

ВАЗОРАТИ МАОРИФ ВА ИЛМИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН
ДОНИШГОҶИ ДАВЛАТИИ МОЛИЯ ВА ИҚТИСОДИ ТОҶИКИСТОН
ФАКУЛТЕТИ ТЕХНОЛОГИЯҶОИ ИТТИЛООТӢ ДАР ИҚТИСОДИЁТ
КАФЕДРАИ ИНФОРМАТИКАИ АМАЛӢ ДАР ИҚТИСОДИЁТ

«Тасдиқ мекунам»

Декани факултети технологияҳои
иттилоотӣ дар иқтисодиёт

_____ н.и.и., дотсент Неъматов И.У.

«___» _____ с. 20__



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

СИЛЛАБУС

(барномаи кории таълимӣ)

аз фанни «Маркетинги рақамӣ»

барои донишҷӯёни ихтисоси 1- 25011026 «Иқтисоди рақамӣ»

The Digital Literacy syllabus is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project
“Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and
Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP

*This project has been funded with support from the European Commission. This document
reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use
which may be made of the information contained there in.*

*Лоиҳаи мазкур бо дастгирии Комиссияи Аврупо маблағгузорӣ карда мешавад. Ин ҳуҷҷат
танҳо назари муаллифро инъикос мекунад ва Комиссия наметавонад барои ҳар гуна
маълумоте, ки дар он мавҷуд аст, ҷавобгар бошад.*

Душанбе – 2021

Силлабус (барномаи кории таълимӣ) дар асоси “**Стандарти давлатии таълимӣ**”, ки мутобиқи қарори мушовараи Вазорати маориф ва илми Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 29.11.2019 тасдиқ шудааст, тартиб дода шудааст.

Тартибдиҳандагон: н.и.и. Аламшоева М.М., н.и.ф.-м., дотсент Темурбекова С.Д., н.и.ф.-м.Фарайдунов О.Қ.

Аз ҷониби Шӯрои илмӣ-методии факултаи технологияҳои иттилоотӣ дар иқтисодиёт маъқул доништа шудааст.

Раиси Шӯрои илмӣ-методии
факултети технологияҳои иттилоотӣ дар
иқтисодиёт н.и.и., дотсент _____ Ашуров М.
суратљаласаи № __ аз «__» _____ 2021 с.

Силлабус (барномаи кории таълимӣ) дар ҷаласаи кафедраи информатикаи амалӣ дар иқтисодиёт муҳокима ва тасдиқ карда шудааст.

Мудири кафедраи
информатикаи амалӣ дар иқтисодиёт
н.и.ф.-м., дотсент _____ Темурбекова С.Д.
суратљаласаи № __ аз «__» _____ 2021 с.

«Маркетинги рақамӣ». Силлабус барои донишҷӯёни маълумоти олии касбии «бакалавр» - и факултети технологияҳои иттилоотӣ дар иқтисодиёт, ихтисоси 1-25011026 «Иқтисоди рақамӣ» - Душанбе: ДДМИТ, 2021. – 15 с.

1. ТАСНИФОТИ ФАНИИ ТАЪЛИМӢ

Фанни «Маркетинги рақамӣ» ҷузъи факултативии барномаи таълимии «Иқтисоди рақамӣ» ба ӯисоб рафта, барои ташаккули донишҳои донишљӯён оиди воситаҳои маркетинги рақамӣ, маркетинг дар шабака, шиносӣ бо аппарати мафҳумӣ-таснифотии фан, ошкор намудани алоқамандии тамоми мафҳумҳо ба даст овардани донишу малакаи амалӣ дар соҳаи иқтисодиёти рақамӣ пешбинӣ карда шудааст. Инчунин, фанни «Маркетинги рақамӣ» дар бораи методологияи муосир, ташкил ва воситаҳои технологияҳои маркетинги рақамӣ, фаъолиятҳои маркетингӣ дар интернетро меомӯзонад.

