

**EVENT (TADBIR VA KO'NGILOCHAR DASTURLAR MARKETING)
MENEDJERING ASOSIY VAZIFALARI.**

Samarqand iqtisodiyot va servis talabasi

Ahmedova Hafiza Sayitkulovna

Muxiddinov M.Sh.

Samarqand iqtisodiyot va servis

instituti "Marketing" kafedrasi assistenti

e-pochta: muminjon.mukhiddinov@gmail.com

Tel: +998993545858

ANNOTATSIYA.

Ushbu maqola tadbir va ko'ngilochar dasturlarni marketingni boshqarishning asosiy vazifalari va prinsiplari haqida atroflicha ma'lumot beradi. Tadbirlarni tashkil etish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish, auditoriya bilan aloqani o'rnatish va tadbir muvaffaqiyatini o'lchash kabi masalalar muhokama qilinadi. Tadbir menejmenti, marketingning ajralmas qismi sifatida, brend imijini yaratish va rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Maqolada turli xil tadbir turlarini (yig'ilishlar, konferensiyalar, konsertlar va boshqa ko'ngilochar dasturlar) boshqarishdagi metodologiyalar, strategiyalar va amaliyotlar hamda marketing texnikalari muhokama qilinadi. Shuningdek, zamonaviy marketing vositalari va texnologiyalari, jumladan raqamli marketing va ijtimoiy media platformalarining tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni ilgari surishdagi roli tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: Tadbir menejmenti, ko'ngilochar dasturlar, marketing strategiyasi, auditoriya analizi, raqamli marketing, brend rivojlantirish, ijtimoiy media, tadbir muvaffaqiyati, marketing vositalari, tadbir marketingi, tadbir boshqaruvi.

Самаркандская студентка факультета экономики и сервиса Ахмедова

Хафиза Сайиткуловна, Мухиддинов М.Ш.

Ассистент кафедры «Маркетинг» института

электронная почта: muminjon.mukhiddinov@gmail.com

Телефон: +998993545858

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ EVENT-МЕНЕДЖЕРА.**АБСТРАКТНЫЙ.**

В статье представлен комплексный обзор основных задач и принципов управления маркетингом в сфере мероприятий и развлечений. Будут обсуждаться такие темы, как организация мероприятий, разработка маркетинговых стратегий, взаимодействие с аудиторией и оценка успешности мероприятий. Организация мероприятий, как неотъемлемая часть маркетинга,

играет важную роль в создании и развитии имиджа бренда. В статье рассматриваются методологии, стратегии и практики, а также маркетинговые приемы при управлении различными типами мероприятий (встречами, конференциями, концертами и другими развлекательными программами). В нем также анализируется роль современных маркетинговых инструментов и технологий, включая цифровой маркетинг и платформы социальных сетей, в продвижении мероприятий и развлекательных программ.

Ключевые слова: Управление мероприятиями, развлекательные программы, маркетинговая стратегия, анализ аудитории, цифровой маркетинг, разработка бренда, социальные сети, успех мероприятия, маркетинговые инструменты, маркетинг мероприятий, управление мероприятиями.

*Samarkand student of economics and service Ahmedova Hafiza Sayitkulovna,
Mukhiddinov M.Sh.*

*Samarkand Economics and Service Institute "Marketing" Department Assistant
e-mail: muminjon.mukhiddinov@gmail.com*

Tel: +998993545858

MAIN TASKS OF EVENT (EVENT AND ENTERTAINMENT PROGRAM MARKETING) MANAGEMENT.

ABSTRACT

This article provides detailed information on the main tasks and principles of event and entertainment program marketing management. Issues such as organizing events, developing marketing strategies, establishing contact with the audience, and measuring the success of the event are discussed. Event management, as an integral part of marketing, plays an important role in creating and developing a brand image. The article discusses methodologies, strategies and practices in managing various types of events (meetings, conferences, concerts, and other entertainment programs), as well as marketing techniques. The role of modern marketing tools and technologies, including digital marketing and social media platforms, in promoting events and entertainment programs is also analyzed.

Keywords: Event management, entertainment programs, marketing strategy, audience analysis, digital marketing, brand development, social media, event success, marketing tools, event marketing, event management.

