

Scanned with CamScanner

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT SHAROHUNOSLIK UNIVERSITETI



MEDIAMARKETING VA MENEJMENT
FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohasi: 300000 – Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot
Ta'lim sohasi: 320000 – Jurnalistika va axborot
Ta'lim yo'nalishi: 60320100 – Jurnalistika

Toshkent – 2024

Shaqi xalqlari tilini va adabiyoti
insoniyatidir

2024



N. Mirzaximova

Tarjima, nashr, nashr
va xalqaro jumhuratlar
mukolati bo'lib

2024



S. Muxommedova

ARKi direktori

2024



M. Yuldasheva

Fan/Modul kodi MEVM1704		O'quv yili 2027-2028	Semestr 7	Kreditlar 4
Fan/Modul turi Majburiy		Ta'lim tili O'zbek	Haftadagi dars soatlari 8	
Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)	
Mediamarketing va management	48	72	120	

2.	1. Fanning mazmuni Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarda O'zbekiston hamda jahon jurnalistikasi va ommaviy kommunikatsiya asoslari yuzasidan nazariy tushunchalar hosil qilish, mazkur fanning mazmuni va mohiyatini anglatish, jahon va O'zbekistonda kommunikatsiya va jurnalistikaning paydo bo'lishi, shakllanishi va taraqqiyoti tendensiyalari, uning tarixiy asoslari, rivojlanishi bosqichlarini o'rganish hamda egallangan ilmiy bilimlarni amaliyotga tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat. Fanning vazifasi – talabalarга jurnalist kasbi va uning boshqa kasblar bilan aloqadorligi, jurnalistika va OK sohida kasblarni tayyorlash tizimi, jurnalistik faoliyat jarayonida qonuniy talablar asosida ish olib borish, jurnalistika va OK talimi, nazariyasi, tizimi, iqtisodiy voq'eligi, jurnalist odobiga qo'yiladigan talablar haqida tashvur berish, talabalarni nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, jurnalistika rivojida kuzatilgan hodisa va jarayonlarga ushbu yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashini shakllanishidan iborat. Xorij tajribasiga muvofiqligi Mazkur fan sillabusi O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2024-yil 29-martdagi "Oliy ta'limning me'yoriy-uslubiy hujjatlarini ishlab chiqish jarayonini takomillashtirish to'g'risida"gi 87-sonli buyrug'i ga muvofiq, xalqaro tan olingan reytinglarda birinchi top 300 talik ro'yxatga kiruvchi Fudan universiteti (QS39, THE 36) xorijiy tajribasini inobatga olgan holda takomillashtirildi: https://www.fudan.edu.cn/679/c41181a523897.html 1.-Mavzu. Mediaiqtisodiyotning zamonaviy jamiyatdagi o'rni Media-industriya real iqtisodiyotning muhim tarmog'i sifatida, Mediaiqtisodiyotning tushunchasi va zamonaviy conceptual. Mediaiqtisodiyotning asosiy unsurlari. OAVning mediaiqtisodiyotdagi ahamiyati. Jurnalist axborot produkt sifatida. Iqtisodiyot tizimida jurnalistning o'rni va roli. OAVni moliyalashtirish va iqtisodiy mustaqilligini ta'minlash masalalari.			
----	---	--	--	--

2-mavzu. Mediamarketing xususiyatlari, maqsad va vazifalari

Marketing tushunchasi. OAV marketingi xususiyatlari. Market-bozor – biznesda tovar va xizmat ko'rsatish bozorini o'rganish va ishlab chiqarish bo'yicha axborot yig'ishning mohiyati.

OAV – mahsulot va xizmat ko'rsatish bozori sifatida. OAV mahsuloti – OAV mazmuni, mohiyati.

Mediamarketing turlari. Strategik va operation mediamarketinglarning o'ziga xosligi.

Mediamarketing kompleks sifatida. Uning asosiy maqsad va vazifalari. Daromad olish uchun ehtiyojlarni o'rganish. Axborot iste'molchilari bozorini tadqiq qilish. Nashrni bozorga o'tkazish. Gazeta yoki jurnalni tarqatish va uning adadini pullash imkoniyatlari, narxi, bozorga olib chiqish vaqti va h.k.. Raqobatchi nashrlarni o'rganish. Raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlari, afzallik va kamchiliklari aniqlash, ularning imkoniyatlari, ta'siri, raqobatbardoshligini baholash.

