



TADBIRLAR TIPOLOGIYASI VA TASNIFI

*Samarqand iqtisodiyot va servis institute Servis fakulteti Marketing  
kafedrası MR-321 guruh talabasi*

***Jamolova Aziza Baxtiyorjon qizi***

***Muxiddinov M. Sh.***

*Samarqand iqtisodiyot va servis institute Servis fakulteti Marketing  
kafedrası assistenti*

*e-pochta: muminson.mukhiddinov@gmail.com*

*Tel: +998993545858*

***Annotatsiya:*** Mazkur maqolada zamonaviy reklama vositasiga aylanishga ulguragan tadbirlar tushunchalari va ularning mazmuni haqida to'xtalib o'tamiz. Bugungi kunda ko'plab korxonlar o'z brend imijini yaxshilash va sodiq mijozlar sonini oshirish maqsadlarida turli xil PR tadbirlarini o'tkazadi. Maqolada hozirda kunda raqobatda ustunlik uchun PR tadbirlarni turlari va ularning tavsifi yoritilgan. Shuningdek, event marketingda tadbirlarning ahamiyati keltirilgan.

***Kalit so'zlar:*** Konfrensiya, seminar, festival, ko'rgazma, master-class, Trening, Press konfrensiya.

***Abstract:*** In this article, we will dwell on the concepts of events and their content, which have already managed to become a modern reclamation tool. Today, many enterprises hold various PR Events in order to improve their brand image and increase the number of loyal customers. The article now covers the types of PR Events and their description to excel in competition. Also listed is the importance of events in event marketing.

***Keywords:*** Conference, seminar, festival, exhibition, master class, training, press conference.

***Аннотация:*** В данной статье мы остановимся на понятиях и содержании мероприятий, которые успели стать современным средством рекламы. Сегодня многие компании проводят различные PR-мероприятия с



целью улучшения имиджа своего бренда и увеличения числа лояльных клиентов. В статье рассматриваются виды PR-мероприятий для доминирования в конкурентной борьбе и их описание. Также упоминается важность событий в событийном маркетинге.

**Ключевые слова:** Конференция, семинар, фестиваль, выставка, мастер-класс, тренинг, пресс-конференция.

### **Kirish.**

Jahon global bozoridagi shiddatli o'zgarishlar sharoitida tashqi muhitning tez o'zgarishi va korxonalar bozor faoliyatining murakkablashishi bilan biznes jarayonlari, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish, har bir jabhada xizmat ko'rsatish sifatini oshirish shu jumladan tadbirlar xilma xilligi doimiy ravishda o'zgarib bormoqda.

O'zbekiston Respublikasida Qonunchilik palatasi tomonida qabul qilingan "Reklama to'g'risi"dagi qonunda event tadbirlarni turlari ularning joriy etilish to'g'risidagi asosiy talablarga alohida to'xtalib o'tilgan. Yangi tahrirlangan qonuning 19, 21- moddalarida batafsil ma'lumot berilgan.

### **Introduction.**

With the rapid change of the external environment in the conditions of severe changes in the global market and the complication of market activities of enterprises, the variety of activities is constantly changing, including business processes, meeting the needs of consumers, improving the quality of service on each aspect.

The law on the "advertising barrier" adopted on the side of the legislative chamber in the Republic of Uzbekistan specifically addresses the main requirements for the introduction of event events. Further details are given in Articles 19, 21 of the newly edited law.

### **Введение.**

В условиях стремительных изменений внешней среды, серьёзных преобразований на мировом рынке и усложнения рыночной деятельности предприятий постоянно меняется спектр видов деятельности, включая бизнес-



процессы, удовлетворение потребностей потребителей, повышение качества обслуживания по всем направлениям.

Закон о «рекламном барьере», принятый законодательной палатой Республики Узбекистан, конкретно определяет основные требования к проведению мероприятий. Более подробная информация представлена в статьях 19 и 21 обновлённого закона.

