

# **OLIY TA'LIMDA XORIJIY TALABALARNI JALB QILISHDA UNIVERSITET 5.0 VA MARKETING 5.0 KONSEPSIYASINING O'RNI**

**Isamuxametov Shukurullo Asatullayevich**  
O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va  
innovatsiyalar vazirligi ishlar boshqaruvchisi,  
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti  
mustaqil izlanuvchisi

**Annotatsiya.** Mazkur tezisda xorijiy talabalarni jalb qilishda Universitet 5.0 va Marketing 5.0 konsepsiyalarining o'zaro bog'liqligi tahlil qilingan. Raqobat kuchaygan global ta'lim bozorida innovatsion yondashuvlar va raqamli marketing vositalarining roli yoritilgan. Jadval va grafiklar asosida xorijiy talabalarni jalb etishning omillari hamda integratsiyalashgan strategiyalar taklif etilgan.

**Kalit so'zlar:** Universitet 5.0, Marketing 5.0, xorijiy talabalar, raqamli marketing, ta'lim transformatsiyasi, xalqaro ta'lim bozori

**Аннотация.** В тезисе рассмотрено взаимное влияние концепций Университета 5.0 и Маркетинга 5.0 в контексте привлечения иностранных студентов. Освещены роль цифровых технологий и маркетинговых стратегий в условиях глобальной конкуренции. Приведены таблицы и схема с основными факторами привлечения студентов.

**Ключевые слова:** Университет 5.0, Маркетинг 5.0, иностранные студенты, цифровой маркетинг, трансформация образования, международное образование

**Annotation.** This thesis explores the synergy between the University 5.0 and Marketing 5.0 concepts in attracting international students. The role of digital innovation and marketing strategies in a competitive global education market is analyzed. Key influencing factors and integrative approaches are presented through tables and visual diagrams.

**Keywords:** University 5.0, Marketing 5.0, international students, digital marketing, education transformation, global education market

**Kirish.** Global darajada oliy ta'lim tizimlari izchil rivojlanib, xorijiy talabalar soni sezilarli darajada oshmoqda. UNESCO ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilda dunyo bo'ylab 6,9 milliondan ortiq talaba o'z mamlakatidan tashqarida tahsil olgan [3], ya'ni 2000-yildagi ko'rsatkichga nisbatan uch barobar ko'p. Xalqaro talabalarining qiziqishi oshishi mamlakatlar o'rtasidagi oliy ta'lim bozorida shiddatli raqobatni yuzaga keltirdi. Shu jihatdan, oliy ta'lim muassasalari o'z salohiyatini mustahkamlash va dars berish sifatini oshirish bilan birgalikda, ilg'or pedagogik va marketing yondashuvlarga murojaat qilmoqda. Jumladan, zamonaviy ta'limni Universitet 5.0 modeli doirasida tashkillashtirish va Marketing 5.0 strategiyalarini qo'llash orqali xorijiy talabalarni jalb etish samaradorligini oshirish masalalari ustuvor ahamiyat kasb etadi.

Xalqaro talabalar oqimi: So‘nggi yillarda akademik ko‘chish 6,9 mln kishiga yetdi. Bu, talabalar uchun qulay muhit yaratuvchi davlat va universitetlar salohiyatini oshirish zarurligini ko‘rsatadi.

Innovatsion ta‘lim va marketing yondashuvlari: Universitet 5.0 konsepsiyasi talabalarga yo‘naltirilgan, texnologik jihatdan boy ta‘lim muhitini ta‘minlashni targ‘ib etadi. Marketing 5.0 esa eng ilg‘or texnologiyalar yordamida bozor talablarini o‘rganib, talabalarga yetib borish usullarini takomillashtiradi.

**Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.** Xorijiy talabalarni jalb qilish oliy ta‘lim muassasalarining strategik rivojlanishida muhim omilga aylandi. Xalqaro ta‘lim bozorida raqobatning kuchayishi universitetlardan nafaqat ta‘lim sifati, balki raqamli transformatsiya va zamonaviy marketing yondashuvlarini joriy etishni talab etmoqda. UNESCO va OECD hisobotlarida global miqyosda xalqaro talabalar sonining barqaror o‘sib borayotgani qayd etilgan bo‘lib, bu holat oliy ta‘lim muassasalarining innovatsion va talaba markazli modellarni joriy etish zarurligini ko‘rsatadi [6; 7].

Universitet 5.0 konsepsiyasi zamonaviy oliy ta‘lim muassasasining yangi modeli sifatida talabalarga yo‘naltirilgan, raqamli texnologiyalar va insoniy qadriyatlarni uyg‘unlashtirgan ta‘lim muhitini ifodalaydi. TeamLease EdTech tadqiqotiga ko‘ra, Universitet 5.0 moslashuvchan, ko‘nikmaga yo‘naltirilgan va mehnat bozori talablariga yaqinlashtirilgan ta‘lim ekotizimini shakllantirishga xizmat qiladi [8]. Ushbu yondashuv xorijiy talabalar uchun akademik muhitning jozibadorligini oshirish bilan birga, universitetning xalqaro imijini mustahkamlashga yordam beradi.

