• jamoa bo'lib ishlash;</li></ul>
6.	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushoxada yuritish va joriy, oralik nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ishini topshirish.</p> <p><b>Asosiy adabiyotlar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1.Дубровин И.А. Поведение потребителей: учебное пособие/ И.А.Дубровин.- 4-е издание.- Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020.</li><li>2.Смирнов В.Н.Управление взаимоотношениями с клиентами: учебное пособие/ Владимирский государственный университет имени А.Григорьевича и Н.Григорьевича Столетовых. Изд. ВолГУ 2022 год</li><li>3.Boris Galitsky. Artificial Intelligence for CRM. Springer Nature Switzerland AG 2020.</li><li>4. Mirziyoev Sh.M. "Buyuk kelajagimizni mard va oliyjanob xalqimiz bilan birga quramiz". – Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017.</li><li>5.Mirziyoev Sh.M. Yangi O'zbekiston strategiyasi.-T.,O'zbekiston nashriyoti,2021,464 b.</li></ol> <p><b>Axborot manbalari:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>6. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali.</li><li>7. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.</li><li>8. www.ziynet.uz – Axborot ta'lim portali.</li><li>9. https://libgen.lc/ – Bepul elektron o'quv adabiyotlar manbasi.</li><li>10. https://open.unn.edu – Bepul elektron o'quv adabiyotlar manbasi.</li></ol>
8	Mazkur o'quv dastur Samarqand iqtisodiyot va servis institut o'quv-uslubiy Kengashining 2024 yil ____ avgustdagi 1-sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan. (№ )
9	<p><b>Fan/modul uchun ma'sul:</b></p> <p>Usmanova Nasiba Akbarjonovna – SamISI "Menejment" kafedrası PhD, dotsent v.b</p> <p><b>Taqrizchilar::</b></p> <p>A.U. Egamov — Samarqand shahar hokimining tadbirkorlik masalalari bo'yicha birinchi o'rinbosari;</p> <p>M.Alimova - SamISI "Menejment" kafedrası professori</p>



	<p>11-mavzu: Tarmoq iqtisodiyotida munosabatlar marketingi va munosabatlar marketingini amalga oshirish jarayoni</p> <p>12-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning jarayonlarini avtomatlashtirish</p> <p>13-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni rivojlantirish istiqbollari</p> <p>14-mavzu: PCM va CRM to'g'risida tushunchalar</p> <p>15-mavzu: Ijtimoiy CRM va klientologiya bilan bog'liq fanlar</p> <p>16-mavzu: Qiymat yaratish jarayoni</p> <p>17-mavzu: Kompaniyada CRMning amaliy qo'llanilishi</p> <p style="text-align: center;"><b>IV. Mustaqil ta'lim</b></p> <p><i>Mustakil ta'lim uchun tavsiya etiladigan topshiriqlar:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompaniyaning mijozlarga yo'natirilishi</li> <li>2. CRM ta'rifi yondashuvlar</li> <li>3. Strategiyani ishlab chiqarish jarayoni: asosiy bosqichlari</li> <li>4. Mijoz strategiyasini roli</li> <li>5. CRM strategiyasini ishlab chiqish</li> <li>6. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimini baholash</li> <li>7. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish uchun asboblarga to'plam</li> <li>8. Kompaniyada qiymat yaratish jarayoni</li> <li>9. CRM strategiyasi: mohiyati va qamrovi</li> <li>10. Sodiqlik dasturlari: mohiyati va qamrovi</li> <li>11. Yaratilgan mijoz qiymatini baholash usullari</li> <li>12. Qiymatli taklifni shakllantirish</li> <li>13. O'zaro ta'sir kanallarini boshqarish strategiyalari</li> <li>14. Sadoqat va mijozlarning sodiqlik narvonlari</li> <li>15. Axborot texnologiyalari va axborotni boshqarishning roli</li> <li>16. Turli bozorlardagi mijozlar munosabatlarini tahlil qilish yo'nalishlari</li> <li>17. Kompaniya tomonidan olingan qiymat</li> <li>18. Sodiqlik dasturlarini afzalliklari va kamchiliklari</li> <li>19. Ko'p kanalli strategiya</li> <li>20. CRM tizimidagi dasturiy ta'minot turlari</li> </ol>
4	<p style="text-align: center;"><b>V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Talaba bilishi kerak:</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tushunchasini, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish strategiyasi turlarini, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning asosiy jarayonlari va texnologiyalarini bilishi;</li> <li>- kompaniyaning sanoat va raqobat muhitini tahlil qila olish, maqsadli segmentlar va asosiy mijozlarni aniqlash, qiymat taklifini shakllantirish, aloqa va qiymat etkazib berish kanallarini loyihalash;</li> <li>- mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning jarayonlarini tashkil etishning o'ziga xos usullarini egallash;</li> </ul>