KIRISH

Tadbir va ko'ngilochar dasturlar marketingi, zamonaviy biznes va ijtimoiy sohalarda muhim o'rin egallaydi. Tadbir menejmenti - bu tadbirlarni muvaffaqiyatli tashkil qilish, rejalashtirish va amalga oshirish jarayonidir. Bu jarayon marketingning ajralmas qismi bo'lib, tadbirlarning auditoriyaga ta'sirini oshirish va uning

muvaffaqiyatini ta'minlash uchun turli xil strategiyalar va vositalarni talab qiladi. Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlar marketingi orqali brend imiji yaratilib, iste'molchi bilan doimiy aloqalar o'rnatiladi. Tadbir menejmentining asosiy vazifalaridan biri - maqsadli auditoriyani aniqlash va unga mos tadbirlar ishlab chiqishdir. Auditoriyaning ehtiyojlarini tushunish, ular uchun qiziqarli va samarali dasturlar yaratish, marketingning asosiy yunalishlaridan biridir. Bundan tashqari, tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni samarali marketing qilish uchun kommunikatsiya kanallarini tanlash, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli marketing vositalaridan foydalanish, brendni ilgari surish ham muhim ahamiyatga ega.

Ushbu ilmiy maqola, tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni marketingni boshqarishdagi asosiy vazifalarni batafsil tahlil qiladi. Maqolada tadbirlarni rejalashtirish va boshqarishda foydalaniladigan zamonaviy yondashuvlar, marketing strategiyalari, kommunikatsiya vositalari va muvaffaqiyatli tadbirlarning omillari muhokama qilinadi. Tadbir menejmenti jarayonida marketingning qanday ro'l o'ynashi va ularning brendni rivojlantirishdagi ahamiyati haqida o'z fikrlarimni taqdim etaman. Shuningdek, ko'ngilochar dasturlar va tadbirlar marketingini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun zarur bo'lgan vositalar va metodlarni ko'rib chiqamiz.

NATIJALAR.

Tadbir va ko'ngilochar dasturlar marketingi menejmenti, har bir tadbirning muvaffaqiyatini ta'minlashda, biznes va ijtimoiy sohalarda muhim rol o'ynaydi. Tadbir menejmenti va marketingning asosiy vazifalari o'rtasidagi bog'liqlik, tadbirlarni muvaffaqiyatli tashkil qilish va ularni auditoriya uchun jozibador qilish uchun zarur. Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni marketingda to'g'ri yondashuv va rejalashtirish, yuqori darajadagi natijalarga erishish uchun muhim ahamiyatga ega.

1. **Maqsadli auditoriyani aniqlash va segmentatsiya.** Maqsadli auditoriyani to'g'ri aniqlash, tadbir marketingining muvaffaqiyatini oshirishda asosiy faktor bo'lib qoladi. Tadbirni rejalashtirishda auditoriyaning yosh, qiziqishlari, ehtiyojlari va jamiyatdagi o'ri kabi parametrlarni hisobga olish zarur. Maqsadli auditoriya segmentatsiyasi, tadbirni muvaffaqiyatli tashkil etishga yordam beradi, chunki bu auditoriya uchun mos va qiziqarli bo'lgan dasturlarni yaratishda muhim o'rin tutadi.

2. **Brend imijini yaratish va rivojlantirish.** Tadbirlar marketingi brend imijini yaratish va rivojlantirishning samarali vositasi sifatida ishlaydi. Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlar, brendning auditoriya orasidagi tanilishini oshiradi va uni ijobiy tarzda namoyon qiladi. Bunday tadbirlar orqali brendning asosiy qadriyatlari, missiyasi va xususiyatlari auditoriyaga yetkaziladi, bu esa ularning brendga bo'lgan sadoqatini oshiradi.

3. **Marketing strategiyalarini ishlab chiqish.** Tadbirlarni marketing qilishda samarali strategiyalar ishlab chiqish zarur. Raqamli marketing, ijtimoiy media

platformalaridan foydalanish va kreativ reklama kampaniyalari orqali tadbirlarni keng auditoriyaga yetkazish mumkin. Raqamli platformalar yordamida tadbirning keng auditoriyaga yetib borishi va ishtirokchilarni jalb qilishning ko'plab imkoniyatlari mavjud.

4. **Kommunikatsiya vositalarining samarali ishlatilishi.** Tadbir menejmentida kommunikatsiya vositalarini to'g'ri tanlash va samarali ishlatish, ishtirokchilar bilan aloqani mustahkamlashda katta ahamiyatga ega. Tadbirni reklama qilishda, media kanallaridan to'g'ri foydalanish, mijozlar bilan aloqada bo'lish, yangiliklar va tadbirning dolzarb tafsilotlarini ishtirokchilarga etkazish hamda ularni qiziqtirish zarur.

