

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA'LIM FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
NAMANGAN TO'QIMACHILIK SANOATI INSTITUTI

“TASDIQLAYMAN”

Namangan to'qimachilik sanoati

instituti rektori



____ Q.M.Xoliqov

2024- yil “ ____ ”

REKLAMA VA DIZAYN
FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	200 000	- San'at va gumanitar fanlar
Ta'lim sohasi:	210 000	- San'at
Ta'lim yo'nalishi:	60210400	- Dizayn (kostyum)

Namangan-2024

Fan/modul kodi RD 2806		O'quv yili 2024-2025	Semestr 6	ECTS-kreditlar 6	
Fan/modul turi tanlov		Ta'lim tili o'zbek		Haftadagi dars soatlari 6	
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)		Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Reklama va dizayn	90		90	180
2.	I.Fanning mazmuni: Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarni moda sanoatining segmentlari bilan tanishtirish, moda sanoatining rivojlanishida reklama turlarini o'rganish, zamonaviy brendlar yaratish va rivojlanish bosqichlarini o'rganish, moda sanoati ishlab chiqargan mahsulotlarni sotish uchun mo'ljallangan savdo joylarida Merchendayzing tadbirlarini uyushtirishni o'rganish va savdo do'konlarini dizayn loyihasini tuzish uchun asosiy kompozitsion vositalar yordamida ijodiy tafakkurni tug'dirish va nazariy bilimlarni shakllantirish. Fanni vazifasi- O'zbekistonda reklama faoliyatini tashkil etishning huquqiy asoslari, reklama vositalarini elementlaridan foydalanib zamonaviy takrorlanmas kreativ reklama turlarini tayyorlashni o'rganish va olgan bilimlarni zamonaviy moda industriyasini rivojlantirishda qo'llash. II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari): II.I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: 1-mavzu. “Reklama va dizayn” fanining mazmuni, maqsad va vazifalari. Kirish. “Reklama va dizayn” fanining maqsad va vazifalari. Reklama va jamiyat. Reklamaning ta'rifi va vazifalari. Reklamaning ijtimoiy iqtisodiy mohiyati. Reklama turlarini tasnifi. Reklamaning rivojlanish bosqichlari. 2-mavzu. Moda marketingi va zamonaviy dizayn ta'siri tahlillari*. Zamonaviy moda. Tanqidiy moda. Marketing tahlillarini o'tkazish. Moda sanoatida reklamaning o'rni. Hozirgi davrdagi reklama va uning xususiyatlari. 3-mavzu. O'zbekistonda reklama faoliyatini tashkil etishning huquqiy asoslari. Reklama xizmatini tashkil etish. O'zbekistonda faoliyat olib borayotgan mavjud reklama faoliyat turlari tahlili. Huquqiy asoslar. 4-mavzu. Reklama kampaniyasini tashkil etish. Reklama kompaniyalarining turlari. Reklama tadqiqotlari. 5-mavzu. Reklama kampaniyasi faoliyatini rejalashtirish. Reklama byudjeti. Reklama samaradorligini baholash. 6-mavzu. Reklama va dizayn.				

Reklamada dizaynning o'zni. Dizaynning ijodiy salohiyati. Reklama dizaynining tamoyillari. Reklama unsurlarining xususiyati. Dizaynning unsurlar bilan ishlashi.

7-mavzu. Moda amaliyoti va reklama*.

Zamonaviy moda sanoatini rivojlantirishda reklama amaliyotini qo'llash xususiyatlari. Reklama vositalarining elementlari. Matbuotdagi reklama. Bosma reklama. Televidenie va radiodagi reklama.

8-mavzu. Reklamaning tasviriyl tarkibiy qismlari.**

Reklamaning tasviriyl tarkibiy qismlari dizayni. Reklamani bezash. Tasviriyl shriftli kompozitsiyalar. Iste'molchini jalb etuvchi reklama omillari.

9-mavzu. Reklamada rang tasvir.

Reklamaning muayyan turlarini tasvirlash xususiyatlari.

10-mavzu. Reklama faoliyatining psixologik asoslari.

Reklamada qiziqtirish asoslari. Reklamalarda qiziqtirish omillari.

*Izox: * Angilyaning Manchestr universiteti.*

*Izoh ** "Tekstil libos", "Saodat sanoat servis MCHJ, "Tekstil libos" MCHJ korxonalari tavsiyasi asosida olingan.*

II. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg'ulotlari uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. O'zbekistondagi reklama agentliklarining faoliyati tahlili.
2. Reklama kampaniyasi tashkil etish bosqichlarini ishlab chiqish va reklama tadqiqotlarini o'tkazish.
3. Xaridorlarni reklama qilinayotgan tovarga qiziqishini oshirish uchun xaridorlarni ruhiy holatini o'rganish.
4. Reklamaning tasviriyl tarkibiy qismlari dizaynini tuzish.
5. Reklama tarqatish vositalarini tanlash.
6. Reklama vositasini tayerlash.
7. Iste'molchining aks sadosiga ta'sir etuvchi omillar**.
8. Reklamani tarqatish vositalari*.
9. Tashqi reklama. Transport reklama. Internet reklama.
10. Ko'rgazma va yarmarkalar. Reklama fotossesiyalari.
11. Reklama murojaatlarini tayyorlash asoslari*
12. Sanoat korxonalarining reklama faoliyati**.