### **Tahlil va natijalar.**

Tadbirlar, ularning maqsadi, tuzilishi, va amalga oshirilishiga ko'ra turli xil turlarga bo'linadi. Umuman olganda, tadbirlar quyidagi turlarga ajratilgan:

1. Formal tadbirlar: Rasmiy muhitda o'tkaziladigan tadbirlar bo'lib, ular odatda anjomlar, shartlar va qoidalar bilan bog'liqdir. Misollar: konferentsiyalar, seminarlar, yig'ilishlar.

2. Norasmiy tadbirlar: Odamlar o'rtasida o'zaro muloqotni rag'batlantirish maqsadida o'tkaziladigan tadbirlar. Misollar: pikniklar, do'stlar bilan uchrashuvlar.

3. Ijtimoiy tadbirlar: Ijtimoiy masalalar va muammolarni hal qilish, javobgarlikni oshirish maqsadida o'tkaziladigan tadbirlar. Misollar: savdo yarmarkalari, xayriya tadbirlari

4. Madaniy tadbirlar: Madaniyat, san'at va tarbiyani rivojlantirish maqsadida o'tkaziladigan tadbirlar. Misollar: konsertlar, festivallar, ko'rgazmalar.

**Konferensiya** – bu muayyan mavzu yoki sohada ishlov beradigan mutaxassislar, tadqiqotchilar va amaliyotchilar o'rtasida fikr almashish maqsadida o'tkaziladigan rasmiy yig'ilish. Ushbu tadbirda ishtirokchilar o'z ilmiy yoki amaliy ishlari haqida taqdimotlar o'tkazadilar, ma'ruzalarda ishtirok etadilar va savollar beradilar. Konferentsiyalar ko'pincha:

- ✓ Maqsad: ilmiy tadqiqotlar, innovatsiyalar va yangi g'oyalar muhokama qilish.
- ✓ Ish tartibi: ma'ruza va panellardan iborat.
- ✓ Ishtirokchilar: olimlar, tadqiqotchilar, mutaxassislar va qiziqqan odamlardan iborat.



**Seminar** – bu maxsus mavzu bo'yicha bilim va tajribalar almashish maqsadida o'tkaziladigan o'quv tadbiri. Seminarda odatda kichikroq guruhda ishtirokchilar bo'ladi va ular faol muloqot qiladi, savollar berish va fikr bildirish imkoniyatiga ega. Seminarlar o'z ichiga olgan ba'zi xususiyatlar:

- ✓ Maqsad: muayyan mavzuda chuqur bilim berish va amaliy ko'nikmalarni rivojlantirish.
- ✓ Ish tartibi: ishtirokchilar o'rtasida munozara va interaktiv mashg'ulotlar.
- ✓ Ishtirokchilar: o'quvchilar, mutaxassislar va qiziqqan odamlar.

**Konsertlar** – bu musiqiy ijro bayramlari bo'lib, san'atkorlar yoki guruhlar jonli musiqani ijro etadilar. Ular turli janrlarda bo'lishi mumkin, misol uchun, klassik, pop, rok, hip-hop va boshqalar. Konsertlar odatda katta maydonlarda, konsert zallarida yoki ochiq havoda o'tkaziladi. Ularning asosiy maqsadi:

- ✓ Musiqi va san'atni namoyish etish.
- ✓ Tomoshabinlar bilan birga bayram kayfiyatini shakllantirish.

**Festivallar** – bu ma'lum bir mavzu yoki madaniyat doirasida o'tkaziladigan keng ko'lamli tadbirlar bo'lib, ko'pincha ko'plab san'at va madaniyat shakllarini birlashtiradi. Ular odatda bir necha kun davom etadi va turli tadbirlarni o'z ichiga oladi, masalan, musiqiy konsertlar, san'at ko'rgazmalari, ovqatlar taqdimotlari. Festivallarning xususiyatlari:

- ✓ Madaniy va ijtimoiy tajribalarni baham ko'rish.
- ✓ Raqobat va ijodkorlikni rag'batlantirish.