3-mavzu. Mediamarketing OAV faoliyatini ta'minlovchi vosita sifatida

Mediamarketingga doir me'yoriy xujjatlar, qonun va kodekslar, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmon va qarorlari.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev bozor iqtisodiyoti sharoitida OAV faoliyati to'g'risida, ularning moliyaviy mustaqilligini ta'minlash va raqobatdosligini oshirish omillari to'g'risida.

“Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”gi Qonun ommaviy axborot vositasi va uning tahririyatining huquqiy maqomi, ularni ta'sis etish shartlari, davlat organlari bilan munosabatlari, tahririyat sub'ektlari va ularning o'zaro munosabatlari, ularning tahririyat rahbarlari bilan aloqadorligi; tahririyat va uning auditoriya bilan munosabatlari belgilangan xususida.

Tahririyatlar nizomlarida moliyaviy faoliyatni yuritish shartlarining aks ettirilishi.

Mediakorxonalarining boshqa korxonalardan (iste'molchilar, bozorga yo'naltirishi, korxonaning ichki tuzilishi nuqtai nazaridan) farqlanishi.

OAVning mol-mulki shakllari. Mediabiznes olib borishning tashkiliy-huquqiy shakllari. Xususiy korxona. Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MChJ). Aktivadorlik jamiyati (AJ). Sof monopoliya tizimlari.

4-mavzu. Mediamarketing strategiyalari

Strategik marketingga ta'rif. Strategik rejalashtirish. Mediakorxonaning missiyasini, ya'ni bosh maqsadini aniqlash strategiyasi. Funktsional strategiyasi. “Portfelb” strategiyasi. Raqobatdoslik strategiyasi. Marketing instrumental strategiyalari.

Ishlab chiqarish chiqimlarni va harajatlarni kamaytirish strategiyasi.

9.	Taqrizchilar: A.Karimov – O‘ZDITU xalqaro jurnalistika fakulteti dekani, filologiya fanlari doktori, dotsent (<i>hurdash OTM</i>). S.Doniyorov – “Yangi O‘zbekiston” – “Pravda Vostoka” gazetalarini bosh muharriri, PhD (kadrlar buyurtmachisi).
----	---

“Etakchilar” va “Salohiyatlar” strategiyalari. Strategiyalarni ishlab chiqish algoritmi. Raqobat sharoitida marketing strategiyalarini ishlab chiqishda istiqbolarni nazarda tutmoq.	5-mavzu. Mediamarketing biznes-modellari “Biznes-models” tushunchasi. M.Porter ta’rif. Biznes-models ujoyriy faoliyatni olib borish metodi sifatida. Biznes-modelning tarkibiy qismlari. Abonent to’lovi, tarif bo’yicha to’lovi, kontent sotuvi, reklama, BMB-ryinglarga xos jihalar. Kraudsorsing - raqamli amaliyotning usuli sifatidagi imkoniyatlari. Davlat tomonidan subsidiyalar, xoniylik, xayriya mablag’lari OAVni qo’llabquvvatlovchi manbalar, ularning turlari. Raqamli inqilob sharoitida biznes-modellarning transformatsiyasi. 6-mavzu. Zamonaviy bozor iqtisodiyotida mediamahsulotning promoushini Promoushn mediamarketing tizimida. Reklama (advertising), mediamahsulotni to’g’ridan to’g’ri marketing yo’li bilan bozorga kiritish (direct marketing) va sotuvlarim faollashtirish (sales promotion) mediamarketing promoushnning zamonaviy turlari sifatig imkoniyatlari va cheklov’lari. Promoushn oldi o’qaziladigan tahlil: OAVning formati, adadi yoki tarqalish masshtabi, kadrlar va inij salohiyatini va x.k. Istetmochilar va ularning ehtiyojlarini aks ettirgan mediakartani tuzish zaruriyati. Mediabozoroda optimal segmentini topish mezonlari. Ichki va tashqi promoushn. Promoushni samarali o’qazish bo’yicha texnologiyalar, usullar. 7-mavzu. Samarali marketing kampaniyasi Marketing kompaniyasi tushunchasi. Uning xususiyatlari va reklama kampaniyasidan farqli jihatlari. Mediaindustriyada marketing kampaniyalarining o’tkazilishi. Marketing kampaniyalarining turlari. B2C va V2V kampaniyalar modellari. Marketing kampaniyasi turini belgilovchi mezonlar. Mediamarketing kampaniyalarining unsurlari. Radio, televideniye, bosma OAV va onlayn-nashrlarda marketing kampaniyalarining o’tkazilishi asosiy bosqichlari. Marketing kampaniyasining zamonaviy vositalari. 3-mavzu. Jurnalistik ta’limning yuzaga kelishi va ta’lim shakllari (tajriba va ko’nikmalar)
--	---

