EURASIAN JOURNAL OF ACADEMIC RESEARCH
Innovative Academy Research Support Center
UIF = 8.1 | SJIF = 5.685 www.in-academy.uz

ONLAYN JURNALISTIKADA MARKETING

Dadaxon Raimboyev
qoraqalpoq filologiya va jurnalistika fakulteti 4-bosqich talabasi
Qoraqalpoq davlat universiteti
https://doi.org/10.5281/zenodo.6969205

ARTICLE INFO

Received: 28th June 2022
Accepted: 01st July 2022
Online: 02nd July 2022

KEY WORDS

onlayn, reklama, marketing, internet, biznes.

ABSTRACT

Ushbu maqola onlayn jurnalistikada marketing, reklama siyosatidan foydalanish biznes rejalashtirish haqida yozilgan

Tahririyat menejmentining asosiy tarkibiy qismlaridan va muvaffaqiyatining shartlaridan biri marketing hisoblanadi. Marketing deganda onlayn nashrlar bozorini o‘rganib borish va unda o`z nashrining o`rnini aniqlash o`quvchilar auditoriyasining fikrlarini va raqobatchilar faoliyatini o`rganish tushuniladi. Marketing faoliyati bilan maxsus mutaxassislar marketologlar shug‘ullanishadi. Ular faoliyatini marketing bo‘yicha menejer boshqarib turadi jurnalistikadan xabardor bozor iqtisodiyoti talablarini yaxshi tushunadigan mutaxassis bo‘lishi shart. Marketologning birinchi va eng muhim vazifasi faoliyat olib boradigan auditoriyasini tadqiq etishdir. Shuningdek ularga nashr foydalanuvchilari kabi ma’lumotlarni ham kiradi. Ikkinchi muhim vazifasi foydalanuvchilari auditoriyasini o‘rganishdir. Marketing maqsadlaridan yana bir raqobatchi internet nashrlar faoliyatini tadqiq etib borishdir. Buning uchun ba’zida raqobatchi internet-nashrining har bir sonini o`rganib undagi materiallarining mavzu va mazmuni dizayin reklamalar haqidagi ma’lumotlar umumlashtirilib tahririyat vakillari rahbariyatiga taqdim etiladi. Ular ushbu ma’lumotlardan raqobat strategiyasini ishlab chiqishdan foydalanishadi. Marketing jarayonida nashr buyurgandi uning savdo belgisidan foydalanish ham muhim o‘rin tutadi. Tavsiya marketingi uzluksiz jarayondir. Internet nasib etib turar ekan marketing mavjud bo`ladi moliya menejeri muntazam ravishda marketing ishini marketingning samarasini nazorat etib turadi. Mobodo kutilmagan natija bersa vaziyatni anglash uchun tashkiliy va iqtisodiy choralar ko‘radi. Tahririyatining reklama siyosati web-sahifada reklamaning joylashtirishdan ma’lum bir chegirmalar va ustamalar ham ko‘zda tutilishi mumkin. Ustama reklama beruvchining xohishiga binoan reklamani

chop etishda qoldirilgan qo‘shimcha vositalar jumladan rangli shakl maxsus raqamga olish boshqa reklamalardan ajralib turadigan shaklda berish kerak. Qo‘shimcha xizmatlar uchun olinadi chegirmasi reklamani uzoq muddat etganlik katta miqdordagi mablag`ga shartnoma tuzish yillik katta hajmdagi uchun berilishi mumkin. Reklama uchun narxlar ularni o‘zgartirib turish ustama va chegirmalar belgilash tahririyat menejerlari tomonidan belgilanadi. Reklamachilar tahririyatining yangi boshlanayotgan moliya yili uchun moliyaviy siyosat rejalashtirilgan qanday belgilanadi. Buning uchun avval tahririyatning barcha xarajatlari so`ng kutilayotgan daromadlari hisoblab chiqiladi. Agar xarajatlar daromadlardan ortiq bo`lsa manashu farqni qoplash uning reklama narxiga o‘zgartirish kiritilishi mumkin. Shu bilan birga reklama uchun narx siyosati olib borilayotganda raqobatchi narsalardagi reklama narxlari reklama bozoridagi vaziyat reklama beruvchilarning to‘lov qobiliyati kabilar ham nazarda tutiladi. Shundan so‘ng sahifadan reklama joylashtirish uchun ajratiladigan maydon belgilab olinadi. O`zbekiston Respublikasining reklama to‘g‘risidagi qonuniga ko‘ra reklama nashri bo`lmagan ommaviy axborot vositasida reklama xarakteridagi mahsulotlar sahifa umumiy hajmining 40 foizidan oshib ketmasligi kerak. Reklama uchun ajratilgan maydon reksalarda o‘lchanadi rentabellik erishish va ko‘proq daromad olish uchun reklama narxini tahririyatni ham reklama beruvchini ham birdek qanoatlantiradigan darajada yashirish mumkin. Tahririyatda biznes rejalashtirish biznesi tahririyatining butun moliyaviy faoliyatini rejalashtirishning asosi bo‘lib hisoblanadi. Navbatdagi moliya yo`li uchun ishlab chiqishadi shuningdek uzoq muddatli bo`lishini uchun uni tayyorlash tahririyatining moliyaviy menejeri zimmasida bo`lib uni muhokama etish va tasdiqlashda bosh menejer hamda bosh muharriri ishtirok etishadi. Biznes reja tahririyatining barcha xarajatlar daromadlari faoliyatining moliyaviy natijalari bozor talablari aks ettiriladi. Biznes reja belgilangan ma’lum bir me’yorlarga boshlanuvchi tartibda ishlab chiqiladi uning asosi tipidan qattiy nazari o‘zgarmas bo`ladi. Tahririyat ijodiy bo‘linmalari va ularning xodimlari insonning ishini biznes rejalashtirish tijorat bo`limlariga nisbatan qiyin kechishi aniq bunga erishish uchun jurnalistlarda iqtisodiy fikrlash ko‘nikmalarini faoliyatiga biznes rejalashtirish joriy etish va uni bajarish ularning manfaatlariga mos kelishini tushunish madaniyatini shakllantirish zarur bo`ladi.