Patient Care Management va Customers Relationship Managementga qo'yilgan talablar. Patient Care Management va Customers Relationship Managementning tashkilot faoliyatidagi afzallik tomonlari. PCM va CRMning respublika kprxonalarida mavjligi va mohiyati. PCM va CRM chet el tajribasi. Patient Care Management va Customers Relationship Management strategiyalari.

**15-mavzu: Ijtimoiy CRM va klientologiya bilan bog'liq fanlar**  
Ijtimoiy Customers Relationship Management tushunchasi. Ijtimoiy CRM tamoyillari va talablari. Ijtimoiy Customers Relationship Management bilan bog'liq fanlar va ularning mohiyatlari. Klientologiya tushunchasi. Klientologiya bilan bog'liq fanlar. Klientologiya turlari va ularni boshqarish. Klientologiyani boshqa sohalaridan farqi. Klientologiyani chet eldagi holati va xususiyatlari.

**16-mavzu: Qiymat yaratish jarayoni**  
Qiymat tushunchasi. Qiymat yaratish bosqichlari va jarayoni. Qiymat yaratishning afzallik tomonlari va unga ta'sir qiluvchi omillar. Qiymat yaratish jarayonining mohiyati. Qiymat turlari va unga qo'yilgan talab. Qiymat yaratish jarayonini baholash ko'rsatkichlari. Qiymat yaratish jarayoni bosqichlari. Qiymat yaratish jarayoni integral hisoboti. Mijoz uchun qiymat tushunchasi.

**17-mavzu: Kompaniyada CRMning amaliy qo'llanilishi**  
Kompaniyada CRMning amaliy qo'llanilishini mohiyati. Kompaniyada CRMning amaliy qo'llanilishi talablari va bosqichlari. Kompaniyada CRMning amaliy qo'llanilishini xususiyatlari. Kompaniyada CRMning amaliy qo'llanilishini ijobiy va salbiy tomonlari. Kompaniyada CRMning amaliy tashkil qilinishi va xodimlarning malakalari.

**III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar**  
*Amaliy mashg'ulotlar uchun qo'yidagi mavzular tavsiya etiladi:*

- 1-mavzu: Mijozlararo munosabatlarni boshqarish faniga kirish
- 2-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatishning nazariy asoslari
- 3-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning mohiyati, turlari, funktsiyalari
- 4-mavzu: Mijozlarni sodiqligini boshqarish
- 5-mavzu: Mijozlarni chiqib ketishi va noroziligiga qarshi kurashish
- 6-mavzu: Mijozlarga eng yaxshi xizmat ko'rsatish uchun xodimlarni samarali boshqarish
- 7-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish samaradorligi
- 8-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish samaradorligini hisoblash va oshirish yo'nalishlari
- 9-mavzu: Munosabatlar marketingi: mohiyati, yondashuvlari va o'ziga xos xususiyatlari
- 10-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishda marketingning o'ziga xos xususiyatlari