8-mavzu. Mediatashkilotlarda marketing xizmatlari

Mediabozorida faoliyat yuritayotgan marketing xizmatlarining maqsad va vazifalari. Markur bo'limlarning optimal tarkibi. Marketing xizmatlarining mediatorlarining boshqa bo'limlari bilan o'zaro aloqadorligi.

Mediatashkilotlarda marketing xizmatlarining mavjud tiplari. Mediamarketing xizmatlarining vazifalari, maqsud, xudud, istemolchilar guruhlar bo'yicha bo'linishi.

OAVdagi marketing xizmatlariga hozirgi zamonada qo'yiladigan talablar.

9-mavzu. Mediamarketingda marketing tadqiqotlari

"Bozor" tushunchasi va uning mediamarketingdagi o'rni va ahamiyati. Mediaindustriyada bozorning turlari. Resurs, g'oya, reklama, ishlab chiqaruvchi, istemolchi bozorlariga o'ziga xos jihatlari.

Marketing bozorining xususiyatlari. Marketing tahlilining mohiyati va metodologiyasi. Bozor tahlilining maqsadini aniqlash, mediamarketingni o'rganish, bozor to'laqligini tadqiq etish, bozorni differentsiyalash – tahlilning asosiy bosqichlari sifatida. Marketing tahlilining rejasini ishlab chiqish.

Segmentlashirishni o'lashtirish tartibi. Marketing segmentlashirishning imkoniyatlari. Mediamarketingni solilib ketishni boshqarish qilish.

Mediamarketingda konstruktivistik yondashuv.

SWOT-tahlil, PEST-tahlil, 4R, "Portering 5 kuchi" usullari – mediamarketingga keng qo'llaniladigan metodlar sifatida.

Mass media o'lashtirish bo'yicha ixtisoslashgan professional tashkilotlar (TNS Gallup Media va x.k.) tadqiqotlarini qo'llash tajribasi.

10-mavzu. OAV kontsentratsiyasi jarayoni

OAV industriyasida kontsentratsiyasining mohiyati. Kontsentratsiya jarayoniga ta'sir etuvchi omillar: iqtisodiy, siyosiy, xuquqiy, texnologik. Mediamarketingdagi kontsentratsiyaga ta'sir etuvchi jarayonlarning ta'siri. OAV tizimida kontsentratsiyasining tiplari. Kontsentratsiyasining aktiv va passiv o'tish vektorlari.

Mediamarketingdagi kontsentratsiyasining massofy yo'nalishlari: vertikal, gorizontal, diagonal.

Mediamarketing, subxolding va xos jihatlar va ularning zamonaviy ko'rinishlari.

Alimlar, konglomeratli, sof, aralash mediamarketinglar va ularning faoliyati. OAV kontsentratsiyasini boshqarish yo'llari.