**Sport tadbirlari** – bu sport musobaqalari yoki jamoalar orasidagi o'yinlarni o'z ichiga oladi. Ular professional yoki ommaviy sport darajasida o'tkazilishi mumkin. Sport tadbirlarining asosiy maqsadi:

- ✓ Jamoaviy yoki individual sportchilarning qobiliyatlarini namoyish etish.
- ✓ Tomoshabinlar o'rtasida raqobat va qiziqishni rag'batlantirish.

**Yangi mahsulotlar taqdimoti** – bu kompaniyalar yoki brendlar o'z yangi mahsulotlarini yoki xizmatlarini tanishtirish uchun o'tkazadigan maxsus tadbir. Ushbu tadbirlar odatda mijozlar, media vakillari, yoki biznes hamkorlar uchun mo'ljallangan bo'lib, quyidagi maqsadlarni ko'zlaydi:



- ✓ Mahsulotning afzalliklarini va noyob xususiyatlarini ta'kidlash.
- ✓ Mijozlar va iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish.
- ✓ Yangi mahsulotni bozorda muvaffaqiyatli joriy qilish.

**Korporativ tadbirlar** – bu kompaniya ichida yoki kompaniyaning tashqarisida bo'lib o'tadigan tadbirlar bo'lib, ularning maqsadi:

- ✓ Xodimlar orasida jamoaviy ruhni kuchaytirish.
- ✓ Hamkorlik va biznes aloqalarini rivojlantirish.
- ✓ Kompaniya brendini tanitish va marketing strategiyalarini amalga oshirish.

Korporativ tadbirlar turli formatlarda bo'lishi mumkin, masalan, seminarlar, treninglar, konferentsiyalar, yoki boshqa ko'ngilochar tadbirlar. Ular tarmoqni kengaytirish, fikr almashish va yangi g'oyalarni rivojlantirish uchun muhim hisoblanadi.

**Ochilish marosimlari** – bu yangi joylar, firmalar yoki mahsulotlar uchun tantanali tarzda tashkil etilgan tadbirlar. Ularning maqsadi:

- ✓ Yangi joyning ochilishini nishonlash va jamoatchilikka e'tibor qaratish.
- ✓ Mahsulot yoki xizmatlarning taqdimotini amalga oshirish.
- ✓ Mijozlar, hamkorlar va boshqa manfaatdor tomonlar bilan aloqalarni o'rnatish.

Ochilish marosimlari ko'pincha tematik dasturlar, qiziqarli sahnalar va mehmonlar ishtirokida o'tkaziladi.

**Ko'rgazmalar** – bu turli sohalarda yangi mahsulotlar va xizmatlarni namoyish etish uchun tashkil etiladigan tadbirlar. Ular odatda:

- ✓ Iste'molchilar va biznes vakillariga yangi yangiliklarni ko'rsatish.
- ✓ Raqobatchilar bilan tanishish va trendlardan xabardor bo'lish.
- ✓ Mahsulot eskizlari, prototiplari va xizmatlarni to'liq ko'rsatish.

Ko'rgazmalarda firma yoki brendning stendlarini tashkil etib, ular o'z mahsulotlarini vizual va interaktiv tarzda namoyish qiladi.

**Yarmarkalar** – odatda xalqaro yoki mahalliy savdo tadbirlari bo'lib, ular bir joyda turli xil mahsulotlar va xizmatlarni taqdim etadi. Ularning asosiy afzalliklari:



- ✓ Ishbilarmonlik va ijtimoiy aloqalarni rivojlantirish.
- ✓ Qulay savdo sharoitlarini yaratish.
- ✓ Maxsus takliflar va aktsiyalarni taqdim etish.

