

TA'LIM TIZIMIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI QO'LLASHNING AHAMIYATI VA ROLI

Erkinova Nilufar Toxir qizi

Tashkent State University of economics

lilyliterary75@gmail.com

Annotatsiya:

Zamonaning jadal rivojlanishida poydevor bo'lib kelayotgan tizim bu raqamli faoliyatdir. Ushbu maqolada raqamli faoliyatni marketing tizimi bilan bevosita bog'liq holda qo'llash orqali mamlakat rivojining asosi hisoblanmish ta'lim tizimini yuqori sur'atlarda taraqqiy etishiga ta'sir etuvchi omillar hamda ta'lim sohasida davlatlararo raqobatbardoshlik darajasini oshirishda qo'shadigan hissasi tahlili, jamiyat rivoji va iqtisodiy-ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashda aks etadigan roli muhokamaga qo'yiladi va ularga yechim sifatida umumta'limdan boshlab to o'rta maxsus va oliy ta'lim tizimlarida amalga oshirish mumkin bo'lgan raqamli marketing strategiyalari tadbiq qilinadi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, raqamli texnologiya, marketing strategiyalari, ta'lim tizimi, oliy ta'lim.

Аннотация:

Системой, которая становится фундаментом в стремительном развитии времени, является цифровая деятельность. В данной статье рассмотрены факторы, влияющие на стремительное развитие системы образования, являющейся основой развития страны, и ее вклад в повышение уровня межгосударственной конкурентоспособности в сфере образования, за счет использования цифровой деятельности в непосредственной связи с система маркетинга, анализируется ее роль в развитии общества и обеспечении экономической и социальной стабильности, а в качестве решения будут рассмотрены стратегии цифрового маркетинга, которые могут быть реализованы в системах среднего и высшего образования, от общего образования до среднего образования, будет применяться.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, цифровые технологии, маркетинговые стратегии, образовательная система, высшее образование.

Abstract

The system that is becoming the foundation in the rapid development of the time is digital activity. In this article, the factors affecting the rapid development of the education system, which is the basis of the country's development, and its contribution to increasing the level of

interstate competitiveness in the field of education, through the use of digital activities in direct connection with the marketing system, are analyzed. its role in the development of society and ensuring economic and social stability will be discussed, and as a solution, digital marketing strategies that can be implemented in systems of secondary and higher education, from general education to secondary education, will be applied.

Keywords: digital marketing, digital technology, marketing strategies, educational system, higher education.

Kirish.

Albatta har bir davlatda ta'lim muassasalaridagi o'z xizmatlari darajasini yaxshilash uni jahon standartlariga moslashtirish asosiy maqsad va vazifalardan biri hisoblanadi. Ko'plab sohalar kabi raqamli marketingni qo'llash orqali ta'lim sohasini targ'ib qilish ta'lim muassasalariga ko'proq talabalarni jalb qiladi. Davlatning ijtimoiy sohasini bevosita belgilab beruvchi ushbu tizimni zamonaviy texnologiyalar va xalqaro darajada amaliyotda qo'llanib kelayotgan uslublar orqali rivojlantirish oldimizdagi ulkan maqsadlardan biri hisoblanib kelmoqda. Ta'kidlab o'tish joizki, 2017-2021 yillarda O'zbekiston prezidenti tomonidan ishlab chiqilgan, O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishiga asoslangan harakatlar strategiyasida "uzluksiz ta'lim tizimini yanada takomillashtirish, sifatli ta'lim xizmatlari imkoniyatlarini oshirish, ta'lim va o'qitish sifatini baholashning xalqaro standartlarini joriy etish asosida oliy ta'lim muassasalari faoliyatining sifatini hamda samaradorligini oshirish"¹ kabi ustuvor vazifalar belgilab qo'yilgan. O'zbekiston Respublikasida ta'lim tizimini takomillashtirish davlat siyosati darajasida qaraladi. Bunga misol tariqasida "Ta'lim to'g'risida"gi qonun va bir nechta ta'limga aloqador qarorlarning qabul qilinishini ko'rsatib o'tishimiz mumkin. Ushbu qarorlar va qonunlar nafaqat ta'lim sifatini va uning xizmatini oshirish va yaxshilash, balki O'zbekistonda ta'lim oluvchilarning huquqini yanada kengaytirish maqsad qilingan. Eslatib o'tamiz, O'zbekiston prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 23.09.2020 yildagi O'RQ- 637 sonli, Qonunchilik palatasi tomonidan 2020-yil 19-mayda qabul qilingan Senat tomonidan 2020-yil 7-avgustda ma'qullangan "Ta'lim to'g'risida"gi qonunda quyidagilar keltirib o'tilgan.