11-mavzu. Mediamarketingning xuquqiy asoslari

OAV markaziga doir me'oriy xujjatlar, xalqaro konvensiyalar va kodekslar. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni va qarorlari.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev bozor iqtisodiyoti sharoitida

19. Раджаурналетика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика" / Н. С. Барабан и др.; под ред. А. А. Шеремет; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005.
20. Телевизионная журналистика: учебник. - М., 2005.
21. Sh.T. Khojiev*, A.A. Yusupkhodjaev, D.Y. Arifjonova, G.B. Beknazarova, D.N. Abdullayev "Depletion of Slog from Almalayk Copper Plantwith Aluminum Containing Waste"
- https://www.researchgate.net/publication/337843832_Scorpus_maqola

Axborot manbalari

1. <http://www.mediaspru.ru/media/media.shtml>
2. <http://journalism.narod.ru/>
3. <http://www.libruy.ejes.ru/online/>
4. <http://www.infohome-altai.ru/node/143>
5. <http://home.abou.com/newsissues/>
6. <https://jaidid.myl.ru/publ/1-1-0-5>
7. <https://ziyouz.uz/ozbek-nasri/mahmudxoja-behdidi/>
8. <http://e-adabiyot.uz/xitoblar/malumot/1068-maqola.html>
9. <https://arboblar.uz/uzkr/people/abduraahidikhonov-munavvar-kori>
10. https://ru.qwe.wiki/wiki/Media_of_North_Korea
11. <http://mtranslatel.ru/smi/china/>
12. <http://ziyouz.uz/> – axborot ta'lim tarnog'i
13. www.dsljib.net – dissertatsiyalar kutubxonasi portali
14. search.rsl.ru – kitob va hujjatlar qidiruv portali
15. <https://cyberleninka.ru/> – ilmiy elektron kutubxona portali

7. Fan dasturi Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti "Tajimshunoslik, tilshunoslik va xalqaro jurnalistika" oliy maktabi tomonidan ishlab chiqilgan va 2024-yil - 29 - 08 dagi 1-sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan.
8. Fan dasturi Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti kengashining 2024-yil - 29 - 08 dagi 1-sonli bayonnomasi bilan tasdiqlangan.

8. Fan/modul uchun mas'ullar:
M.K.Saliyeva – TDShtu Tajimshunoslik va xalqaro jurnalistika kafedrasini dotsenti, filologiya fanlari nomzodi.
D.Sh.Ro'ziqulov – TDShtu Tajimshunoslik va xalqaro jurnalistika kafedrasini katta o'qituvchisi, PhD
R.T.Elmarzayeva - TDShtu Tajimshunoslik va xalqaro jurnalistika kafedrasini katta o'qituvchisi

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учеб. пос. – М.: Аспект-Пресс, 2001.
3. Мо'минов Ф. А., Нурмаов А.Н. ва бошқалар. Jahon jurnalistikasi tarixi. Darslik. Toshkent. O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti. 2006.
4. Jurnalistika. Audiovizual jurnalistika. J.6. – T.: "O'zbekiston" NMU, 2019.- 431 b.

Qo'shimcha adabiyotlar

- Sh.M. Mirziyoyev. Hozirgi zamon va Yangi O'zbekiston. - Toshkent: O'zbekiston, 2024.
2. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekistonda taraqqiyot strategiyasi asosida demokratik islohotlar yo'lini qat'iy davom ettiramiz. 6-jild. - Toshkent: O'zbekiston, 2023
3. Sh.M. Mirziyoyev. Yangi O'zbekistonda erkin va faravon yashaylik. 5-jild. - Toshkent: O'zbekiston, 2023.
4. Mirziyoyev Sh.M. Inson qadri, uning huquq va erkinliklari, qonuniy manfaatlar uchun. - Toshkent: O'zbekiston, 2022.
5. Sh.M. Mirziyoyev. Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi. To'ldirilgan ikkinchi nashri. - Toshkent: O'zbekiston, 2022.
6. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va faravon demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - T.: O'zbekiston, 2019. – 29 b.
7. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizning mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – T.: O'zbekiston, 2017. – 485 b.
8. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. – T.: O'zbekiston, 2017. – 103 b.
9. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. – T.: O'zbekiston, 2017.
10. Mo'minov F.A. Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida. - T., 1998.
11. Свик В. Л. Введение в специальность М.: Изд. DIDMNEPU, 2000. An introduction to journalism by Richard Rudin & Trevor Ibbotson. Printed in UK, 2002.
12. Introduction to journalism by Dianne Smith. Printed in USA, 2010.
13. Journalism studies by Andrew Calcutt & Philip Hammond. Published in USA, 2011.
14. The handbook of journalism studies. Edited by Karen Wahl Jorgensen Thomas Hanitzsch. New York, 2009.
15. Дауудатан С. Редакцияные уставы. Под ред. Рихтера А.Г. М., 2004.
16. Qosimov V. Milliy yuz'oni. T. Ma'naviyat. 2002.
17. Jadidchilik: islohot, yangilanish, mustaqillik va taraqqiyot uchun kurash. T.: Universitet, 1999.
18. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я., Телевизионная журналистика. – М.: "Высшая школа" 2002. – 304 с.