5. **Tadbirning muvaffaqiyatini o'lchash,** Tadbirning muvaffaqiyatini aniqlashda natijalarni o'lchash va tahlil qilish muhimdir. Buning uchun ishtirokchilar soni, auditoriyaning fikr-mulohazalari, media qamrov, sotuvlar va boshqa iqtisodiy ko'rsatkichlar baholanadi. Tadbir muvaffaqiyatini o'lchash, kelajakdagi tadbirlarni yanada yaxshilash va optimallashtirish uchun zarurdir.

6. **Tadbirlarni raqamli vositalar orqali marketing qilish.** Raqamli marketingning rivojlanishi, tadbirlarni ilgari surish va auditoriyani jalb qilishda yangi imkoniyatlar yaratdi. Ijtimoiy media platformalari, veb-saytlar va mobil ilovalar orqali tadbirlarni ommalashtirish, yangi ishtirokchilarni jalb qilish va reklamalar orqali keng auditoriyaga yetkazish imkoniyati oshdi.

Tadbir va ko'ngilochar dasturlar marketingi menejmentining asosiy vazifalarini amalga oshirish, tadbirlarni muvaffaqiyatli tashkil qilish va ularni marketing vositalari orqali keng auditoriyaga taqdim etish zarur. Tadbir menejmenti orqali kompaniyalar va tashkilotlar o'z brendlarini rivojlantirish, yangi mijozlarni jalb qilish va auditoriya bilan ijobiy aloqalar o'rnatishda muvaffaqiyat qozonadilar. Samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish, to'g'ri kommunikatsiya vositalarini tanlash va tadbir muvaffaqiyatini o'lchash, tadbir menejmenti jarayonining ajralmas qismlaridan hisoblanadi.

MUHOKAMA

Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni marketing qilishda asosiy vazifalardan biri — maqsadli auditoriyani aniqlash va unga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqishdir. Bu jarayon, tadbirni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun eng muhim bosqichlardan biridir. Maqsadli auditoriyani aniq belgilash, tadbirning samaradorligini oshiradi va ishtirokchilarni jalb qilishga yordam beradi.

Yig'ilishlar, konferensiyalar, konsertlar va boshqa ko'ngilochar tadbirlar marketingi, brendning ta'sirini kuchaytiradi. Bunday tadbirlar auditoriyaga brendni tanishtirish va uni ko'proq tan olishga yordam beradi. Shu bilan birga, tadbirlar brendning imijini yaratishda muhim vosita hisoblanadi. Tadbir marketingining asosiy maqsadi — auditoriya bilan ijobiy aloqalar o'rnatish va kompaniyaning yoki

tashkilotning maqsadlarini amalga oshirishdir. Marketing strategiyasini ishlab chiqishda zamonaviy raqamli marketing vositalari va texnologiyalaridan foydalanish juda muhimdir. Internet va ijtimoiy media platformalari tadbirlarni ilgari surishda, yangi auditoriyani jalb qilishda va marketing kampaniyalarini samarali o'tkazishda asosiy vosita sifatida xizmat qiladi. Ushbu vositalar, auditoriyani onlayn tarzda jalb qilishga imkon beradi va tadbirni keng auditoriyaga taqdim etishga yordam beradi. Tadbirni rejalashtirishda vaqtni aniq belgilash va taqvimni tuzish juda muhim. Tadbirni o'tkazishdan oldin barcha kerakli resurslarni tayyorlash va har bir detalni hisobga olish zarur. Tadbirni tashkil qilish jarayonida marketing strategiyasini aniq belgilash, tadbirning muvaffaqiyatini oshiradi va ishtirokchilarni jalb qilishga yordam beradi. Dastur va atmosfera yaratishda yoritish, dekor, musiqa va boshqa unsurlar muhim rol o'ynaydi. Yig'ilishlarni, konsertlarni yoki boshqa tadbirlarni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun professional marketing jamoasi kerak bo'ladi. Marketing bo'yicha mutaxassislar, auditoriya ehtiyojlarini aniqlash, to'g'ri reklama va PR-strategiyalarini ishlab chiqish, ijtimoiy media kanallarini boshqarish, tarmoqlarda reklama qilish va boshqa marketing faoliyatlarini amalga oshiradi. Tadbirlarni samarali marketing qilish uchun, marketing strategiyasini boshqarishning ilmiy yondashuvlari va amaliyotlari muhimdir.