"Jinsi, irqi, millati, tili, dini, ijtimoiy kelib chiqishi, e'tiqodi, shaxsiy va ijtimoiy mavqeyidan qat'i nazar, har kimga ta'lim olishi uchun teng huquqlar kafolatlanadi. Ta'lim olish huquqi:

- ta'lim tashkilotlarini rivojlantirish;

-ta'lim tashkilotlarida innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash va o'quv dasturlarini innovatsion texnologiyalarni qo'llagan holda amalga oshirish; ishlab chiqarishdan ajralgan (kunduzgi) va ajralmagan holda (sirtqi, kechki, masofaviy) ta'lim olishni tashkil etish;

¹ PF-4947-son 07.02.2017yil. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida.

-kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish;
-umumiy o'rta, o'rta maxsus ta'limni va boshlang'ich professional ta'limni bepul olish;
-oilada yoki mustaqil o'qish orqali ta'lim olgan fuqarolarga, shuningdek umumiy o'rta ta'lim olmagan shaxslarga akkreditatsiyadan o'tgan davlat ta'lim muassasalarida eksternat tartibida attestatsiyadan o'tish huquqini berish orqali ta'minlanadi."²

Ta'lim olishga bo'lgan huquqlarning kengayishi bu albatta yaxshi natijalarga olib keladi, shu bilan bir qatorda ta'lim xizmatlari sifatini oshirishga ham turtki bo'ladi. "Xalqaro standartlarga moslashtirish" vazifasi zahirida raqamli texnologiyalar asosida raqamli ta'lim tizimini amaldagi faoliyatini yuksaltirish lozimligini ta'kidlab o'tish joizdir.

Adabiyotlar tahlili

Inson kapitalini shakllantirish bosqichlarida so'nggi yillarda ko'plab sohalarda intellektual va raqamli texnologiyalarga alohida urg'u berilmoqda. Dunyo bo'ylab davlat miqyosida raqamli boshqaruv o'tib borilar ekan, shu bilan bir qatorda ta'lim tizimini ham bosqichma-bosqich raqamlashtirish ustida izlanishlar olib borilmoqda. Bu bilan jamiyatning nafaqat ijtimoiy, balki iqtisodiy taraqqiyotini belgilash yanada oydinlashishi kuzatilmoqda. Natijalarni yanada samaraliroq va sifat darajasini mukammallashtirish maqsadida ta'lim sohasida raqamli marketing tizimlaridan foydalanish va strategik qo'llash ommalashmoqda. Bu mavzuda yurtimizda ham o'rta ta'limdan boshlab (S. Eshonkulov, X.Yetmishov,2021), oliy ta'lim tizimida raqamlashtirish ustida(M. Sayfullayeva, 2022; M. Yarashov, 2022) ilmiy ishlar olib borilmoqda. Ta'limga innovatsion yondashuv va zamonaviy ta'lim konsepsiyalarini rivojlantirish bo'yicha "INTEGRATION OF SCIENCE", "PEDAGOGS", "SCIENCE AND EDUCATION", hamda "Academic research of educational sciences" kabi xalqaro jurnallarda va ilmiy-amaliy konferensiyalarda tadqiqotchilarimiz o'z uslub va takliflari bilan so'nggi yillarda faol ekanliklarini va bu mavzu yanada dolzarb va muhokama markazida ekanligini kuzatish mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi.

Izlanish davomida ta'lim tizimida doimiy kuzatiladigan o'zgarishlarni hisobga olgan holda uni raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish orqali rivojlantirish uslublari, shuningdek, davlat miqyosida ta'lim tizimida tahsil oluvchilar qamrovini raqamli tizim orqali oshirish uchun va uning iqtisodiy-ijtimoiy hayotga ta'sirini o'rganish maqsadida birlamchi va ikkilamchi ma'lumotlar asosida tahlil olib boriladi. Tahlil mobaynida qiyosiy tahlil, guruhlash, statistik tahlil, tizimli yondashuv, kuzatuv va sintez kabi usullar orqali mutaxassislarining izlanishlariga tayangan holda muhokama mavzusining ustuvor maqsadlari va yechimlari taklif etilgan. Shuningdek, ta'lim tizimini xalqaro standartlarga mos bo'lishi va jahon reytinglariga

² O'RQ-637-coh 23.09.2020. "Ta'lim to'g'risida"gi qonun. <https://lex.uz/docs/-5013007>

kirishi uchun asos bo'lishi mumkin bo'lgan uslub va strategik marketing rejaları ta'kidlab o'tilgan.