OAV menejmenti xususida, jamoa boshqaruvi rahbar mas'uliyatini oshirish omillari to'g'risida.
YUNESKOning "Axborot jamiyatida xuquq ustuvorligi va inson huquqlari Deklaratsiyasi".

"Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi Qonun ommaviy axborot vositasi va uning tahtiriyat xodimlarining o'zaro munosabatlari, xuquq va majburiyatlari xususida.

Tahririyat nizomlari menejmentni yuritish borasidagi me'yoriy hujjatlari sifatida. Kelishuv munosabatlari tizimi. Jurnalist va ish betuvchi o'rtasidagi shartnoma. Xizmat yo'riqnomasi.

12-mavzu. Zamonaviy media menejmentida rejallashtirishning o'ziga xosligi

Rejallashtirish menejmentning boshlang'ich bosqichi sifatida. OAV boshqaruvida rejallashtirishning maqsad va vazifalari. Media menejment rejallashtirishning asosiy tamoyillari.

Boshqaruvi tizimida rejallashtirishga yondashuvlar. Anlikitizis menejmentida rejalarining xususiyatlari va turlari.

Kommunikativ reja samarali menejmentning muhim omili sifatida.

Media korxonalarida rejallashtirish metodlari: statistik, tahliliy, eksperimental va boshqa.

Rejallashtirish jarayoni bosqichlari. Rejaning bajarilishi nazorati va monitoringini o'tkazish tartibi.

Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. OAV iqtisodiy modelni Qiyosiy tahlil.
2. Moliyaviy menejment.
3. Marketingning nazariy va amaliy masalalari.
4. Zamonaviy tahtiriyat marketingi (respublika, viloyat OAV misolida).
5. OAV marketing va menejment bo'yicha ta'lim markazlari (O'zbekiston va xorij mamlakatlar misolida).
6. Yangi OAV ni loyihalash va tashqil etish (yirik media korxonalar misolida).
7. Mahbuot nashrlari, audiovizual studiyalar kontsepsiyasini ishlab chiqish.
8. Axborot mahsulotini tarqatish usullari (birtorta media korxonani tajribasi misolida).
9. Raqobat nashrlari o'rganish usullari.
10. O'zbekistonda audiovizual OAV bozori.
11. OAV da biznes-rejallashtirish mahorati.
12. Axborot bozori inkomiyatini, hajmini baholash.