Yarmarkalar ko'pincha turli firmalar yoki brendlar o'rtasida raqobatni kuchaytiradi va iste'molchilar uchun yagona savdo nuqtasi sifatida xizmat qiladi.

**Press konfrensiya** – bu ommaviy axborot vositalari va jurnalistlar uchun tashkil etilgan tadbir bo'lib, u erda tashkilotchilar o'zlarining muhim yangiliklari, faoliyatlari yoki loyiha haqida ma'lumot berishadi. Press konfrensiyalarning maqsadlari:

- ✓ Yangi mahsulot yoki xizmatni e'lon qilish.
- ✓ O'zaro aloqalarni va muammolarni ochiq muloqot qilish.
- ✓ Axborot vositalari bilan hamkorlikni mustahkamlash.

Tadbirda savollar-javob sessiyalari o'tkazilishi va ishtirokchilar olishlari mumkin bo'lgan ma'lumotlar taqdim etiladi.

**Seminar** – bu o'zaro fikr almashinuvi, muhokama, va o'rganish jarayonini o'z ichiga olgan ilmiy yoki ta'limiy tadbirdir. Uning asosiy jihatlari:

- ✓ Bir mavzuda mutaxassislar yoki ustozlar tomonidan ko'rsatmalar berish.
- ✓ Tashqi resurslardan ulanish va tajriba almashish.
- ✓ Ishtirokchilar orasida interaktiv muhokamalar olib borish.

Seminarlarda ko'pincha amaliy mashg'ulotlar, guruhlar bo'yicha ishlash va yana ko'plab interaktiv faoliyatlar mavjud.

**Trening** – bu ma'lum bir ko'nikma yoki bilimlarni rivojlantirish uchun mo'ljallangan o'qitish jarayonidir. Treningning maqsadi:

- ✓ Xodimlarning malakasini oshirish.
- ✓ Shaxsiy va professional rivojlanishni ta'minlash.
- ✓ Amaliy mashg'ulotlar va ko'nikmalarni o'rgatish.

Treninglar ko'pincha amaliy ishlar, workshoplar va ko'rsatmalar shaklida o'tkaziladi.



**Master-klass** – bu malakali mutaxassis yoki o'qituvchi tomonidan o'tkaziladigan, ma'lum bir soha yoki ko'nikmaga urg'u beradigan dasturdir. Uning xususiyatlari:

- ✓ Maxsus bilim yoki ko'nikmalarni o'rganish imkoniyati.
- ✓ O'ziga xos tajriba almashish.
- ✓ Amaliy ish jarayonlarini o'rganish.

Master-klasslarda ishtirokchilar ko'pincha amaliyotga ko'proq e'tibor berishadi va o'z bilimlarini chuqurlashtirish imkoniyatini olishadi.

Bu tadbirlarning har biri o'z maqsadlariga va asosiy vazifalariga ega bo'lib, ular ta'lim va professional rivojlanish jarayonlarida muhim rol o'ynaydi.

## **Analysis and results.**

Events are divided into different types according to their purpose, structure, and implementation. In general, events are classified into the following types:

1. Formal events: are events held in a formal environment that are usually associated with items, terms and conditions. Examples: conferences, seminars, meetings.
2. Informal events: events held in order to encourage interaction between people. Examples: picnics, meetings with friends.
3. Social events: activities aimed at solving social issues and problems, increasing responsibility. Examples: trade fairs, charity events
4. Cultural events: events held with the aim of developing culture, art and education. Examples: concerts, festivals, exhibitions.

**Conference** - a formal meeting held for the purpose of exchanging ideas between professionals, researchers, and practitioners who process a particular subject or field. In this event, participants present presentations about their scientific or practical work, participate in lectures and ask questions. Conferences often include:

- ✓ Objective: to discuss scientific research, innovation and new ideas.
- ✓ Order of work: consists of lectures and panels.
- ✓ Participants: scientists, researchers, specialists and interested people.