Xorijiy talabalarni jalb qilishda marketing strategiyalarining o‘rni alohida ahamiyat kasb etadi. Isamuxametov tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda oliy ta‘lim muassasalarining xalqaro bozorga chiqishida raqamli marketing, brend imiji va shaxsiylashtirilgan axborot siyosati muhim omil ekanligi ta‘kidlangan [2]. Komogortseva xorijiy talabalar tanlovida iste‘molchi tajribasi, axborot shaffofligi va qo‘llab-quvvatlash xizmatlari hal qiluvchi rol o‘ynashini empirik asosda ko‘rsatadi [3].

Marketing 5.0 konsepsiyasi Philip Kotler va hammualliflar tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, u ilg‘or texnologiyalarni inson ehtiyojlari va qadriyatlari bilan uyg‘unlashtirishga asoslanadi [5]. Ushbu konsepsiya doirasida sun‘iy intellekt, katta ma‘lumotlar tahlili, AR/VR va avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida mijoz (talaba) xatti-harakatlarini chuqur tahlil qilish va shaxsiylashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyati yaratiladi. Mogaji tadqiqotida sun‘iy intellekt asosidagi marketing vositalari talabalar kutishlarini aniqlash va ularga mos kommunikatsiyalarni shakllantirishda samarali ekanligi asoslab berilgan [9].

Raqamli va ijtimoiy media vositalaridan foydalanish xorijiy talabalarni jalb qilishda muhim ahamiyatga ega. Peruta va Shields tadqiqotlariga ko‘ra, universitetlarning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi, veb-saytlarning qulayligi va raqamli kontent sifati xalqaro talabalar qaror qabul qilishiga bevosita ta‘sir

ko'rsatadi [10]. Choudaha esa kelajakda xalqaro talabalar mobililigi yanada raqamli va texnologiyaga asoslangan shaklga o'tishini prognoz qilgan [11].

Shunday qilib, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, xorijiy talabalarni jalb qilish jarayonida Universitet 5.0 va Marketing 5.0 konsepsiyalarini uyg'unlashtirish muhim ahamiyatga ega. Universitet 5.0 ta'lim muhitining sifat va mazmunini mustahkamlasa, Marketing 5.0 ushbu afzalliklarni global auditoriyaga samarali yetkazish imkonini beradi. Bu esa oliy ta'lim muassasalarining xalqaro raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Mazkur tadqiqotda xorijiy talabalarni jalb qilishda Universitet 5.0 va Marketing 5.0 konsepsiyalarining o'rni tizimli va kompleks yondashuv asosida o'rganildi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida tahlil va sintez, taqqoslash, induktiv va deduktiv usullar qo'llanildi. Ilmiy manbalar, xalqaro hisobotlar hamda yetakchi olimlarning tadqiqotlari asosida konseptual tahlil amalga oshirildi. Shuningdek, xorijiy talabalarni jalb etishga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash uchun ikkilamchi ma'lumotlar tahlili o'tkazildi. Universitet 5.0 va Marketing 5.0 o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik mantiqiy modellash orqali baholandi. Tadqiqot natijalarini vizuallashtirishda jadval va sxemalardan foydalanildi. Ushbu metodologik yondashuv tadqiqot xulosalarining ishonchliligini ta'minlashga xizmat qiladi.

**Tahlil va natijalar.** Universitet 5.0 atamasi yangi asr talablariga mos, keng qamrovli, innovatsion oliy ta'lim muassasasi modelini ifodalaydi. Bu konsepsiya doirasida talabalar markazli muhit yaratiladi va ularning ijodiy salohiyatini rivojlantirishga yo'naltirilgan ta'lim jarayoni o'rnatiladi. Masalan, O'zbekiston Prezidentining farmonida ta'kidlanishicha[4], Universitet 5.0 doirasida talabalarga yo'naltirilgan ta'lim muhiti, boshqaruv jarayonlarida kollegial usullar (masalan, o'qituvchilar kengashi) va zamonaviy texnologiyalar hamda sun'iy intellektni insonparvarlik qadriyatlar bilan uyg'unlashtirishdan iborat innovatsion ekotizim yaratish rejalashtirilgan.

1-jadvalda Universitet 5.0 konsepsiyasining oliy ta'limdagi asosiy tarkibiy yo'nalishlari va ularning qisqacha tavsifi keltirilgan.