Фанни «Маркетинги рақамӣ» барои донишҷӯёни тахассуси «Иқтисоди рақамӣ» ҳамчун фанни ассосӣ ӯисобида шуда, дар доираи низоми донишҳо оиди таъсири технологияҳои иттилоотии муосир ба иқтисодиёти миллӣ пешбинӣ карда шудааст. Дар доираи фанни мазкур донишҷӯён на танҳо асосҳо ва принципҳои назариявии маркетинги рақамӣ, балки ба даст овардани малакаҳои пешбарии мол ва хизматрасонӣ, ҷустуҷӯи ахборот, мизоҷон, шарикон, роҳҳои ба даст оварии ғоида тавассути технологияҳои шабакавиро меомӯзанд. Бо мақсади амалӣ намудани нақшаҳои Ёукумат ва Вазорати маориф ва илм, тайёр намудани кадрҳои баландхаттисос дар соҳаи иқтисод, махсусан дар иқтисодиёти рақамӣ, низоми технологияҳои иттилоотӣ, омӯзиши фанни «Маркетинги рақамӣ» барои донишҷӯёни ихтисоси 1- 25011026 «Иқтисоди рақамӣ» ба рољ монда шудааст. Фанни мазкур дар асоси санадҳои меъёрии ӯукукӣ ва Стандарти давлатии таъсилоти олии касбӣ ба рољ монда шудааст.

2. МАҚСАДИ ФАН

Мақсади асосии омӯзиши фанни «Маркетинги рақамӣ» аз он иборат аст, ки фаҳмиши донишҷӯён дар бораи мафҳумҳо, категорияҳо, системаҳо ва алгоритмҳои маркетинги рақамӣ дар соҳаҳои гуногун, аз худ намудани салоҳиятҳои интихоби каналҳо ва воситаҳои муоширати рақамии маркетинг, ҳамгироии маркетинги онлайн ва ғайрирасмӣ, аз худкунии малакаҳои зарури барои кор бо пойгоҳҳои иттилоотӣ, барномаҳои махсуси технологияҳои иттилоотӣ ва системаҳои маркетинги рақамӣ барои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингӣ ва фаъолияти корхона дар маҷмӯъ дар шароити муосири тичорат мебошад.

3. ВАЗИФАҲОИ ФАН

➤ омӯхтани равишҳои гуногун ва динамикӣ доир ба маркетинги рақамӣ, аз он ҷумла маркетинги мобилӣ ва бисёрканалӣ, мансубият ва моделсозии омехтаи маркетинг дар интернет;

➤ азҳудкунии технологияҳои муосири маркетинги рақамӣ;

➤ ба даст овардани донишу малакабарои таҳияи стратегияҳои SEO ва SEM, алаҳусус веб-таҳлил, оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ;

➤ гирифтани донишҳои амалӣ дар рушди экосистемаи таблиғи интернет дар якҷоягӣ бо таҳлили вазоити ахбори омма/шабакаҳои иҷтимоӣ ва маҷмӯи маълумотҳои калон барои қабули қарорҳои самараноки маркетингӣ;

➤ таъмини донишҷӯён бо донишҳои зарурӣ дар самти банақшагирии фаъолияти маркетингӣ дар шабакаи интернет;

➤ ташаккули малакаҳои истифодаи воситаҳои маркетинги рақамиро раванди фаъолияти соҳибкорӣ;

➤ омӯзиши донишҷӯён бо татбиқи маҳсулотҳои барномавӣ, системаҳои иттилоотӣ ва технологияҳо дар фаъолияти касбӣ.

4. НАТИҶАҲОИ ОМӮЗИШ - САЛОҲИЯТҲО (БО НАЗАРДОШТИ SOFT SKILLS)

Натиҷаҳои барномае, ки барои ба даст овардани онҳо фанни «Маркетинги рақамӣ» пешбинӣ шудааст, инъоянд:

Дониш

Асосҳои маркетинги рақамӣ (маркетинги рақамӣ) ва намудҳои платформаҳои эҷодӣ, хусусиятҳои маркетинги рақамӣ дар ҷомеа, абзорҳои маркетинги рақамӣ, системаи таҳқиқоти маркетинг, асосҳои таҳлили веб, пешбурди сайтҳо, почта ва асосҳои ташаккули роҳҳои фурӯш дар шабакаи компютерӣ ва паёмрасонакҳо (in messengers);

Маҳорат

Барои муваффақ шудан ба ҳадафҳои мушаххас ва ҳалли мушкилоти субъекти бозор қобилияти пешрафти нав дар назария ва амалияи маркетингро истифода бурда тавоништан.