Tahlil va natijalar

Ta'lim biz umurguzaronlik qilayotgan dunyoning ajralmas qismi bo'lib, inson ma'naviy ehtiyojlarini bevosita qondirish orqali moddiy farovonlikni ta'minlaydi. Jumladan, rivojlangan mamlakatlarda yosh avlodga ta'lim-tarbiya berishga katta e'tibor qaratiladi. Chunki ularda butun ta'lim tizimiga qilingan sarmoya jamiyatga kelajakda 15-17 barobar miqdorda foyda keltiradi. Bizda mazkur ko'rsatkich 4 barobarni tashkil etadi. AQSH Yalpi ichki mahsulotining 7.5%ini, Norvegiya 7.6%ini, Xitoy esa 4%ini, O'zbekiston esa 5.8%ini ta'limga sarflaydi. Shuningdek, iqtisodiyotni rivojlantirishda bilimlarni va inson resurslarini asosiy omil sifatida qaraydigan rivojlangan mamlakatlar asosan boy tabiiy resurslarga ega bo'lmagan davlatlar (Yaponiya, Shvetsiya va boshqalar.)dir. BMT taraqqiyot dasturi o'tkazgan tadqiqot natijalari yer yuzasida hozirgi kunga qadar to'plangan jami kapitalning 16%i moddiy ko'rinishdagi kapitalga, 20%i tabiiy boyliklarga va qolgan 64%i inson kapitaliga to'g'ri kelishini ko'rsatmoqda.

Endi esa jahonni birlashtirib turuvchi "o'rgimchak to'ri" statistikasiga murojaat qiladigan bo'lsak, internet tarmog'i butun dunyo bo'ylab 4.7 milliarddan ziyod odamni qamrab oldi. An'anaviy marketing strategiyalari ulardan foydalanish tez o'sishi tufayli eskiradi, chunki sotuvchilar potentsial mijozlari bilan raqamli vositalar orqali tez va samarali, shuningdek doimiy ravishda muloqot qilishni xohlashadi. Raqamli marketing - bu sizning xizmatlaringiz va mahsulotlaringizni Internetda reklama qilishingiz mumkin bo'lgan marketing turi. Professional tarzda **raqamli marketingni qo'llash**, bu veb -saytga ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qilishda va sodiq mijozlar topishda yordam beradi. Bu veb -saytlar, qidiruv tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta va mobil ilovalar kabi raqamli kanallar orqali reklama qilishdan boshqa narsa emas. Raqamli marketing sohalar hamda tarmoqlardagi tashkilotlar uchun sehrli tayoq bo'lib chiqmoqda va ta'lim ulardan biridir. Ta'lim sektori har qanday mamlakatning muvaffaqiyati uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Boshqa har qanday sanoat singari, kiberfazoning va texnologiyaning rivojlanishi unga ta'sir ko'rsatadi. Bu sohada an'anaviy marketing yondashuvlari hali ham qo'llanilayotgan bo'lsada, ta'lim muassasalari ko'plab o'quvchilar va ota-onalarga erishish uchun raqamli ishtirokini oshirishi kerak. Ta'lim sohasida veb va raqamli axborot vositalaridan foydalanish ko'payganligi sababli, ta'lim uchun raqamli marketing istiqbolli platformaga aylanmoqda. Ushbu sohada o'z faoliyatini davom ettirmoqchi bo'lganlar uchun raqamli marketing bo'yicha bir nechta kurslarni taklif qiladigan ko'plab institutlar mavjud.

Ta'lim tizimida raqamli marketingning ahamiyati.

Ishonchlilikni oshiradi : Ta'lim muassasasi uchun virtual mavjud bo'lishning asosiy foydasi shundaki, u ishonchni oshiradi. Hech shubha yo'qki, Internet ma'lumotlarga kirishning asosiy

manbaiga aylandi. Hamda uni kuzatib borish orqali insonlar ishonchi va qiziqishi saqlab turiladi.