**Seminar** - an educational event aimed at exchanging knowledge and experiences on a special topic. The workshop usually has participants in a smaller group, and they actively communicate, have the opportunity to ask questions and comment. Some of the features that seminars include:

- ✓ Purpose: to give in-depth knowledge of a particular subject and develop practical skills.
- ✓ Mode of work: discussion and interactive activities between participants.
- ✓ Participants: readers, professionals and interested people.

**Concerts** - musical performance celebrations where artists or groups perform live music. They can be in different genres, for example, classic, pop, rock, hip hop, etc. Concerts are usually held in large spaces, concert halls, or outdoors. Their main purpose:

- ✓ Show music and art.
- ✓ To form a festive mood together with the audience.

**Festivals** - large-scale events within a particular theme or culture, often combining many forms of art and culture. They usually last several days and include various events, such as musical concerts, art exhibitions, food presentations. Features of festivals:

- ✓ Sharing cultural and social experiences.
- ✓ Stimulate competition and creativity.

**Sporting events** include sporting events or matches between teams. They can be held at the professional or mass sports level. The main purpose of sports events:

- ✓ Show the abilities of team or individual athletes.
- ✓ Stimulate competition and interest among the audience.

**Presentation of new products** - a special event that companies or brands hold to introduce their new products or services. These events are usually designed for customers, media representatives, or business partners, with the following goals:

- ✓ Highlight the advantages and unique properties of the product.
- ✓ Establish direct contact with customers and consumers.
- ✓ The successful introduction of a new product in the market.



**Corporate events** - events that take place inside a company or outside a company, with the goal of:

- ✓ Strengthening the collective spirit among the employees of the studio.
- ✓ Development of cooperation and business relations.
- ✓ Introducing the company's brand and implementing marketing strategies.

Corporate events can come in a variety of formats, such as seminars, trainings, conferences, or other entertainment events. They are considered important for network expansion, brainstorming, and developing new ideas.

**Opening ceremonies** - solemnly organized events for new venues, firms or products. Their purpose:

- ✓ Celebrating the opening of a new place and focusing on the public.
- ✓ Implementation of the presentation of products or services.
- ✓ Establish contacts with customers, partners and other interested parties.

Opening ceremonies are often themed programs, fun scenes, and guest appearances.

**Exhibitions** - events organized to showcase new products and services in various fields. They are usually:

- ✓ Show new innovations to consumers and business representatives.
- ✓ Meet competitors and be aware of trends
- ✓ Complete rendering of product sketches, prototypes and services.

At exhibitions, they organize the stands of a firm or brand, which display their products visually and interactively.

**Fairs** - usually International or local trade events that provide a wide variety of products and services in the same location. Their main advantages:

- ✓ Development of business and social ties.
- ✓ Creating favorable trading conditions.
- ✓ Submission of Special Offers and promotions.

Fairs often increase competition between different firms or brands and serve as a single selling point for consumers.



**Press confession** - an event for media and journalists, where organizers provide information about their significant news, activities, or project. Objectives of Press confessions:

- ✓ To announce a new product or service.
- ✓ Open communication of interactions and problems.
- ✓ Strengthening cooperation with the media.

The event will feature question-and-answer sessions and provide information that participants can receive.

**Seminar** - a scientific or educational event that involves the exchange of ideas, discussion, and learning process. Its main aspects:

- ✓ Give instructions by experts or mentors in a subject.
- ✓ Connect from external resources and exchange experiences.
- ✓ To conduct interactive discussions among the participants.

Workshops often include hands-on activities, group work, and many more interactive activities.

**Training** a training process designed to develop a certain skill or knowledge. Purpose of training:

- ✓ Improve the skills of employees.
- ✓ Ensuring personal and professional development.
- ✓ Teaching practical classes and skills.

Trainings are often held in the form of practical work, workshops and instructions.