Bir nechta marketing texnikalari tadbirlarni muvaffaqiyatli reklama qilishda ishlatiladi. Reklama, PR va ijtimoiy media marketingi — bu tadbirni ilgari surish va auditoriyani jalb qilishda samarali usullar hisoblanadi. Reklama orqali tadbirni ommalashtirish va auditoriyani jalb qilish uchun to'g'ri ma'lumotlarni tarqatish zarur. Tadbirni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun, ishtirokchilarni motivatsiya qilish va ularni faol qatnashishga undash muhimdir. Tadbirni tashkil qilishda mebel va dekor ham muhim ahamiyatga ega. Ko'rgazmalar, konsertlar va boshqa tadbirlarda joyini bezash, ishtirokchilarga qulay muhit yaratish va atmosferani shakllantirish uchun mebel va dekorni to'g'ri tanlash zarur. Yoritish, musiqa va boshqa ko'rsatuvlar ham tadbirning umumiy tasavvurini shakllantiradi. Tadbirni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun, har bir detali diqqat bilan rejalashtirilishi kerak. Shuningdek, tadbirni boshqarishning boshqa bir jihati — bu ishtirokchilarni qiziqtirish va ularga qandaydir yangi tajribalar taqdim etishdir. Tadbir davomida ishtirokchilar uchun yangi va qiziqarli tajribalar yaratish, ularni jalb qilish va tadbirga bo'lgan qiziqishlarini oshirish uchun zarurdir. Ko'ngilochar dasturlarni rejalashtirishda kreativ yondashuvlar va innovatsion g'oyalar ham juda muhimdir.

Tadbir marketingi muvaffaqiyatli bo'lishi uchun, marketingning asosiy tamoyillarini tushunish va ularni amaliyotda qo'llash zarur. Marketingni rejalashtirishda, maqsadlarni aniq belgilash, auditoriya ehtiyojlarini tushunish va to'g'ri strategiyalarni ishlab chiqish muhimdir. Tadbirning muvaffaqiyatini o'lchash va tahlil qilish, kelajakdagi tadbirlarni yaxshilash va samarali o'tkazish uchun zarurdir. Ma'lumotlar tahlili ham tadbir marketingining ajralmas qismi hisoblanadi. Tadbirni

o'tkazishdan oldin va undan so'ng ishtirokchilarning fikr-mulohazalarini to'plash va natijalarni tahlil qilish, kelajakdagi tadbirlarni yanada muvaffaqiyatli qilishga yordam beradi. Tahlil natijalari asosida marketing strategiyalarini optimallashtirish va yangilash mumkin. Tadbir menejmentining muvaffaqiyati, marketingning to'g'ri boshqarilishi va rejalashtirilgan strategiyalarni amalga oshirishga bog'liq. Yig'ilish, konferensiya, ko'ngilochar dasturlarni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun barcha resurslarni muvofiqlashtirish va marketing faoliyatlarini samarali boshqarish zarur. Tadbirni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun, professional marketing jamoasi va tajribali menejerlar kerak bo'ladi.

Tadbir menejmenti va marketingi o'zaro bog'liq bo'lib, bir-birini to'ldiradi. Marketing strategiyasini ishlab chiqishda tadbir menejmentining amaliyoti va jarayonlari e'tiborga olinadi. Tadbir menejmentining asosiy maqsadi — tadbirni tashkil etish va uni muvaffaqiyatli o'tkazishdir. Marketing esa, bu tadbirni auditoriyaga taqdim etish va uni muvaffaqiyatli tarzda ilgari surish uchun zarur vosita hisoblanadi. Tadbir va ko'ngilochar dasturlar marketingini muvaffaqiyatli boshqarish uchun barcha bosqichlarni aniq rejalashtirish, to'g'ri vositalarni tanlash va marketing strategiyasini samarali amalga oshirish zarur. Tadbirni tashkil qilishda eng muhim omil — bu auditoriya ehtiyojlarini tushunish va unga mos dasturlar yaratishdir. Bu, tadbirning muvaffaqiyatli o'tkazilishiga olib keladi. Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni muvaffaqiyatli marketing qilishda, kreativ yondashuv va innovatsion texnologiyalarni ishlatish muhimdir. Tadbirlarni muvaffaqiyatli o'tkazish va marketingini amalga oshirishda, har bir detallarni hisobga olish va strategiyalarni doimiy ravishda optimallashtirish zarur. Bu orqali tadbirning muvaffaqiyatini oshirish va ko'proq auditoriya jalb qilish mumkin. O'zbekistonning ko'plab yirik kompaniyalari va tashkilotlari tadbir menejmenti va marketingini muvaffaqiyatli boshqarish uchun, yuqori malakali mutaxassislarni jalb qilmoqda. Tadbirlarni muvaffaqiyatli o'tkazish, marketing vositalarini to'g'ri tanlash va strategiyani samarali boshqarish orqali, kompaniyalar brendning ta'sirini kuchaytiradi va auditoriya bilan mustahkam aloqalar o'rnatadi.