Ба нақша гирифтани ва гузаронидани таҳқиқот дар соҳаи маркетинг, таҳлил кардани натиҷаҳои онҳо ва асоснок кардани қабули қарорҳои самарабахши маркетинг дар шароити номуайян.

Қобилияти баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетинги субъектҳои бозор дар сатҳҳои гуногуни ҳукумат, таҳия намудани лоиҳаҳо дар соҳаи маркетинг ва идоракунӣ онҳо.

Қобилияти ташаккул ва такмил додани системаи маркетинги субъекти бозор.

Фаҳмидани моҳият ва хусусиятҳои воситаҳои маркетинг дар раванди қабули қарорҳои маркетингӣ.

Қарорҳои маркетингиро дар сатҳи субъектҳои бозор бо истифодаи принципҳо, равишҳо, усулҳо, усулҳои муосири идоракунӣ асоснок кардан.

Маълумоти заруриро аз манбаъҳои гуногун ҷамъоварӣ кардан, натиҷаҳои онҳоро бо истифода аз усулҳои муосир ва таҳминоти барномавии махсус коркард ва таҳлил кардан.

Бо истифодаи таҳминоти барномавӣ дар соҳаи маркетинг, маркетинги рақамӣ ва технологияҳои муосири инноватсионӣ дошта тавоништан ва равишҳои муосирро дар таҳлили рақамии фаъолияти маркетингӣ истифода бурдан.

Дар амал истифода бурдани намудҳои муосири маркетинг (маркетинги рақамӣ, нейромаркетинг, маркетинги иҷтимоӣ, маркетинги маърифатӣ ва ғ.).

Алоқа

Ба роҳ мондани робитаҳои самарабахши байни корхона ва субъектҳои муҳити беруна, яъне: истеъмолкунандагон, шарикон, рақибон, намоёндагони аудиторияҳои алоқа, алоқаи самараноки байнишахсӣ.

Soft skills

Қобилияти қабули қарорҳои ташкилӣ ва идоракунӣ ва ҳис кардани масъулият барои иҷрои онҳо, ташкили ҳамкорӣ дар лоиҳаҳо, ростқавлӣ, ошкорбаёнӣ, эҳсосотӣ зеҳнӣ,

малакаҳои муаррифӣ

Пас аз хатми курс, донишҷӯ дорои салоҳиятҳои зерин мебошад:

Донишҳои асосӣ. Қобилияти ҳалли мушкилот ва мушкилоти мураккаб дар соҳаи маркетинг дар фаъолияти касбӣ ё раванди таълим, таҳқиқот ва ё навовариро дар бар мегирад ва бо номуайянии шароит ва талабот тавсиф карда мешавад.

Қобилияти тавлиди ғояҳои нав (эҷодкорӣ).

Қобилияти мантиқан ва пай дар пай аз худ кардан ва истифодаи дониши назариявӣ, усулҳо ва усулҳои амалии маркетинг.

Қобилияти дуруст тафсир кардани натиҷаҳои таҳқиқоти назариявии ниҳой дар соҳаи маркетинг ва амалияи истифодаи онҳо.

Қобилияти гузаронидани таҳқиқоти мустақил ва тафсири натиҷаҳои онҳо дар соҳаи маркетинг.

Қобилияти интихоб ва истифодаи воситаҳои самарабахши идоракунии фаъолияти маркетинги субъектҳои бозор дар сатҳи ташкилот, тақсимоат, гурӯҳҳо, шабака.

Қобилияти таҳия ва таҳлили стратегияи маркетинги субъекти бозор ва роҳҳои татбиқи он, бо назардошти муносибатҳои байнисистемавӣ.

Қобилияти ташаккул додани системаи маркетинги субъектҳои бозор ва арзёбии самаранокӣ ва самаранокии фаъолияти он.

Қобилияти дар сатҳи зарурӣ гузаронидани таҳқиқоти назариявӣ ва амалӣ дар соҳаи маркетинг.

Қобилияти истифодаи технологияҳо, концепсияҳо ва меъмории менеҷменти рақамӣ ва муайян кардани нақши онҳо дар дастгирии тағирёбии рақамӣ.

Қобилияти интихоб ва татбиқи назария ва амалияи таҳлили маълумоти калон, таъсири онҳо ба системаҳои зехнии тиҷорат.