Fan/modul kodi	O'quv yili 2024 - 2025	Semestr 3	Kreditlar 6	
Fan/modul turi Tanlov	Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 4	
1	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Mijozlararo munosabatlarni boshqarish	72	108	180
2	<b>I. Fanning mazmuni.</b>  Fanning maqsad –zamonaviy raqamli iqtisodiyotda mijozlararo munosabatlarni boshqarish va ular bilan munosabatlarni o'rnatish va yaxshilash orqali foydali mijozlarni jalb qilish va ushlab turish. Mijozlar bilan munosabatlar strategiyasini ishlab chiqish axborot texnologiyalaridagi yutuqlar tufayli mumkin bo'ladi. Bugungi kunda kompaniyalar bir qator ma'lumotlar bazasini boshqarish texnologiyalari, shuningdek, ko'payib borayotgan CRM ilovalari yordamida mijozlar tajribasini yaxshilashlari mumkin. Ushbu ishlanma mijozlar ma'lumotlarining katta massivlarini yaratishga imkon beradi, mijozlarning keng ko'lamli fikr-mulohazalarini kafolatlaydi va olingan ma'lumotlarni tahlil qilish, sharhlash va konstruktiv foydalanish imkoniyatlarini aniqlashni o'rnatish hamda egallagan bilimlarni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.  “Mijozlararo munosabatlarni boshqarish” kursi mijozlararo munosabatlarni boshqarish va biznesning strategik vazifalarni hal qilishda mavjud variantlarni baholash uchun xo'jalik yurituvchi sub'yektlarning mijozlararo munosabatlarni boshqarish haqidagi ma'lumotlarni birlashtirib tahlil qilishga xizmat qiladi. Mijozlararo munosabatlarni boshqarish faoliyatining barcha yo'nalishlariga va biznes jarayonlariga ya'ni: marketing, mahsulotlar (ishlar yoki xizmatlar) sifati, strategik dasturlar, innovatsion rivojlanish, kadrlar siyosati, ishlab chiqarish salohiyati, moliyaviy ahvol va boshqalarga taalluqlidir.			
3	<b>II. Asosiy nazariy qism (Ma'ruza mashg'ulotlari)</b> <b>II.1. Fan tarkibiga qo'yidagi mavzular kiradi:</b>  <b>1-mavzu: Mijozlararo munosabatlarni boshqarish faniga kirish</b> “Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish” fanining mohiyati. “Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish” fanining maqsad va vazifalari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish yondashuvining paydo bo'lishi va rivojlanishi tarixi. <b>2-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatishning nazariy asoslari</b>			



Mijozlararo munosabatlarni boshqarishning chet el tajribasi. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish va sifat menejmenti o'rtasidagi munosabatlar. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish jarayonlari. Mijozlararo munosabatlarni boshqarish modellari. Mijozlararo munosabatlarni boshqarishning respublika olimlari qarashlari.

**3-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning mohiyati, turlari, funktsiyalari**

Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari tushunchasi va mohiyati. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlarining funktsiyalari va turlari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlarini qurish asoslari. Mijozga yo'naltirilgan yondashuvning paydo bo'lishining zaruriy shartlarini sanab o'ting va tavsifi.

**4-mavzu: Mijozlarni sodiqligini boshqarish**

Iste'molchi tushunchasi. Iste'molchining mavjudligini tashkilotdagi ta'siri. Iste'molchilar bilan munosabatlar tushunchasi. Iste'molchilarning sodiqligi tushunchasi va uning tashkilotning savdo siyosatidagi o'rni. Xizmat ko'rsatish sohasida iste'molchilarning sodiqligini boshqarish usullari. Iste'molchilarning sodiqligini baholash uchun marketing axborot tizimini yaratish tamoyillari.

**5-mavzu: Mijozlarni chiqib ketishi va noroziligiga qarshi kurashish**

Mijozlarning noroziligi tushunchasi va uning mohiyati. Mijozlarni rad etish sabablari. Mijozlarning noroziligi tushunchasi va norozilikning oldini olishning oldini olish. Munosabatlar marketingi kontseptsiyasida mijozga yo'naltirilgan yondashuv qanday o'rni. Customers Relationship Managementning asosiy turlarini nomi va tavsifi.