**Master class** - a program conducted by a qualified professional or teacher, with an emphasis on a particular field or skill. Its characteristics:

- ✓ The opportunity to learn special knowledge or skills.
- ✓ To share a unique experience.
- ✓ Study of practical work processes.

In Master classes, participants often pay more attention to practice and get the opportunity to deepen their knowledge.



Each of these activities has its own goals and main tasks, which play an important role in the processes of education and professional development.

### **Анализ и результаты.**

Мероприятия делятся на разные виды в зависимости от их назначения, структуры и осуществления. В целом мероприятия делятся на следующие виды:

1. Формальные мероприятия: это мероприятия, проводимые в формальной обстановке, которые обычно связаны с оборудованием, условиями и правилами. Примеры: конференции, семинары, собрания.

2. Неформальные мероприятия: мероприятия, проводимые с целью поощрения взаимодействия между людьми. Примеры: пикники, встречи с друзьями.

3. Общественные мероприятия: мероприятия, проводимые с целью решения социальных вопросов и проблем, повышения ответственности. Примеры: ярмарки, благотворительные мероприятия

4. Культурные мероприятия: мероприятия, проводимые с целью развития культуры, искусства и воспитания. Примеры: концерты, фестивали, выставки.

**Конференция** – это официальное собрание, проводимое с целью обмена мнениями между экспертами, исследователями и практиками, работающими в определенной теме или области. На этом мероприятии участники проводят презентации о своей научной или практической работе, участвуют в лекциях и задают вопросы. Конференции часто:

- ✓ Цель: обсуждение научных исследований, инноваций и новых идей.
- ✓ Режим работы: состоит из лекций и панелей.
- ✓ АА состоит из участников: ученых, исследователей, экспертов и заинтересованных лиц.

**Семинар** – это образовательное мероприятие, проводимое с целью обмена знаниями и опытом по определенной теме. На семинаре обычно присутствует небольшая группа участников, и они активно общаются, могут



задавать вопросы и оставлять отзывы. Некоторые функции, которые включают семинары:

- ✓ А цель: дать глубокие знания по определенной теме и развить практические навыки.
- ✓ Режим работы: Обсуждение и интерактивные занятия между участниками.
- ✓ А участники: читатели, специалисты и заинтересованные лица.

**Концерты** - это музыкальные фестивали, на которых артисты или группы исполняют живую музыку. Они могут быть разных жанров, например, классика, поп, рок, хип-хоп и т. д. Концерты обычно проводятся на больших площадях, в концертных залах или на открытом воздухе. Их основное назначение:

- ✓ музыка и искусство.
- ✓ А вместе со зрителями формировать праздничное настроение.

**Фестивали** – это крупномасштабные мероприятия, проводимые в рамках определенной темы или культуры, часто сочетающие в себе множество форм искусства и культуры. Обычно они длятся несколько дней и включают в себя различные мероприятия, такие как музыкальные концерты, художественные выставки, презентации еды. Особенности фестивалей:

- ✓ Делитесь культурным и социальным опытом.
- ✓ Поощрение конкуренции и творчества.

**Спортивные мероприятия**-это спортивные соревнования или игры между командами. Они могут проводиться на профессиональном или массовом спортивном уровне. Основная цель спортивных мероприятий:

- ✓ демонстрация способностей командных или индивидуальных спортсменов.
- ✓ поощрять конкуренцию и интерес среди зрителей.

**Презентация новых продуктов** – это специальное мероприятие, которое компании или бренды проводят для презентации своих новых



продуктов или услуг. Эти мероприятия обычно предназначены для клиентов, представителей СМИ или деловых партнеров и преследуют следующие цели:

- ✓ Подчеркнуть достоинства и уникальные свойства продукта.
- ✓ Установить прямой контакт с клиентами и потребителями.
- ✓ Успешное внедрение нового продукта на рынок.