Қобилияти истифодаи принципҳои асосии маркетинги рақамӣ ва муошират бо ҷонибҳои манфиатдор

Қобилияти банақшагирӣ, татбиқ ва ҷен кардани стратегияҳои корхонаҳои рақамӣ.

Қобилияти мутобиқ сохтани мушкилот ва таъсири эътимоди рақамӣ, ки дар асоси масъалаҳои тиҷорати рақамӣ оид ба амнияти киберӣ, идоракунии хавфҳо ва технологияҳои марбут ба харобиовар ва татбиқи онҳо омӯхта шудаанд.

Қобилияти истифодаи самтҳо, моделҳо ва стратегияҳои асосии инноватсияи рақамӣ.

Қобилияти асоснок кардани мафҳумҳо, имкониятҳо ва мушкилоти марбут ба таҳия, банақшагирӣ ва татбиқи стратегияи ҳамгирошудаи рақамӣ.

5. МАВЗҶҶ ВА ДАВОМНОКИИ МАШҶУЛИЯТҶОИ ДАРСҶ

Силлабуси фанни маркетинги рақамӣ

Шакли таҳсил: рӯзона, ғоибона

Курс 3

Семестри 2

Миқдори кредит 3

Шакли натиҷавӣ: санҷиш, имтиҳон

Миқдори умумии кредитҳо - 90 соат (3 кредит).

Машғулиятҳои аудитории лексионӣ-назариявӣ –20 соат.

Машғулиятҳои аудитории амалӣ (лабораторӣ, семинарӣ) – 20 соат.

Корҳои мустақилонаи донишҷӯён– 50 соат.

Шумораи нафта	Намуди дарс	Мавзӯи дарс ва супоришҳо барои кори мустақилона	Миқдор				Ҳол
			Соат				
			Назариявӣ	лабораторӣ	амалӣ	КМД	
Модули 1 «Асосҳо ва аудити маркетинги рақамӣ»							
1	Лексияи 1	Муқаддимаи фанни маркетинги рақамӣ ва иҷтимоӣ. Мақсад ва вазифаи	1				

		фан					
	Дарси амалӣ	Муқаддимаи маркетинги рақамӣ ва иҷтимоии ВАО			1		1
	Кори мустақилона	Кор дар портали таълимию иттилоотӣ				2	2
2	Лексияи 2	Маркетинги рақамӣ ҳамчун фанни омӯзиш	1				
	Дарси амалӣ	Заминаи пайдоиш ва таърихи инкишофи маркетинги рақамӣ			1		2
	Кори мустақилона	Кор дар портали таълимию иттилоотӣ				3	
3	Лексияи 3	Аудити маркетинги рақамӣ	2				
	Дарси амалӣ	Аудити маркетинги рақамӣ			2		2
	Кори мустақилона	Кор дар портали таълимию иттилоотӣ				2	
4	Лексияи 4	Намудҳо ва стратегияҳои маркетинги рақамӣ	1				
	Дарси амалӣ	Намудҳо ва стратегияҳои маркетинги рақамӣ			1		2
	Кори мустақилона	Кор дар портали таълимию иттилоотӣ				3	2
5	Лексияи 5	Маркетинги системаи ҳустуҷӯ: SEM, SEO. Асосҳои SEO оптимизатсия ва усулҳои он	2				
	Дарси амалӣ	Маркетинги системаи ҳустуҷӯ: SEM, SEO			2		2
	Кори мустақилона	Кор бо системаи ҳустуҷӯ: SEM, SEO				2	2
6	Лексияи 6	Асосҳои SEO оптимизатсия ва усулҳои он	1				
	Дарси амалӣ	Кор бо оптимизатсияи дохилӣ. Муҳити беруна ва нақши он барои шабака			1		
	Кори мустақилона	Омода намудани реферат дар мавзӯи «Маркетинги системаи ҳустуҷӯ: SEM ва SEO»				5	9
7	Лексияи 7	Трафик-менеджмент ва моҳияти он	1				
	Дарси амалӣ	Усулҳои муосири трафик-менеджмент дар маркетинги рақамӣ			1		
	Кори мустақилона	Трафик идоракунии веб-сомонаи муассиса				3	1
8	Лексияи 8	Нишондиҳандаҳои асосии самаранокии маркетинг ва пешбурди муассиса дар	1				