**6-mavzu: Mijozlarga eng yaxshi xizmat ko'rsatish uchun xodimlarni samarali boshqarish**

Xodim tushunchasi uning tashkilotdagi roli. Xodim va tashkilot rahbari munosabatlari, ular o'rtasida paydo bo'ladigan muammolar. Xodimlarni boshqarishning fan sifatidagi roli va ahamiyati. Inson xodimlarni boshqarish sub'ekti sifatida. Xodimlarning toifalari va malakasi. Xodimning tashkilot uchun ishlash munosabati. Xodimning mijozlar bilan munosabatlari.

**7-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish samaradorligi**

Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (Customers Relationship Management). CRMning asosiy komponentlari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlarining afzalliklari. Customers Relationship Management nima. Ushbu atamani kontseptual va axborot texnologiyalari nuqtai nazaridan aniqlash. CRM kontseptsiyasining asosiy tamoyillarini. CRM tushunchasi an'anaviy marketing kontseptsiyasidan nimasi bilan farqi.

**8-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish samaradorligini hisoblash va oshirish yo'nalishlari**

Boshqaruv samaradorligi tushunchasi. Boshqaruv samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar. Boshqaruv samaradorligini baholash mezonlari. Boshqaruv samaradorligiga xodimlar munosabatlari. Boshqaruv samaradorligi omillari.

Boshqaruv samaradorligini oshirish usullari. Boshqaruv samaradorligini oshirish vositalari. Boshqaruv samaradorligini baholash chet el metodikalari.

**9-mavzu: Munosabatlar marketingi: mohiyati, yondashuvlari va o'ziga xos xususiyatlari**

Munosabatlar marketing mohiyati va maqsadi. Munosabatlar marketingini tashkilot faoliyatidagi o'rni. Munosabatlar marketingining maqsad va vazifalari. Munosabatlar marketingining yondashuvlari. Munosabatlar marketingini boshqarish va takomillashtirish. Munosabatlar marketing xodimlarini malkasini oshirish.

**10-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishda marketingning o'ziga xos xususiyatlari**

Mijozlararo munosabatlarni boshqarishda marketing roli. Mijozlararo munosabatlarni boshqarishda marketologlarga bo'lgan talablar. Bozor yetakchilari modeli. Xarajatlar bo'yicha yetakchilik strategiyangiyasi. Differentsiatsiya strategiyasi. Fokuslash strategiyasi. Operatsion yetakchilik strategiyangizni tushunchasi. Mahsulot yetakchiligi strategiyangiyasi. Mijozga yaqinlik strategiyasi. Mijoz strategiyasini tavsifi.

**11-mavzu: Tarmoq iqtisodiyotida munosabatlar marketingi va munosabatlar marketingini amalga oshirish jarayoni**

Tarmoq iqtisodiyotida munosabatlar marketingi tushunchasi va maqsadi. Tarmoq iqtisodiyotida munosabatlar marketingi vazifalari va tamoyillari. Biznes tarmog'i va munosabatlar marketing. Biznes tarmog'ining iqtisodiy omillari. Tarmoq iqtisodiyoti va raqobatbardoshligi. Tarmoq iqtisodiyotida munosabatlar marketingining jahon tajribasi.

**12-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning jarayonlarini avtomatlashtirish**

Tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi munosabatlarning xususiyatlari mijozlar bilan. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimi. CRM tizimlaridan foydalanishning iqtisodiy samarasi. Customers Relationship Management yondashuvining paydo bo'lishi va rivojlanishi. CRM ning asosiy turlari. Elektron CRM tushunchasi va hozirgi zamon talablari. Customers Relationship Management strategiyasini ishlab chiqish jarayoni.

**13-mavzu: Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni rivojlantirish istiqbollari**

Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni rivojlantirish mohiyati va bosqichlari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni rivojlantirish istiqbollari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni rivojlantirish xorijiy davlatlardagi holati va istiqbollari. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishni rivojlantirish istiqbollari talablari va tashkilotlarning roli.

**14-mavzu: PCM va CRM to'g'risida tushunchalar**

Patient Care Management va Customers Relationship Management tushunchasi. PCM va Customers Relationship Management tamoyillari. Patient Care Management va Customers Relationship Management talablari.