**Корпоративные мероприятия** – это мероприятия, проводимые внутри компании или за ее пределами, целью которых является:

- ✓ Укрепление командного духа среди сотрудников.
- ✓ Развивать сотрудничество и деловые отношения.
- ✓ Продвижение бренда компании и реализация маркетинговых стратегий.

Корпоративные мероприятия могут проводиться в различных форматах, таких как семинары, тренинги, конференции, или другие развлекательные мероприятия. Они считаются важными для нетворкинга, обмена идеями и развития новых идей.

**Церемонии открытия** – это торжественно организованные мероприятия для новых мест, фирм или продуктов. Их цель:

- ✓ А чтобы отпраздновать открытие нового места и привлечь внимание общественности.
- ✓ Осуществлять презентацию продукции или услуг.
- ✓ Налаживайте отношения с клиентами, партнерами и другими заинтересованными сторонами.

Церемонии открытия часто сопровождаются тематическими программами, интересными сценами и участием гостей.

**Выставки** – это мероприятия, организованные для демонстрации новых продуктов и услуг в различных отраслях. Они обычно:

- ✓ Показывать новые новости потребителям и представителям бизнеса.
- ✓ А знакомьтесь с конкурентами и будьте в курсе тенденций.
- ✓ Полная демонстрация эскизов продуктов, прототипов и услуг.



Создавая стенды фирмы или бренда на выставках, они визуально и интерактивно демонстрируют свою продукцию.

**Ярмарки** – это, как правило, международные или местные торговые мероприятия, предлагающие широкий спектр продуктов и услуг в одном месте.

Их основные преимущества:

- ✓ Развитие деловых и социальных связей.
- ✓ Создание благоприятных условий торговли.
- ✓ Предоставление специальных предложений и акций.

Ярмарки часто усиливают конкуренцию между различными фирмами или брендами и служат единственной точкой продажи для потребителей.

**Пресс-конференция**-это мероприятие, организованное для средств массовой информации и журналистов, на котором организаторы рассказывают о своих важных новостях, мероприятиях или проектах. Цели пресс-конференций:

- ✓ Анонсировать новый продукт или услугу.
- ✓ Открыто сообщать о взаимодействиях и проблемах.
- ✓ Укрепление сотрудничества со средствами массовой информации.

На мероприятии проводятся сессии вопросов и ответов, а также предоставляется информация, которую участники могут получить.

**Семинар**-это научное или образовательное мероприятие, которое включает в себя обмен мнениями, обсуждение, и процесс обучения. Его основные аспекты:

- ✓ Давать рекомендации экспертов или наставников по предмету.
- ✓ Подключение и обмен опытом с внешних ресурсов.
- ✓ А проведение интерактивных дискуссий между участниками.

Семинары часто включают практические занятия, групповую работу и многие другие интерактивные мероприятия.

**Обучение**-это процесс обучения, предназначенный для развития определенного навыка или знания. Цель обучения:

- ✓ Повышение квалификации персонала.



- ✓ Обеспечить личное и профессиональное развитие.
- ✓ Практические занятия и обучение навыкам.

Тренинги часто проводятся в форме практических занятий, мастер-классов и инструкций.

Мастер-класс – это программа, проводимая квалифицированным специалистом или преподавателем с упором на конкретную область или навык. Его особенности:

- ✓ Возможность приобретения специальных знаний или умений.
- ✓ Поделиться своим уникальным опытом.
- ✓ Изучение практических рабочих процессов.

На мастер-классах участники часто больше сосредотачиваются на практике и получают возможность углубить свои знания.

Каждая из этих мер имеет свои цели и основные задачи, которые играют важную роль в процессах обучения и профессионального развития.