		интърнет					
	Дарси амалӣ	Баҳодиҳии самаранокии маркетинги рақамӣ			1		
	Кори мустақилона (СФ I)	Назорати ниҳой барои модули 1				5	10
Дар маҷмӯъ барои модули 1 - 45 соат			10		10	25	35
Модули 2 «Воситаҳои муосири маркетинги рақамӣ»							
9	Лексияи 9	Маркетинги сифрӣ (digital marketing)	1				
	Дарси амалӣ	Намудҳои маркетинги сифрӣ			1		
	Кори мустақилона	Навиштани реферат дар мавзӯи «Маркетинги сифрӣ (digital marketing)»				5	9
10	Лексияи 10	Маркетинги рақамӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ	1				
	Дарси амалӣ	Маркетинги рақамӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ			1		
	Кори мустақилона	Кор дар портали таълимию иттилоотӣ				2	1
11	Лексияи 11	Идоракунии Веб-сайти муассиса	1				
	Дарси амалӣ	Масъалаҳои истифодабарии сомонҳо			1		1
	Кори мустақилона	Тарзҳои ҷалби диққати истифодабарандагон ба сомонҳои муассиса				2	1
12	Лексияи 12	Контент маркетинг: моҳият ва вазифаҳои он.	1				
	Дарси амалӣ	Контент-маркетинг: сохтан ва интиҳоби digital-каналҳо барои пахнкунии маводҳои информатсионӣ			1		1
	Кори мустақилона	Истифодабарии усулҳои муосири контент маркетинг				2	
13	Лексияи 13	Низомҳои асосии ҷустуҷӯӣ. Системаи ҷустуҷӯии Яндекс ва Google барои барои пешбурди кори веб-сайтҳо	1				
	Дарси амалӣ	Интернет-пешбурд дар фазои мустақили низомҳои ҷустуҷӯӣ			1		1
	Кори мустақилона	Кор дар системаҳои ҷустуҷӯӣ				2	
14	Лексияи 14	Низомҳои Веб-аналитика	1				
	Дарси амалӣ	Кор бо низомҳои Веб-аналитика – Google Analytics ва Yandex Metrix			1		

	Кори мустақилона	Кор бо низомҳои Веб-аналитика – Google Analytics ва Yandex Metrix				2	1
15	Лексияи 15	Email маркетинг: омӯзиши сохтан ва тадбири фаолияти ширкатиҳои рекламавӣ	2				
	Дарси амалӣ	Афзалиятҳо ва норасоииҳои Email маркетинг			2		
	Кори мустақилона	Омода намудани реферат дар мавзӯи «Таҳлили самаранокии интернет дар пешбурди маркетинги рақамӣ»				5	9
16	Лексияи 16	Дурнамои маркетинги рақамӣ	2				
	Дарси амалӣ	Дурнамои маркетинги рақамӣ			2		1
	Кори мустақилона (СФ II)	Назорати ниҳой барои модули II				5	10
Ҷамъ барои модули 2 - 45 соат			10		10	25	35
Имтиҳони ҷамъбастӣ							30
Умумӣ - 90 соат			20		20	50	100

6. УСУЛҲО ВА ШАКЛҲОИ ТАЪЛИМ

Шаклҳои таълим: дар сатҳи ҳамкории донишљӯи муассисаҳои олии бо муаллим: инфиродӣ, гурӯҳӣ, коллективӣ; ҷои дарсҳо: синфхона, берун аз синфхона (кафедра, синфхонаҳои компютерӣ).

Усулҳои таълим: оид ба ташкили фаолияти маърифатӣ: шифоҳӣ (маърузаҳо, муҳоҳисаҳо), презентатсияҳои аёнӣ, амалӣ (машқҳо, реферат, иҷрои супоришҳо оид ба пур кардани ҳисобот дар вақти кор, таҷрибаомӯзии таълимӣ ва истеҳсолӣ); аз рӯи намудҳои дарсҳо: лексияҳо (лексия-визуализатсия, лексия-сӯҳбат), дарсҳои амалӣ (машқҳои инфиродӣ ва гурӯҳӣ, муҳокимаи мавзӯ, кор дар гурӯҳҳои хурд); оид ба ҳавасмандгардонии фаолияти таълимию маърифатӣ (ҳавасмандкунӣ), оид ба назорати самаранокии фаолияти таълимӣ ва маърифатӣ (иҷрои тестҳо дар портали таълимию иттилоотӣ, пурсиши инфиродӣ, СФ, имтиҳони ҷамъбастӣ), дар шакли ҳавасмандгардонии фаолияти ҷустуҷӯӣ ва таҳқиқотӣ (муҳоҳисаҳо оиди мавзӯҳо, тарзи дуруст истифодабарии интернет, баромадҳо ва баромадҳои оммавӣ, љустуљӯи мақолаҳо, лоиҳаҳои гурӯҳӣ ва инфиродӣ).