Maqsadli auditoriyaga erishish: Ta'lim muassasalarining maqsadli auditoriyasining deyarli barchasi Internetda yuqori faol bo'lganligi sababli, ularga raqamli marketing orqali murojaat qilish juda oson. Demak, raqamli marketing ta'lim muassasalarining tabiatiga mos keladigan marketingning eng mos va faol shaklidir.

Tezkor va talabga moslashuvchan. Raqamli marketingda tizimga nisbatan tezkor fikr-mulohazalarni olish mumkin. Shunday qilib, qisqa vaqt ichida samarasiz strategiyani o'zgartirish va uni yaxshirog'i bilan almashtirish mumkin. Tajriba uchun ham juda ko'p imkoniyatlar mavjud. Shunday qilib, raqamli marketing kanallari maqsadli auditoriyaga, ya'ni Facebook va Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlarda yuqori faollikka ega bo'lganlarga reklama xabarini yetkazishning eng tezkor usuli hisoblanadi.

Yuqori konversiyalar: Raqamli marketing ta'lim muassasalariga ijtimoiy tarmoq saytlari, elektron pochta xabarlari, banner reklamalari kabi kengroq platformalarda potentsial talabalar bilan bog'lanish imkonini beradi. Bu o'z navbatida konversiya stavkalariga ta'sir qiluvchi ko'plab trafikni keltirib chiqaradi. Raqamli marketingning o'ziga xos afzalligi shundaki, u Internetning barcha sohalarini qamrab olishga qodir va shuning uchun o'quv muassasalari uchun raqamli marketingda yetakchi konvertatsiya qilish ehtimoli juda yuqori.

Reytingni yaxshilaydi : Agentliklar tomonidan ilmiy muassasalarni tartiblashning asosiy mezonlaridan biri bu uning talabalari, ota-onalari, o'qituvchilari, manfaatdor tomonlari va boshqalardir, va bu fikrlarga raqamli marketing tizimi orqali ta'sir qilish mumkin. Agar talabalar va boshqa manfaatdor tomonlar har qanday ta'lim muassasasi haqida ijobiy fikrga ega bo'lsalar va ular bu haqida Internetda ijobiy gapirsalar, bu ta'lim muassasasining reytingini yaxshilashga yordam beradi.

Daromadning o'sishi : Raqamli marketing boshqa an'anaviy marketing usullariga nisbatan hamyonbop. Shunday qilib, bu yangi kelganlar yoki notijorat tashkilotlar uchun yaxshi vositadir. Raqamli marketingdan foyda ko'rmaydigan sohaning o'zi yo'q. Davom etayotgan global pandemiya iqtisodiyotga va iqtisodiyotga sezilarli hissa qo'shayotgan korxonalariga qattiq zarba berdi. Ta'lim sanoati eng yomon zarar ko'rgan tarmoqlardan biri bo'lib, oddiy marketing bilan omon qolish uchun mutlaqo imkoni yo'q. Talabalar o'zlarining ta'lim maqsadlariga erishish uchun ilovalar va elektron ta'lim vositalariga moyil bo'lishdi, chunki dunyoning aksariyat qismlarida universitetlar va boshqa o'quv muassasalari talabalar uchun yopiqlicha qolmoqda. Bunday vaziyatlarda raqamli marketingdan to'g'ri foydalanish

orqali mavjud tashkilotlar o'z o'rnini saqlab qolishi yoki yangi xizmat ko'rsatuvchilar bozorni yuqori ulushda egallashi mumkin.

Ta'lim muassasalarining barchasi talabalar uchun onlayn kurslarni taklif qilish uchun raqobatlashib kelmoqda, chunki talabalar ham o'z uylarida qulaylik va xavfsizlik, xushmuomalalik, ayniqsa davom etayotgan Koronavirus pandemiyasidan keyin ko'proq masofaviy o'qishni tanlashmoqda. Bunday holda, **ta'lim muassasalari uchun raqamli marketing strategiyalarini** qabul qilish bugungi marketing dunyosida majburiydir. Yuqorida muhokama qilinganidek, raqamli marketing ta'lim sektori uchun ko'p foyda keltiradi, ayniqsa, to'g'ri auditoriyaga tejamkorlik bilan erishishda.