	13. Nashrlarni tarqatish strategiyasi va taktikasi. 14. Tahririyatda buxgalteriya hisobi. 15. Jurnalistlar imkoniyatlarini o'rganishning o'ziga xos usullari. 16. Jurnalistlarni ixtisoslashtirishning murakkabliklari. 17. Tahririyat bo'limlarining ijodiy rejalarini tuzish, ularni umumiy rejaga uyg'unlashtirish masalalari. 18. Ijodiy va texnik xodimlarni rag'batlantirishning amaliyoti. 19. Zamonaviy tahririyatda bosh muharrirning o'rni. 20. Medialoyihalash menejmenti vositalari va texnologiyalari. Mustaqil ishlarni tashkil etishning shakli va mazmuni quyidagicha belgilanadi: OAVda reklama va pablik rileyshnz sohalariga oid berilgan adabiyotlarni o'qish. Ular asosida ma'ruzalarda o'rganilgan PR va reklama bilan bog'liq hodisalarni amalda kuzatish va unga muvofiq topshirilgan yozma ish, referat, taqdimot hamda bitiruv malakaviy ishlarining mohiyatini belgilash talab etiladi. Talaba mustaqil ishni tayyorlashda fanning xususiyatlarini hisobga olgan holda quyidagi shakllardan foydalanish tavsiya etiladi: • Darslik va o'quv qo'llanmalari bo'yicha fan boblari va mavzularini o'rganish; • Tarqatma materiallar bo'yicha ma'ruzalar qismini o'zlashtirish; • Maxsus adabiyotlardan fanga oid bo'limlar va mavzular ustida ishlash; • Yangi texnikalar, kompyuter dasturlari va texnologiyalarini o'rganish; Talabaning o'quv-ilmiy tadqiqot ishlarini bajarish bilan bog'liq bo'lgan fan bo'limlari va mavzularini chuqur o'rganishi; • Faol va muammoli o'qitish usullaridan foydalaniladigan o'quv mashg'ulotlari; • Masofaviy (distantion) ta'lim. Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referat, chiqishlar tayyorlash va ularni taqdimot qilish tavsiya etiladi. Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.
3.	V. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari Talaba bilishi kerak: • matbuot, OK va jamiyatning o'zaro munosabati; • axborot – jurnalistikaning asosiy quroli, vositasi ekanligi; • “ommaviy axborot” tushunchasining asosiy, tayanch tushuncha ekanligi; • jurnalistika vazifalari sistemasi va prinsiplari, erkinlik, zaruriyat, mas'uliyat tushunchalari; • jurnalistikaning harakat kuchlari va ularning o'zaro munosabatlarini; • OAV tahririyatlari, axborot agentliklari, axborot xizmatlari, reklama tashkilotlari va boshqa muassasalarni;

	• jahon jurnalistikasi va OK taraqqiyotining asosiy omillari va istiqbolini; • OAV vazifalari va o'zaro ta'siri haqidagi ma'lumotlarni; • jahon jurnalistikasi va OKning tarixiy taraqqiyotiga oid asosiy prinsiplardan foydalanish; • OAV va OK nazariyasi va sistemasi to'g'risidagi bilimlarni amaliyotda qo'llay olish; • talaba tarixiy hodisa va jarayonlarni tahlil qilish usullarini qo'llash, jurnalistika amaliyotida uchraydigan muammolar bo'yicha yechimlar qabul qilish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.</i> • madaniyatlararo kommunikatsiya jurnalistikaning tarixiy taraqqiyotida tutgan o'rni, uning tarixiy ildizlari, mafkuraviy ta'sir etishning vositalari, dastlabki gazetalarning chop etilishi, jahonda va O'zbekistonda turli tarixiy davrlarda davriy matbuotning rivojlanishi to'g'risida <i>tasavvurga ega bo'lishi;</i> • jurnalistika taraqqiyotida ijodkor (jurnalist) shaxslarning o'rni va ularning professional faoliyati, jamiyatda ro'y bergan iqtisodiy, siyosiy, madaniy, ma'rifiy o'zgarishlar va ularning matbuot ravnaqiga ta'siri, “to'rtinchi hokimiyat” maqomidagi jurnalistikaning rivojlanish xususiyatlarini bilishi va ulardan foydalana olishi; • Audiovizual jurnalistika xususiyatlari va uning taraqqiyot tendensiyalari, audiovizual jurnalistikaning vazifa va tamoyillari, tili va uslubi, auditoriyani o'rganish, jurnalistlar mahorati masalalari to'g'risida <i>tasavvurga ega bo'lishi;</i> • xalqaro va milliy tajribani qiyosiy o'rgangan holda kelgusida mazkur sohada zamonaviy usullarni qo'llab auditoriyaga manzur bo'ladigan dasturlarni tayyorlash <i>malakalariga ega bo'lishi kerak.</i>
4.	VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • interfaol keys-stadilar; • seminarlar (mantiqiy fikrlash, tezkor savol-javoblar); • guruhlarda ishlash; • taqdimotlarni qilish; • individual loyihalar; jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
5.	VII. Kreditlarni olish uchun talabalar: Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish, joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha yozma ishni topshirish.
6.	Asosiy adabiyotlar 1. Jurnalistika nazariyasi, tarixi va taraqqiyoti. Jurnalistika bo'yicha 10 jildlik ilmiy-ommabop majmua. 1-jild. – Toshkent, “O'zbekiston” NMU, 2019.