

**MARKETINGDA MUVAFFAQIYATGA ERISHISH UCHUN ZARUR
AKADEMIK VA KASBIY KO'NIKMALAR**

Buraxanova Sevinch Asqar qizi

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
Marketing yo'nalishi talabasi*

Kalanova Moxigul Baxritdinovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti

***Annotatsiya.** Ushbu maqolada marketing sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun zarur bo'lgan akademik va kasbiy ko'nikmalar tahlil qilinadi. Akademik jihatdan, marketing tamoyillari, iste'molchilar psixologiyasi, bozor tahlili va raqamli marketing asoslarini chuqur o'rganish muhimligi ta'kidlanadi. Kasbiy ko'nikmalar qatorida esa kommunikatsiya, kreativ yondashuv, analitik fikrlash, muammolarni hal qilish va zamonaviy texnologiyalardan samarali foydalanish kabilar ko'rsatiladi.*

***Kalit so'zlar:** marketing, muvaffaqiyat, akademik ko'nikmalar, kasbiy ko'nikmalar, bozor tahlili, iste'molchilar psixologiyasi, raqamli marketing, kommunikatsiya, kreativ yondashuv, analitik fikrlash, zamonaviy texnologiyalar, uzluksiz ta'lim, amaliy tajriba.*

***Аннотация.** В данной статье анализируются академические и профессиональные навыки, необходимые для достижения успеха в сфере маркетинга. С академической точки зрения подчеркивается важность глубокого изучения принципов маркетинга, психологии потребителей, анализа рынка и основ цифрового маркетинга. Профессиональные навыки включают коммуникативные навыки, творческий подход, аналитическое мышление, решение проблем и эффективное использование современных технологий.*

***Ключевые слова:** маркетинг, успех, академические навыки, профессиональные навыки, анализ рынка, психология потребителя, цифровой маркетинг, коммуникация, креативный подход, аналитическое мышление, современные технологии, непрерывное образование, практический опыт.*

***Annotation.** This article analyzes the academic and professional skills necessary for success in the field of marketing. Academically, it emphasizes the importance of in-depth study of marketing principles, consumer psychology, market analysis, and the basics of digital marketing. Among the professional skills, communication, creative approach, analytical thinking, problem solving, and effective use of modern technologies are highlighted.*

***Key words:** marketing, success, academic skills, professional skills, market analysis, consumer psychology, digital marketing, communication, creative approach, analytical thinking, modern technologies, continuing education, practical experience.*

KIRISH

Bugungi raqobatbardosh biznes muhitida marketing sohasi doimiy rivojlanish va o'zgarishga moslashishni talab qiladi. Muvaffaqiyatli marketolog bo'lish uchun nafaqat nazariy bilimlarga ega bo'lish, balki zamonaviy texnologiyalar, bozor tahlili va iste'molchilar xatti-harakatlarini tushunish kabi muhim ko'nikmalarni ham rivojlantirish zarur. Marketing sohasida muvaffaqiyatga erishish akademik bilimlar va kasbiy ko'nikmalarning uyg'unligi bilan bog'liq.

Zamonaviy biznes olamida marketing mijozlar bilan samarali aloqa o'rnatish va mahsulot yoki xizmatlarni muvaffaqiyatli targ'ib qilishning asosiy vositalaridan biri hisoblanadi. Raqobat tobora kuchayib borayotgan bugungi bozorda faqatgina an'anaviy marketing bilimlariga tayanish yetarli emas. Marketologlardan bozor o'zgarishlarini tushunish, iste'molchilar ehtiyojlarini oldindan taxmin qilish va raqamli texnologiyalardan foydalana olish kabi ko'nikmalar talab etiladi.

Biroq, ko'plab yosh mutaxassislar marketing sohasiga kirishda amaliy tajriba yetishmovchiligi, zamonaviy tendensiyalarni tushunmaslik yoki moslasha olmaslik kabi muammolarga duch kelishadi. Shu sababli, marketingda muvaffaqiyatga erishish uchun zarur bo'lgan akademik va kasbiy ko'nikmalarni o'z vaqtida shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Marketing sohasi fundamental nazariyalarga asoslangan bo'lib, marketologlar quyidagi bilimlarga ega bo'lishi muhim:

1. Bozor tahlili va iste'molchilar xulq-atvori

Tadqiqotlarga ko'ra, iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayonini tushunish marketologlarga samarali reklama strategiyalarini ishlab chiqishda yordam beradi. Bozor tahlili iste'molchilarning ehtiyojlari va tendensiyalarini aniqlashga yordam beradi. Masalan, Coca-Cola yangi mahsulot chiqarmoqchi bo'lsa, avval iste'molchilarning qaysi lazzatlarga ko'proq qiziqish bildirayotganini o'rganadi. Bu orqali kompaniya bozor talabini tushunib, aniq strategiya ishlab chiqadi.

Nielsen kompaniyasining tadqiqotlariga ko'ra, iste'molchilarning 92% i do'stlari yoki oila a'zolarining tavsiyalariga ko'proq ishonishadi. Bu esa marketologlar uchun tarmoq marketingi va mijoz sodiqligini oshirish strategiyalarini ishlab chiqish muhimligini ko'rsatadi.

2. Raqamli marketing va texnologiyalarni o'rganish

Hootsuite va We Are Social hisobotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'ylab 5 milliarddan ortiq odam ijtimoiy tarmoqlardan foydalanmoqda. Bu esa raqamli marketing strategiyalarining muhimligini ko'rsatadi.