7. СИЁСАТИ КУРС

- Давомот қисми муҳими омӯзиш мебошад. Барои бе сабабҳои узрнок дарс нагузаронидан, донишљӯёни таҳсилоти олии дар ин фан холи давомот дода намешавад. Ҳама дарсҳои гузаронидашуда бояд ба охир расанд.
- Ба донишљӯён иҷозат дода мешавад, ки мувофиқи ҷадвали инфиродии худ дар лексияҳо озод иштирок кунад.
- Донишљӯён бояд тартиботи дохилии донишгоҳро қатъиян риоя намояд (ба дарсҳо дер намонанд, дар љараёни дарс ба корҳои дигар машғул нашудан, дар дарсҳо иштирок намудан ва дар ҳолати беморӣ варақаи корношоямӣ пешниҳод намудан).
- Донишљӯён бояд мавзӯҳои иштирок накардари дар вақти таъин кардаи устод мустақилона аз бар намуда, сабақгардони намояд.
- Ҳама вазифаҳои пешбиниамудаи барнома бояд аз тарафи донишљӯён саривақт иҷро шаванд.
- Дар муълатҳои нишондодашуда кори мустақилона иљро карда шавад.
- Ба фароғам овардани муҳити коллективӣ ва ғайриҷамъаӣ дар љараёни дарсҳо мусоидат намояд.
- Ҳангоми иҷрои супоришҳои хаттии тестӣ ба вайрон кардани фазилати илмӣ роҳ наметанҷад.
- Дар раванди омӯзиши фан аз китобхонаи донишқада самарабахш истифода намояд.
- Донишљӯён бояд ҳангоми таъсил ахлоқи таълимиро риоя кунад, раванди таълимиро эҳтиром кунад, интизомро риоя кунад, нисбати таҷҳизот ва фонди китобҳои ДДМИТ ғамхорӣ зоҳир намояд, иљроиши ҷадвали раванди таълимиро риоя кунад.

8. ШАКЛИ НАЗОРАТИ ДОНИШ

Меъёри ҳолгузори барои як ҳафта - ҳолҳои дар дарсҳои амалӣ; дар доираи ҳар як мавзӯ – ҳолҳои муқарраргардидаи кори мустақилона; пас аз ба итмом расонидани модули якум ва дуюм- ҳолҳои барои СФ 1 ва СФ2; дар охири семестр - ҳолҳои ниҳой, дар шакли имтиҳони ҷамъбастӣ. Натиҷаҳои назорати қорӣ ва ниҳоии модули баҳогузори умумиро аз рӯи ҳолҳои дар асоси ҷамъкунӣ таҳлил мешаванд.

9. ШКАЛАИ РЕЙТИНГӢ

Арзёбии дониши донишљӯёни таҳсилоти олии касбӣ тибқи «Низомномаи қриптии таъсилоти ДДМИТ» дар ҷадвали 100-балла сурат мегирад.

10. МЕДЁРИ АРЗЁБЇ (ХОЛГУЗОРЇ БАРОИ ИЛРОИ ТАМОМИ ШАКЛҲОИ КОРҲОИ ТАЪЛИМЇ)

Дарсҳои амалӣ

Таносуби вазифаҳои дуруст иҷрошуда (барои фаъолнокӣ дар дарсҳои амалӣ, корҳои мустақилона, корҳои лабораторӣ)

Кори мустақилона (КМД)

Баҳогузори барои супоридани корҳои мустақилона тибқи саволҳо ё мавзӯҳои пешниҳодкардаи устодон, ки барои таҳсили мустақилона пешниҳод карда мешаванд. Корҳои мустақилонаи донишҷӯёнро ба воситаи Ҳалли тестҳо, Ҳалли мисолу масъалаҳо, пешниҳоди рефератҳои маърузаҳо ва ҷавобҳои хаттӣ назорат карда мешаванд.