Понятия в современном маркетинге, которые мы часто слышим в повседневной жизни, но не понимаем их полного значения, следующие:

### **Xulosa va takliflar.**

Yuqorida keltirilgan har bir tadbirlar zamonaviy marketingning sohasidakeng ishlatiladi, ular haqida to'liq tushunchasini anglash korxonaga qanchalik qulay va ixtisoslashish salohiyatiga yordam beradi, ya'ni ushbu tadbirlar yordamida korxonalar qisqa muddat ichida o'z brend imijini yaratadi sodiq mijozlarga habardorligini ta'minlaydi va albatta raqobatchi firmalardan ustunlikka erishadi.

Bundan tashqari, xarajatlarni tejash va resurslarni samarali taqsimlash ham aynan event marketing tomonidan amalga oshiradi. Tadbirlarni turlari korxona missiyasidan kelib chiqqan holda tanlab, unga mos vositalardan foydalanishadi.

### **Conclusions and suggestions.**

Each of the above events is used in the field of modern marketing, the understanding of which fully contributes to how convenient and specialized potential the enterprise is, that is, with the help of these events, enterprises create their own



brand image in a short period of time, ensuring awareness of loyal customers and, of course, gaining superiority over competing firms.

In addition, cost savings and efficient resource allocation are also carried out precisely by event marketing. The types of events are selected based on the mission of the enterprise and use suitable tools for it.

### **Выводы и предложения.**

Каждое из вышеперечисленных мероприятий используется в сфере современного маркетинга, понимание которого в полной мере способствует тому, насколько удобным и специализированным является потенциал предприятия. То есть с помощью этих мероприятий предприятия создают свой собственный имидж бренда за короткий промежуток времени, обеспечивая узнаваемость среди постоянных клиентов и, конечно же, получая преимущество перед конкурирующими фирмами.

Кроме того, именно с помощью событийного маркетинга осуществляется экономия средств и эффективное распределение ресурсов. Типы мероприятий выбираются в зависимости от миссии предприятия и подходящих для него инструментов.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Yusupov M.A., G'oyipnazarov S.B., Sharipov I.B. Marketing asoslari. - O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi - T.: «IQTISODIYOT», 2021. - 251 bet.
2. Ergashxodjaeva Sh.J., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Darslik. O'zbekiston Respublikasi Oliya va o'rta maxsus ta'lim vazirligi- T.: Iqtisodiyot, 2019.-305 b.
3. Ibodov K.M. Marketing. Darslik. Toshkent: - T.: "Fan va texnologiya" 2019, 356-bet.
4. Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Marketing asoslari. /Darslik/. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti. - Samarqand. "STEP-SEL" MChJ.
5. Nashriyot-matbaa bo'limi, 2022 y. 314 bet. ISBN: [978-9943](#) -9078-3-6.



6. Babayev-N., Xolmamatov D.H., Boyjigitov S.K. Amaliy marketing. O'quv qo'llanma. "STEP-SEL" MChJ nashryot-matbaa ijodiy bo'limi. Samarqand. 2022. 172 bet. ISBN: [978-9943](#) -8935-5-9
7. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2024. - 363 с. - (Высшее образование). ISBN [978-5-534](#) -04357-0. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/535995>
8. Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание) : практическое пособие / А. Н. Романцов.
9. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 89 с. - ISBN [978-5-394](#) - 01544-1.
10. Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В., Веремеенко О.С., Алёшина О. Г. Маркетинг: учеб. пособие / Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с. ISBN 978-5-7638-3849-7.
11. Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения. - М.: Бомбора, 2022. 249 с.
12. Gary Armstrong, Philip Kotler, Michael Harker, Ross Brennan. Marketing an introduction. 13th Edition. England, 2017, Paperback: 675 pages, Pearson.
13. Быкова Н.В., Кисула В.В., Конев П.А., Никитина Т.Е., Новак Л.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Эл. изд. Электрон. текстовые дан. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018, 294 с.
14. <http://www.mail.tdiu.uz> - TDIU elektron kutubxonasi
15. <http://www.el.tfi.uz> - TMI elektron kutubxonasi
16. <http://lex.uz>- O'zbekiston Respublikasi qonunchiligi