Davlatimiz miqyosida qaraydigan bo'lsak, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvarda qabul qilingan PF-60 sonli **“2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”**gi farmoniga ko'ra mamlakat rivoji uchun 100ta maqsad belgilab qo'yilgan. Ustuvor maqsadlardan to'rtinchi “Adolatli ijtimoiy siyosat yuritish, inson kapitalini rivojlantirish” yo'nalishida quyidagilar qayd etiladi:

38-maqsad: Maktabgacha ta'limdagi qamrov darajasini hozirgi 67 foizdan kamida 80 foizga yetkazish.

41-maqsad: Maktablarni rivojlantirish milliy dasturini joriy etish orqali xalq ta'limi tizimida qo'shimcha 1,2 million o'quvchi o'rni yaratish.

42-maqsad: 2026-yilga qadar o'quv dasturlari va darsliklarni ilg'or xorijiy tajriba asosida to'la qayta ko'rib chiqib, amalda joriy etish.

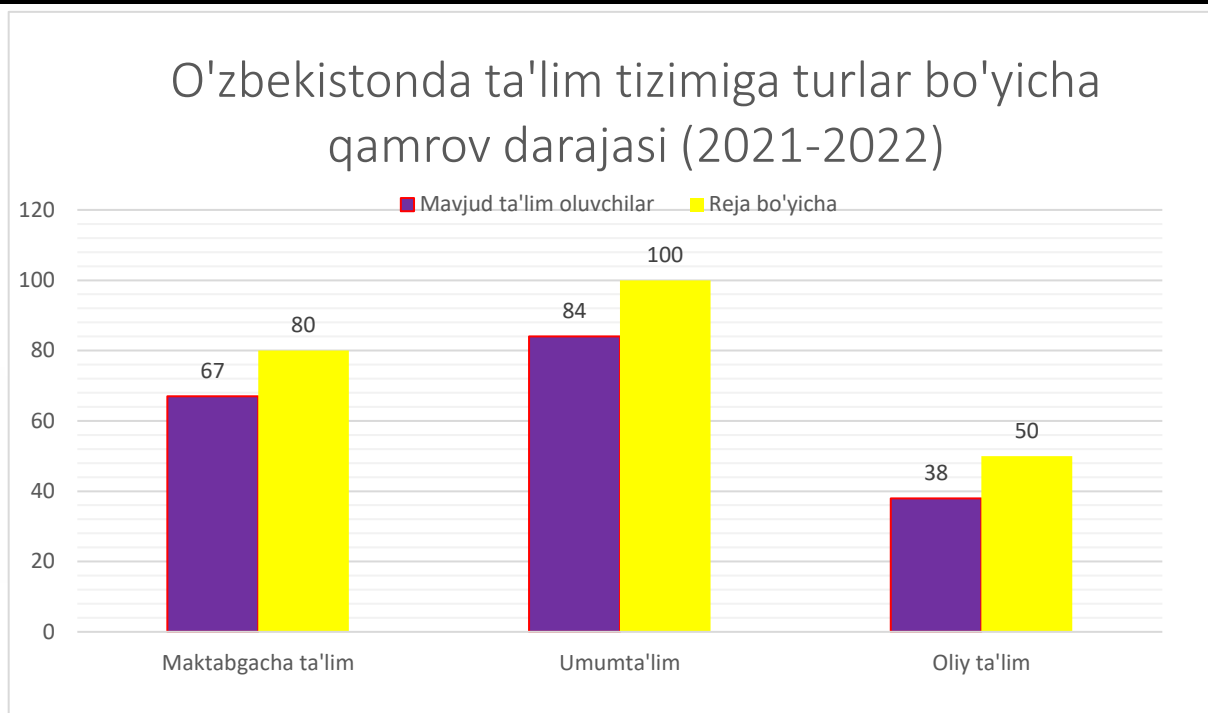
Milliy o'quv dasturi bo'yicha yangi metodikalarga o'qituvchilarni o'qitish maqsadida Elektron malaka oshirish platformasi uchun 2026-yilga qadar jami 769 ta videodars yaratish.

46-maqsad: Oliy ta'lim bilan qamrov darajasini 50 foizga yetkazish va ta'lim sifatini oshirish.