*Izox: * Angilyaning Manchestr universiteti*

*Izoh ** "Tekstil libos", "Saodat sanoat servis MCHJ, "Tekstil libos" MCHJ korxonalari tavsiyasi asosida olingan.*

Amaliy mashg'ulotlarini tashkil etish yuzasidan kafedra tomonidan ko'rsatma va tavsiyalar ishlab chiqiladi. Unda talabalar asosiy mavzulari bo'yicha olgan bilim va ko'nikmalarini amaliy masalalar, keyslar orqali yanada boyitadilar. Shuningdek, darslik va o'quv qo'llanmalar asosida talabalar bilimlarini mustahkamlashga erishish, tarqatma materiallardan foydalanish,

	masalalar yechish, mavzular bo'yicha taqdimotlar va ko'rgazma tayyorlash, normativ-huquqiy hujjatlardan foydalanish va boshqalar tavsiya etiladi. IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular: 1. Mashhur brendlar reklama kampaniyalari. 2. Xalqaro fashion-filmlar. 3. Marketing va dizayn. 4. Zamonaviy kreativ reklama. 5. Reklama fotosseiyalarni tashkil etish. 6. Namangan shaxridagi eng qiziqarli reklama bannerlari fotoalbomi. 7. O'zbekistondagi reklama agentliklarining faoliyati. 8. Korxona reklamalarini tashkil etish**. 9. Kiyim ishlab chiqarish, mahsulot sotuvini boshqarishda reklama o'rni**. 10. Ishlab chiqarish korxonalari mavjud assortimentlari asosida reklama albomini yaratish**. 11. Internet orqali savdo tashkil etish shartlari**. <i>Izoh ** "Tekstil libos", "Saodat sanoat servis MCHJ, "Tekstil libos" MCHJ korxonalari tavsiyasi asosida olingan.</i> Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.
3.	V. Ta'lim natijalari/Kasbiy kompetensiyalari Talaba bilishi kerak: • reklama turlari, vazifalari va rivojlanish bosqichlari, reklama kompaniyasini tashkil etish, reklama dizaynining tamoyillari, reklamani tarqatish vositalari haqida <i>tasavvurga ega bo'lishi; (bilim)</i> • reklamani ijtimoiy iqtisodiy mohiyatini, O'zbekistonda reklama faoliyatini tashkil etishning huquqiy asoslarini, reklama xizmatini tashkiliy tuzilmasini, reklama tasviriy tarkibiy qismlarining dizaynini <i>bilishi va ulardan foydalana olishi; (ko'nikma)</i> • dizayn mahsulotlari reklama kampaniyasini rejalashtirish va o'tkazish, reklama dizaynini ishlab chiqish va byudjetini aniqlash, reklama murojaatlarini tayyorlash, reklama vositalarini elementlaridan foydalanib zamonaviy kreativ reklama turlarini ishlab chiqish <i>ko'nikmalariga ega bo'lish malakalariga ega bo'lishi kerak. (malaka)</i>
4.	VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • amaliy mashg'ulotlar; • interfaol keys-stadilar; • kichik guruhlarda ishlash; • taqdimotlar qilish; • jamoa bo'lib ishlash;

	• video materiyallar tayyorlash; • individual ishlash; • master klass;
5.	VII. Kreditlarni olish uchun talablar: Fanga oid nazariy va amaliy tushunchalarini to'liq o'zlashtirish, fan yuzasidan mustaqil fikrlay olish, mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayorlash va uni taqdimot qilish, nazorat turlari bo'yicha berilgan topshiriqlarni o'z vaqtida topshirish.
6.	Asosiy adabiyotlar 1. Каримова Г.И., Камилова Х.Х. Реклама ва дизайн. Дарслик. – Т.: “O‘zbekiston”, 2012. – 264 б. 2. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. Учебник. – М.: «Издательство Оникс», 2008. – 270 с. Qo'shimcha adabiyotlar 3. Панкратов Ф.Г. и др. Рекламная деятельность. Учебник для вузов - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2003. – 364 с. 4. Дэвид Огилви. Откровения рекламного агента. Учебное пособие. - Москва, 2007 г. 5. Батра Р. Рекламный менеджмент: пер. с англ., 5-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 780 с. 6. Бедулин Ю.Н. Технологии эффективных продаж рекламы в газеты. – СПб.: / Питер, 2001. – 392 с. 7. Бузин В.А. Основы медиапланирования: курс лекций. – М.: Изд-во Междунар. ин-т рекламы, 2002. – 204 с. 8. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности: учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 414 с. Axborot manbaalari 1. www.zivonet.uz 2. www.lex.uz 3. https://www.aod.lk/pages/test-ba-hons-fashion-design-and-marketing 4. Fashion Management 5. Fashion Marketing 6. Fashion Buying and Merchandising
7.	Fanning o'quv dasturi Namangan to'qimachilik sanoati instituti Kengashining 2024 yil “<u>26</u>” <u>08</u> dagi “<u>1</u>”-sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan.
8.	Fan/modul uchun mas'ullar: М.А.Нazarova – Namangan to'qimachilik sanoati instituti “Dizayn” kafedrası mudiri, PhD.

	I.Xakimjanov - Namangan to'qimachilik sanoati instituti "Dizayn" kafedrası assistenti.
9.	Taqrizchilar: G.A.Soliyeva – Namangan muhandislik-texnologiya instituti "Marketing" kafedrası mudiri. A.Mamadaliyev- "Home textile NT" MCHJ korxona marketologi. A.Mo'minov- "Saodat sanoat servis MCHJ korxona konstruktor-texnologi. A.Muhiddinov- "Tekstil libos" MCHJ korxona rahbari.