Назорати ниҳой ва модуль (СФ I, II)

Дар давоми соли таъсил кори санҷишӣ ва имтиҳони ҷамъбасти гузаронида мешаванд. Назорати ниҳой дар шакли супоришҳои тестӣ ва кори хаттӣ дар охири омӯзиши модульҳо рух медиҳад. Ҳангоми назорати модуль ҷузъҳои зерин арзёбӣ карда мешаванд:

- Муайян кардани сатҳи воқеии дониши донишљӯён.
- Пурра ошкор кардани натиҷаи саволҳо (ҷавобҳои дуруст)
- Мустақилона илро шудан аз тарафи донишљӯён.
- Баҳо додан ба сифати иттилоот.

11. АДАБИЁТИ ТАВСИЯШАВАНДА ВА ЗАХИРАҲОИ ИТТИЛООТӢ

НОМГҶӢИ АДАБИЁТИ ҲАТМИИ ИСТИФОДАШАВАНДА

1. Стратегияи миллии рушди Љумњурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030. – Душанбе, 2016. С.89. [манбаи электронӣ]. URL: www.mmkt.tj.
2. Паёми Президенти Љумњурии Тоҷикистон, Пешвои миллат муътарам

- Эмомалӣ Раҳмон ба Маълиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳуриӣ», 26.01.2021, шаҳри Душанбе [манбаи электронӣ]. URL: www.president.tj (санаи муроҷиат: 25.04.2021)
3. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи имзои электронии рақамӣ». [манбаи электронӣ]. URL: www.mmk.tj.
 4. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах, СПб: Питер, 2011.
 5. Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий, М.: Альпина Паблишерс, Юрайт, 2010 г.
 6. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2010.
 7. Данишевская, О.Г. Секреты успеха: как создать прибыльный бизнес в интернете (часть 1): создание интернет-магазина / О.Г.Данишевская // Интернет-маркетинг. - 2011. - № 4. - С. 250-258.
 8. Кот Д. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
 9. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие/ под ред. Л.А. Данченко. – СПб.: Питер, 2013.
 10. Мейерсон М., Скарборо М. Основы интернет-маркетинга. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
 11. Одден Л. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

НОМГҶҲИ АДАБИЁТИ ИЛОВАГИИ ИСТИФОДАШАВАНДА

1. Jones B. and Leverenz C, *Building Personal Brands with Digital Storytelling ePortfolio 2017, Volume 7, Number 1*, 67-91.
2. Du Plessis, C., 2017, 'The role of content marketing in social media content communities' *South African Journal of Information Management* 19(1), a866. <https://doi.org/10.4102/sajim.v19i1.866>
3. Edelman, D. C., Singer, M. (2015) *Competing on Customer Journeys*. *Harvard Business Review*, November Issue.
4. Europe enterprise network ecommerce guide https://een.ec.europa.eu/sites/default/files/een_guide_ecommerce_2018.pdf
5. Figurska I. *Personal branding as an element of employees' professional development* 2016 [Human-Resources-Management-Ergonomics-Volume-X-PERSONAL-BRANDING-AS-AN-ELEMENT-OF-EMPLOYEES-PROFESSIONAL-DEVELOPMENT-IRENA-FIGURSKA.pdf](https://www.researchgate.net/publication/311111111_Human-Resources-Management-Ergonomics-Volume-X-PERSONAL-BRANDING-AS-AN-ELEMENT-OF-EMPLOYEES-PROFESSIONAL-DEVELOPMENT-IRENA-FIGURSKA) ([researchgate.net](https://www.researchgate.net)).
6. Hai-Ming Chen, Hsin-Mei Chung, *A scale for CEO personal brand measurement*, 2017, *South African Journal of Business Management* Vol. 48, No. 2 <https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/EJC-86b310388>.

