

**INGLIZ TILINI PROFESSIONAL SOHALAR (TURIZM VA MARKETING)
BILAN INTEGRATSIYA QILIB O'QITISHNING STRATEGIK
SAMARADORLIGI**

Xasanova Sitara O'ktam qizi

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

hasanovasitora1997@gmail.com

***Annotatsiya.** Ushbu tezisdagi ingliz tilini professional sohalar, xususan, turizm va marketing bilan integratsiya qilib o'qitishning afzalliklari tahlil qilinadi. Tadqiqotda fanlararo bog'liqlik orqali talabalarning ham kommunikativ, ham kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish metodikasi ilmiy jihatdan asoslab berilgan.*

***Kalit so'zlar:** integratsiyalashgan ta'lim, ESP (English for Specific Purposes), CLIL, turizm terminologiyasi, marketing strategiyalari, keys-stadi, kommunikativ kompetensiya.*

**STRATEGIC EFFECTIVENESS OF TEACHING ENGLISH BY
INTEGRATING IT WITH PROFESSIONAL FIELDS (TOURISM AND
MARKETING)**

Sitora O'ktam qizi Khasanova,

Samarkand Institute of Economics and Service

***Annotation.** This thesis analyzes the advantages of teaching English by integrating it with professional fields, specifically tourism and marketing. The study scientifically substantiates the methodology for developing both communicative and professional competencies of students through interdisciplinary connections.*

***Keywords:** Integrated learning, ESP, CLIL, tourism terminology, marketing strategies, case study, professional competence.*

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С ИНТЕГРАЦИЕЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБЛАСТЯХ (ТУРИЗМ И МАРКЕТИНГ)

Хасанова Ситора Октамовна,

Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация. В данной тезисной работе анализируются преимущества преподавания английского языка с интеграцией в профессиональные области, в частности туризм и маркетинг. В исследовании научно обоснована методика развития у студентов как коммуникативных, так и профессиональных компетенций через междисциплинарные связи.

Ключевые слова: интегрированное обучение, ESP, CLIL, туристическая терминология, маркетинговые стратегии, кейс-стади, профессиональная компетенция.

Zamonaviy mehnat bozorida ingliz tilini bilish darajasi nafaqat grammatik bilimlarga, balki ma'lum bir kasb doirasida muloqot qila olish qobiliyatiga qarab baholanmoqda. Ayniqsa, turizm va marketing kabi global sohalarda ingliz tilini alohida, kasbiy fanlarni alohida o'qitish kutilgan natijani bermayapti. Shu sababli, tilni soha bilimlari bilan integratsiya qilish (Content-Based Instruction) ta'lim tizimidagi eng dolzarb masalaga aylandi.

1. Nazariy yondashuv: ESP va CLIL uyg'unligi

Turizm va marketing yo'nalishida til o'qitish asosan ESP (English for Specific Purposes) tamoyillariga tayanadi. Hutchinson va Waters (1987) ta'kidlaganidek, ESP bu — til o'qitish emas, balki til o'rganish ehtiyojlarini qondirishdir. Agar biz bu jarayonga CLIL (4C modeli) yondashuvini qo'shsak, samaradorlik yanada ortadi.

- *Content:* Marketing asoslari yoki turizm menejmenti haqida bilim.
- *Communication:* Soha terminlarini nutqda qo'llash.
- *Cognition:* Mijoz ehtiyojlarini tahlil qilishda tilni vosita sifatida ishlatish.

- *Culture*: Xalqaro mehmonlar va bozorlar bilan muloqot etikasi.

2. Ingliz tilini Turizm fani bilan integratsiya qilish

Turizm sohasi bevosita muloqotga asoslanganligi sababli, integratsiyalashgan darslarda simulyatsiya metodidan keng foydalaniladi.

Metod: «Virtual Tour Guide». Talabalar tarixiy obidalarni ingliz tilida taqdim etish barobarida, gidlik etikasi va mijozlar bilan ishlash psixologiyasini ham o'rganadilar.

Iqtibos: Dudley-Evans (1998) fikricha, talaba o'z kasbiy faoliyatiga yaqin vaziyatga tushgandagina tilni o'zlashtirishga bo'lgan ichki motivatsiyasi eng yuqori nuqtaga chiqadi.

3. Ingliz tili va Marketing integratsiyasi

Marketing yo'nalishida ingliz tili tahliliy fikrlash bilan bog'lanadi.

Keys-stadi (Case-Study): Talabalar «Apple» yoki «Nike» kabi global brendlarning marketing kampaniyalarini ingliz tilida tahlil qiladilar. Bu jarayonda Target audience, Brand awareness, Market penetration kabi terminlar tabiiy ravishda o'zlashtiriladi.

Samara: Talabalar nafaqat so'z yodlaydilar, balki ingliz tilida marketing strategiyasi tuzishni o'rganadilar. Bu ularning kelajakda xalqaro kompaniyalarda ishlash imkoniyatini oshiradi.

4. Integratsiyalashgan o'qitishning afzalliklari.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, fanlararo integratsiya quyidagi natijalarni beradi:

Vaqtning tejash: Bir vaqtning o'zida ham til, ham mutaxassislik darsi o'tiladi.

Kognitiv rivojlanish: Talaba tilni «quruq» yodlamasdan, undan muammolarni hal qilishda foydalanadi.

Leksik boylik: Akademik va professional lug'at boyligi (CALP – Cognitive Academic Language Proficiency) rivojlanadi.

5. Muammolar va tavsiyalar

Integratsiyaning asosiy qiyinchiliklaridan – o'qituvchilarning dual kompetensiyasi (ham til, ham sohani bilishi) etishmasligidir.

Tavsiya: Til o'qituvchisi va soha mutaxassisi hamkorligida (Team teaching) dars o'tish yoki o'qituvchilar uchun maxsus qayta tayyorlov kurslarini tashkil etish zarur. Turizm va marketing yo'nalishlarida ingliz tilini integratsiyalashgan holda o'qitish – bu

bugungi kun talabi. Ushbu metod talabalarning professional raqobatbardoshligini ta'minlash bilan birga, ularning muloqot ko'nikmalarini real hayotiy vaziyatlarga tayyorlaydi. Ta'lim sifatini oshirish uchun o'quv dasturlarini aynan kasbiy integratsiya asosida qayta ishlab chiqish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). English for Specific Purposes: A learning-centred approach. Cambridge University Press.
2. Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). Developments in English for Specific Purposes. Cambridge University Press.
3. Coyle, D., Hood, P., & Marsh, D. (2010). CLIL: Content and Language Integrated Learning. Cambridge University Press.
4. Harding, K. (2007). English for Specific Purposes (Resource Books for Teachers). Oxford University Press.
5. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson. (Marketing atamalarini integratsiya qilish uchun manba).
6. Walker, R., & Harding, K. (2006). Oxford English for Careers: Tourism. Oxford University Press.