47-maqsad: 2026-yilga qadar 10 ta salohiyatli oliy ta'lim muassasasini QS va THE xalqaro reytinglariga kirishga maqsadli tayyorlash.³

Yuqoridagi ko'zlangan maqsadlarga erishish uchun davlat ta'lim tizimini xalqaro darajaga chiqarish lozim. Ta'lim sohasi uchun raqamli marketing o'zini juda foydali ekanligini isbotladi. Ta'limni raqamlashtirish boshlanganidan beri ta'lim sohasida ham o'sishni ko'rish mumkin. Raqamli marketing orqali onlayn, masofaviy va gibrid ta'lim talabalar uchun raqobatli platformaga olib keldi. Raqamli marketing orqali talabalar uchun ko'plab yangi eshiklar ochildi. Shunday ekan bu tizimni yanada takomillashtirish jarayonini davom ettirish shubhasiz yuqoridagi maqsadlarga muvofiq bo'ladi.

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-60 sonli “2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”gi farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>



1-chizma⁴

Ushbu ko'rsatkichlardan anglash mumkinki ta'limga qamrov darajasini oshirish uchun maqsadli strategiyalarni amalga oshirish lozim. Oliy ta'lim tizimiga qamrov boshqa davrlarga qaraganda ancha past ko'rsatkichni aks ettirmoqda va bunga talabalarning ko'plab sabablari yoki davlatning ma'lum xatoliklari va kamchiliklari sabab bo'lishi mumkin. Bu jarayonda marketingning "oltin qoidasi" birlamchi deb qaralsa "Iste'molchi- bozorda qirol". Demak xizmat ko'rsatuvchi uning talablariga mos taklif berish orqaligina muvozanatga erishishi va ko'zlagan foydasini qo'lga kiritishi mumkin. Oliy ta'lim daromadli biznes bo'lib, bozor qiymati taxminan 568,2 milliard dollarni tashkil qiladi. Dunyo bo'ylab universitetlar o'zlarining diplom dasturlari uchun faqat eng yaxshi talabalarni jalb qilish uchun raqobatlashadilar.

Ta'lim muassasalari o'zlarining ilmiy daraja dasturlarini agressiv tarzda marketing qilishlari bilan universitetlar uchun ajralib turishi va bo'lajak talabalarni jalb qilish juda qiyin bo'lib bormoqda. Tanlovlarning ko'pligi tufayli o'quvchilar to'g'ri manzilni topishda ikkilanishadi. Agar universitet eng yaxshi talabalarni jalb qilmoqchi bo'lsa, marketing harakatlari ba'zi savollarga javob berishga qaratilishi kerak. Universitetlar Internet paydo bo'lganidan beri raqamli marketingdan foydalanmoqda. Bu oliy ta'lim muassasalariga maqsadli auditoriya bilan bir zunda bog'lanish imkonini beradi.

⁴Ushbu gistogramma O'zbekiston Respublikasi davlat Statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi.
<https://stat.uz/uz/>

Xulosa va takliflar.

Bugungi raqamli landshaftda bo'lajak talabalar maktablari, kollejlari va universitetlari Google kabi qidiruv tizimlarida topadilar. Universitetlarning ushbu qidiruvlarda ko'rinishi SEO, Facebook reklamalari va ta'lim muassasalari uchun Google reklamalari bilan bog'liq. Agar taklif beruvchi ko'proq talabalarni jalb qilishni va universitetning onlayn ko'rinishini oshirishni istasa, universitetlar uchun raqamli marketing bo'yicha ushbu takliflar ularning maqsadiga mos keladi.

➤ **Ta'lim muassasasining ijtimoiy raqamli rolini oshirish.** Ijtimoiy media oliy ta'limda raqamli marketing uchun birinchi raqamli vositadir. Nega? Chunki talabalar amalda ijtimoiy tarmoqlarda yashaydilar.

➤ **Videomarketingdan maksimal darajada foydalanish.** Video kontenti matn yoki tasvirga asoslangan kontentga nisbatan ancha ko'proq qiymat taklif qiladi. Shuningdek u kontenti ham juda ko'p qirrali. Hozirgi kunda jahon universitetlari veb-saytlariga ko'proq tashrif buyuruvchilarni jalb qilish va ularni o'zgartiruvchi etakchiga aylantirish uchun video kontentidan foydalanmoqda. Video bo'lajak talabalarga ta'lim berish va ularni talabalar hayoti uchun tayyorlash uchun ajoyib vositadir.