XULOSA

Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlar marketingi menejmenti bugungi kunda biznes va ijtimoiy sohalarda keng tarqalgan va zarur bo'lgan yo'nalishlardan biriga aylangan. Tadbir menejmenti muvaffaqiyatli amalga oshirilgan marketing strategiyalari orqali tashkilotlarning brend imijini mustahkamlash, auditoriyani jalb qilish va savdo hajmini oshirishga yordam beradi. Tadbirlar va ko'ngilochar dasturlarni muvaffaqiyatli rejalashtirish va amalga oshirishda bir nechta muhim omillarni hisobga olish zarur.

1. **Maqsadli auditoriya aniqligi:** Tadbir marketingining muvaffaqiyati asosan maqsadli auditoriyani to'g'ri aniqlash va unga mos keladigan dasturlarni

yaratishga bog'liqdir. Auditoriyaning ehtiyojlari va qiziqishlari aniqlanganida, tadbirlar o'z maqsadiga erishishi osonlashadi.

2. **Brend imijini yaratish va rivojlantirish:** Tadbirlar marketingi brendni tanitish va uning auditoriya orasidagi imijini mustahkamlashda muhim vosita hisoblanadi. Muvaffaqiyatli tashkil etilgan tadbirlar, brendning qadriyatlarini va missiyasini keng auditoriyaga etkazish uchun samarali platforma yaratadi.

3. **Marketing strategiyasini ishlab chiqish:** Tadbirni marketing qilishda samarali strategiya ishlab chiqish juda muhimdir. Raqamli marketing vositalari, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa reklama kanallari orqali tadbirni keng auditoriyaga yetkazish mumkin. Tadbirni ilgari surishda kreativ yondashuv va innovatsion usullar qo'llanishi lozim.

4. **Kompyuter texnologiyalaridan foydalanish:** Bugungi kunda tadbirlarni marketing qilishda raqamli vositalar va texnologiyalar, masalan, ijtimoiy media platformalaridan foydalanish, tadbirni muvaffaqiyatli reklama qilishda muhim rol o'ynaydi. Bu, tadbirni ommalashtirish va auditoriyani jalb qilishda yangi imkoniyatlar yaratadi.

5. **Kommunikatsiya va tahlil:** Tadbirlarni rejalashtirish va o'tkazish jarayonida samarali kommunikatsiya va natijalarni o'lchash zarur. Tadbir muvaffaqiyatini o'lchash va tahlil qilish, kelajakdagi tadbirlarni yaxshilash uchun muhimdir. Ishtirokchilarning fikr-mulohazalari va tadbirni o'tkazish jarayonidagi tajriba tahlil qilinishi kerak.

Xulosa qilib aytganda, tadbirlar va ko'ngilochar dasturlar marketingi menejmenti o'zining murakkab va ko'p qirrali tabiati bilan, kompaniyalar va tashkilotlar uchun strategik ahamiyatga ega. Tadbir menejmenti marketing jarayonining muhim qismidir va u biznesning muvaffaqiyatini oshirishda katta rol o'ynaydi. Bunday tadbirlar orqali kompaniyalar brend imijini mustahkamlash, yangi mijozlarni jalb qilish va o'z auditoriyasiga yuqori sifatli xizmatlar taqdim etishda muvaffaqiyatga erishadi. Tadbir menejmenti va marketingi o'rtasidagi samarali integratsiya, kompaniyalar uchun biznes imkoniyatlarini kengaytirishga yordam beradi va uzoq muddatda biznesning muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI.

1. **Kotler, P., Keller, K. L.** (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
2. **Shimp, T. A.** (2010). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Cengage Learning
3. **Mossberg, L.** (2003). *The Dining Experience: A Marketing Perspective*. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(2), 131-146.
4. **Davidson, R., & Cope, B.** (2003). *Business Travel and Tourism*. Continuum.

5. **Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B.** (2011). *Event Marketing: An Integrated Marketing Communications Perspective*.
6. **Getz, D.** (2008). *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
7. **O'Neill, M., & McMahon, S.** (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. Pearson Education.
8. **Rogers, T.** (2013). *Event Planning: The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives, and Other Special Events*. Wiley.
9. **Brown, S., & Ainsworth, T.** (2007). *The Event Marketing Handbook: Beyond the Basics*. Wiley.
10. **Richards, G., & Palmer, R.** (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Routledge.