7. Holliman, G., Rowley, J. (2014) *Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269-293.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JRIM-02-2014-0013/full/html>.
8. Stokes, R. and The Minds of Red&Yellow (2017) *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world*, 6th Edition (beta). Red & Yellow. [available online: <https://www.redandyellow.co.za/textbook/>]
9. Marketing-Schools.org, 2016. Inbound Marketing - Explore the Strategy of Inbound Marketing. [online] Available at: < <http://www.marketing-schools.org/typesof-marketing/inbound-marketing.html> > [07 January 2021].
10. Hubspot, 2016. The Inbound Methodology - The best way to turn strangers into customers and promoters of your business. [online] Available at: < <http://www.hubspot.com/inbound-marketing> > [Accessed 09 January 2021].
11. Huify, 2016. Inbound Methodology - Turn strangers into customers, and then promoters of your business. [online] Available at: < <https://www.huify.com/inbound-marketing> > [Accessed 23 December 2020].
12. Gonçalves, J. N., T. Monteiro, M. T., & Sofia Rodrigues, H. (2018). On the Dynamics of a Viral Marketing Model with Optimal Control using Indirect and Direct Methods. *Statistics, Optimization & Information Computing*, 6(4), 633-644. <https://doi.org/10.19139/soic.v6i4.441>.
13. Katrijn Gielens, Jan-Benedict E.M. Steenkamp, Branding in the era of digital (dis)intermediation, *International Journal of Research in Marketing*, Volume 36, Issue 3, 2019 (<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0167811619300059?token=BE12B0AF18592B60D4513596C0F07F86F59A5E06C53E2FE528CD9220C1749EF8399FC0871CB4B16A99B77C4A20A6CBA5>).
14. Tapinfluence (2017). *Do micro-influencers make better brand ambassadors than celebrities?* [Web log post]. Retrieved from <https://www.tapinfluence.com/micro-Influencers-make-better-brand-ambassadorscelebrities>.
15. Tapinfluence. (2017). *What is influencer marketing?* Retrieved from <https://www.tapinfluence.com/blog-what-is-influencer-marketing/>.
16. World Economics (June 2015). "Digital and Mobile Continues to Dominate Share of Marketing Budgets". *Warc.com*. Retrieved 10 January 2021. <https://www.journals.resaim.com/ijramt/article/view/320/295>.
17. Kingsnorth S. *Digital Marketing Strategy– An Integrated Approach to Online Marketing* https://books.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=yO2ODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=digital+marketing&ots=jr-MJCT0xG&sig=OpqkQ-GyNYb1D6cI-RZsqu-ZaQ4&redir_esc=y#v=onepage&q=digital%20marketing&f=false

**ТАЪМИНОТИ БАРНОМАВЌ БАРОИ ВАЗИФАҲОИ
АМАЛӢ:**

1. <http://answerthepublic.com/>
2. <https://www.salesmanago.com/>
3. <https://backlinko.com/templates/marketing/seo-marketing-plan>
4. <https://www.thinkwithgoogle.com/>
5. <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>
6. <https://ads.google.com/>
7. <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage>
8. <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage/course/digital-marketing>
9. <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage-lt/course/promote-with-content/lesson/77>
10. <https://www.mailerlite.com/>
11. <https://madmimi.com/>
12. <https://www.tailorbrands.com>
13. <https://www.designhill.com/tools/logo-maker>
14. <https://www.wix.com/logo/maker/esh>
15. <https://brandbuilder.ai/>
16. <https://pixabay.com/photos/>
17. <https://www.pexels.com/>
18. <https://www.freeimages.com/>
19. <https://www.canva.com>
20. <https://neilpatel.com/seo-analyzer/>
21. <https://www.seoptimer.com/>

12. ПОРТАЛИ ТАЪЛИМИЮ ИТТИЛОТӢ Ӣ ВЕБ-САЙТ

Портали таълимии ДДМИТ: <http://tgfeu.tj/tj/>

Китобхонаи илмии ДДМИТ: http://tgfeu.tj/tj/about_the_university/library/

13. Ҷадвали гузаронидани машғулиятҳои дарсӣ, рақами телефон ва суроғаи электронии омӯзгор

Ному насаби устод	Машғулиятҳои дарсӣ		Суроға
	Машғулиятҳои аудитории лексионӣ-назариявӣ	Кори мустақилонаи донишҷӯ бо роҳбарии омӯзгор (КМРО)	
Аламшоева Муҳайё Муқбилшоевна Тел: (+992) 935080489 E-mail: muhayo010200@mail.ru			бинои № 1 хучраи 107