➤ **Samarali qarorlar qabul qilish uchun ma'lumotlarni tahlil qilish va kuzatish:**

Google Analytics foydali ma'lumotlarni taqdim etsa-da, veb-sayt sahifalaridagi aniqroq faollikni kuzatish uchun maqsadlarni belgilash Google Analytics avtomatik ravishda taqdim etadigan narsalardan yuqori va undan tashqari kuchli ma'lumotlarni taqdim etadi. Bu ma'lumotlar o'quvchilarning sayt bilan qanday munosabatda bo'lishini va ular qanday harakatlar qilishini yaxshiroq tushunishga yordam beradi. Maqsadlarni kuzatish orqali saytning qaysi sohalarini yaxshi ishlashini va qaysi biri yaxshilanishi mumkinligini ko'rish mumkin. Kuzatuv orqali turli segmentlardagi auditoriyani maqsad qilib olish uchun samarali qarorlar qabul qilishda bunda yordam beradigan reklama va boshqa pullik kampaniyalar uchun ma'lumotlardan foydalanish mumkin.

➤ **Tezkor va qulay platformalar, ilovalar ishlab chiqish.** Davlat miqyosidagi mumkin bo'lgan sohalaridagi Oliy ta'lim muassasalari uchun online, masofaviy va gibridda ta'lim tizimida o'rinlar yaratish va imkon qadar ularni maksimal ta'lim sifatini ta'minlash. Bu orqali davlatdagi ta'lim tizimidagi qamrovni samarali kengaytirish mumkin. Buning natijasida esa talabalar tomonidan raqamli platformalarga bo'lgan ehtiyoj tabiiy ravishda oshib boradi.

➤ **Brand xabardorligini oshirish uchun xalqaro reklama displaylaridan foydalanish.** Bu orqali davlat ta'lim tizimiga dunyo talabalarini jalb qilish va ilmiy salohiyat va ta'lim sifati bo'yicha yuqorida aytilgan taraqqiyot maqsadlarida belgilangan reytinglardan o'rin olish mumkin.

➤ **Professional Raqamli Marketing Agentligi bilan ishlash.**

Hozirgi kunda bo'lajak talabalarning aksariyati oliy o'quv yurtlarini qidirishni onlayn tarzda boshlaydi va tugatadi. Juda kam universitetlar potentsial talabalarning e'tiborini jalb qila oladi va ularni o'z dasturlariga kirishga majbur qiladi. Universitetlar nomidan raqamli marketing

amalgam oshirish juda qiyin. Oliy ta'lim sohasi qanchalik daromadli ekanini hisobga olsak, katta raqobat tufayli universitetni kerakli talabalar e'tiboriga olish oson emas. Agar raqamli reklama va universitet marketing kampaniyalarini o'tkazish uchun vaqt yoki resurslar bo'lmasa va yuqori ro'yxatlardan o'rin olish maqsadiga erishish uchun sifatli natijalarni yaratish borasida professional oliy ma'lumotli raqamli marketing agentligini yollagan ma'qul.

Ta'lim tizimini zamonaviy metodlar va texnologiyalar bilan bog'liq ravishda rivojlantirish maqsadga an'anaviy yo'l bilan borishga qaraganda ancha tez va samaralidir.

Bu yo'lda strategiyani to'g'ri tanlash va asosiysi qadamlarni o'z o'rnida amalga oshirish ko'zlangan ustuvor vazifadir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Alan Charlesworth. Absolute essentials of digital marketing. Routledge-2020. 101 pages.
2. Philip Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. Marketing 4.0 moving from traditional to digital. 2016
3. A. Sh. Ganijonovna. "Ta'lim sohasida innovatsion metodlardan foydalanish" JOURNAL OF MARKETING, BUSSINES AND MANAGEMENT. Volume 1 ISSUE 6, 2021 www.jmbm.uz
4. Erkinova N.T. "The importance and role of application of digital marketing strategies in the educational system", SPECTRUM JOURNAL OF INNOVATION, REFORMS AND DEVELOPMENT Germany, Berlin-2023.
<https://www.sjird.journalspark.org/index.php/sjird>
5. PF-4947-son 07.02.2017yil. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida.
6. O'RQ-637-coH 23.09.2020. "Ta'lim to'g'risida"gi qonun. <https://lex.uz/docs/-5013007>
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-60 sonli "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmoni <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>
8. O'zbekiston Respublikasi davlat Statistika qo'mitasi rasmiy sayti <https://stat.uz/uz/>
9. Dissemination Standards bulletin boards <https://dsbb.imf.org/>