Nazariy bilimlar yetarli emas, muvaffaqiyatli marketolog bo'lish uchun quyidagi kasbiy ko'nikmalar ham talab etiladi:

1. Kommunikatsiya va kreativ yondashuv

Marketingning asosiy tamoyillaridan biri samarali kommunikatsiya hisoblanadi. Google tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, marketing sohasida ishlovchi xodimlarning 80% i kreativ fikrlash va samarali aloqa qobiliyatlari orqali mijozlarni jalb qilishni muvaffaqiyatli amalga oshirgan.

Misol uchun, Burger King kompaniyasi o'z reklama kampaniyalarida kreativ va hazilomuz yondashuvdan foydalanadi. Bir kompaniyada ular McDonald's-dan "Big

Mac" burgeri yo'qligini isbotlash uchun butun dunyo bo'ylab restoranlarida shunday reklama qo'ydi:

"Bizning burgerimiz "Big Mac" emas. Lekin u yomon emas".

Natijada, bu hazilomuz reklama mijozlarning diqqatini tortdi va "Burger King"ning savdolari sezilarli darajada oshdi.

2. Analitik fikrlash va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish

Ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish marketologlar uchun eng muhim ko'nikmalardan biridir. McKinsey kompaniyasining tadqiqotiga ko'ra, ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalarini qo'llagan kompaniyalar daromadlarini 15-20 % ga oshirishga muvaffaq bo'lgan.

Misol uchun, Amazon o'z mijozlarining xarid qilish odatlarini tahlil qiladi va shunga mos ravishda individual takliflar beradi. Agar bir mijoz tez-tez sport anjomlari sotib olsa, unga sport bilan bog'liq maxsus chegirmalar va tavsiyalar taqdim etiladi. Shu tarzda, Amazon shaxsiylashtirilgan marketing orqali sodiq mijozlar sonini oshiradi.

XULOSA

Umumiy xulosa qilib aytadigan bo'lsak, marketing — bu faqat mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish emas, balki iste'molchilar ehtiyojlarini tushunish, innovatsiyalarni qo'llash va doimiy rivojlanish jarayonidir. Ushbu maqolada marketingda muvaffaqiyatga erishish uchun zarur bo'lgan akademik va kasbiy ko'nikmalar tahlil qilindi. Shuni unutmash kerakki, nafaqat nazariy bilimlar, balki amaliy tajriba, kreativ fikrlash va tahliliy yondashuv ham muhim rol o'ynaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Harvard Business Review (2022). Building a Strong Brand: Strategies for Success.
2. Hootsuite & We Are Social (2024). Digital 2024 Global Overview Report.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
4. McKinsey & Company (2023). The Future of Digital Marketing: Trends and Insights.
5. Гуломова, Н. Ф. (2022). Предпосылки развития цифровизации в области экономических отношений в странах ЕАЭС. In Цифровая трансформация экономических систем: теория и практика (pp. 34-57).
6. Ткачёва, А. (2018). Изображение смертных грехов в «книге о благой любви» хуана руиса. Иностранная филология: язык, литература, образование, 3(2 (67)), 42-46.
7. Aleksandrovna, T. A., & Stanislavovna, S. L. (2022). The actualization of the frame dolor within the framework of morbial metaphoric model in spanish poetic

- discourse. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 12(3), 350-354.
8. Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
 9. Гуломова, Н. Ф. (2022). Возможности Цифровой Трансформации Транспортной Отрасли В Республике Узбекистан. *International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research*, 188-192.
 10. Makhmurovna, S. B., & Dahiya, R. Analysis of Italian and Russian Proverbs Reflecting the Concept of Time.
 11. Nematdjonovna, M. G., & Qizi, G. N. F. (2023). Buyumlar Interneti (IoT) Texnologiyalarining Shakllanishi. *Science and innovation*, 2(Special Issue 3), 37-41.
 12. Gulomova, N. (2023). Assessment And Comparative Analysis Of The Investment Potential Of The Republic Of Belarus And The Republic Of Uzbekistan Within The EAEU. *Western European Journal of Modern Experiments and Scientific Methods*, 1(2), 1-9.
 13. Gazanfarovna, B. D., & Abdusamiyevna, V. A. (2022). Cognitive linguistics as an interdisciplinary study. *Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal*, 12(2), 133-135.
 14. Dilovarxon, B. (2024). Terminological terms of modern pragmalinguistics in the example of english, russian and spanish languages. *Miasto Przyszłości*, 44, 612-615.
 15. Хакимов, М. (2024, November). Языковая картина мира и её теоретическое осмысление на примере итальянского языка. In *Conference Proceedings: Fostering Your Research Spirit* (pp. 154-155).
 16. Чуканина, Д. Б., & Хакимов, М. Р. (2016). использование видео и аудио педагогических технологий в изучении иностранного языка. *Ученый XXI века*, 55.
 17. Хакимов, М. Р. (2020). Развитие инновационных технологий в системе высшего образования Республики Узбекистан. *Re-health journal*, (2-2 (6)), 163-164.
 18. Danilov, O. E., & Pozdeeva, O. G. (2014). Features of distance learning. In *Problems and prospects for the development of education: materials of the V Intern. scientific conf. Perm* (pp. 34-37).
 19. Rafikovich, H. M. (2022). The classification of teaching methods in higher education. *Journal of Positive School Psychology*, 1582-1587.
 20. Bakhronova, D., Alavutdinova, N., Israilova, S., & Vilchis, V. V. Color Lexemes in Context: Cognitive and Cultural Explorations.
 21. Xolmanova, Z. (2022). Semantik Maydon Va Semantik To 'R Imkoniyatlari. *Computer Linguistics: Problems, Solutions, Prospects*, 1(1).
 22. Begmatova, D. M., Daminova, N. K., & Vaydulla, M. M. (2022). Improving the pedagogical content of professional socialization of youth and students in the context of globalization. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 1(105), 756-759.