**1-jadval.**

**Universitet 5.0 konsepsiyasining asosiy tarkibiy jihatlar<sup>61</sup>**

| Yo'nalish                 | Tavsif                                                           |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Kadrlar tayyorlash        | Moslashuvchan, tanqidiy fikrlovchi, raqobatbardosh mutaxassislar |
| Ilmiy-amaliy integratsiya | Ta'lim va ilm-fanning biznes bilan uyg'unlashuvi                 |
| Texnologiyalar            | Sun'iy intellekt, AR/VR, raqamli platformalar                    |
| Insoniy qadriyatlar       | Barqarorlik, inson kapitali, jamiyatga foyda berish              |
| Sifat nazorati            | Akkreditatsiya, o'qituvchi tanlovlari, xalqaro reyting talablari |

1-jadvaldan ko'rinib turibdiki, Universitet 5.0 konsepsiyasi o'z mohiyatiga ko'ra zamonaviy texnologiyalar, insonparvarlik va barqarorlik tamoyillarini

<sup>61</sup> Muallif ishlanmasi

uygʻunlashtirgan kompleks taʼlim modelidir. Ushbu yondashuv xorijiy talabalar uchun ham akademik, ham axborot muhitining jozibadorligini oshiradi.

Dasturlar xalqaro standartlarga muvofiq akkreditatsiya qilinadi, oʻqituvchilar tanlovi raqobat muhiti asosida oʻtkaziladi. Bu amaliyotlar universitetning xalqaro imidjini oshirib, xorijiy talabalar ishonchini qozonishga yordam beradi.

Jahon tajribasida ham oʻxshash jarayonlar kuzatilmoqda. Masalan, Hindistonda “Universitet 5.0” konsepsiyasi 2020-yilgi yangi taʼlim siyosatining uzviy qismi sifatida taʼriflandi va u moslashuvchan, hayot-yoʻldosh taʼlim muassasalarini shakllantirishga qaratilgan. TeamLease EdTech tahlilida bildirilishicha, Universitet 5.0 konsepsiyasi “dinamik, inklyuziv va koʻnikmaga yoʻnaltirilgan taʼlim makoniga” oʻtishni anglatadi; bu yondashuv taʼlimning anʼanaviy chegaralarini buzib, oʻquv jarayonini ish bozoriga yaqinlashtirishni maqsad qiladi [7].

Marketing 5.0 — bu Philip Kotler va hamkorlarining taklif etgan marketing konsepsiyasi boʻlib, inson xatti-harakatini imitatsiya qiluvchi texnologiyalar yordamida mijozlar ehtiyojlarini qondirishni maqsad qiladi. U Marketing 3.0 (qiymat-yoʻnaltirilgan) va Marketing 4.0 (raqamli-gibrid) yondashuvlarini birlashtiradi va “texnologiya va insoniyat”ga asoslangan marketingni taʼriflaydi. Marketing 5.0 konsepsiyasiga koʻra, sunʼiy intellekt, tabiiy tilni qayta ishlash (NLP), robototexnika, aralash reallik (AR/VR), IoT va blokcheyn kabi next tech texnologiyalar marketologlarga xaridor safarining har bosqichida noyob imkoniyatlar yaratadi [1].

Marketing 5.0 ning baʼzi muhim jihatlari:

Texnologiyalarga asoslangan yondashuv. AI va NLP yordamida bozor tadqiqotlari oʻtkazilib, chet ellik talabalar orasida mos personalizatsiyalangan reklama kampaniyalari yaratiladi. Masalan, aralash reallik (AR/VR) kampus turini taklif etish va chat-botlar orqali interaktiv aloqa oʻrnatish talabalar qiziqishini oshiradi.

Mijoz-safarning “5A” modeli. Marketing 5.0 xaridor yoʻlini quyidagi bosqichlarga ajratadi: Aware (xabardor boʻlish), Appeal (qiziqish uygʻotish), Ask (soʻrash va tekshirish), Act (qaror qabul qilish), Advocate (maʼqullash va tavsiya qilish) [1]. Quyidagi rasmda 5A modeli aks etgan:



**1-rasm. Marketing 5.0 konsepsiyasidagi “5A modeli”: Xorijiy talabaning qaror qabul qilish bosqichlari<sup>62</sup>**

<sup>62</sup> Muallif ishlanmasi

1-rasmda xorijiy talabaning universitet haqida xabardor bo‘lishidan tortib, uni boshqalarga tavsiya qilishigacha bo‘lgan mantiqiy qaror bosqichlari tasvirlangan. “5A modeli” Marketing 5.0 konsepsiyasida talabani mijoz sifatida anglash va har bir bosqichda unga moslashtirilgan axborot yetkazish zaruratini ifodalaydi.

Marketing 5.0 ning 5A xaridor yo‘li modeli (Aware–Appeal–Ask–Act–Advocate). Bu model xaridorning universitet haqida bilib olishdan tortib, uni do‘stlari va tanishlariga tavsiya qilishigacha bo‘lgan jarayonni ifodalaydi.

Insoniyat uchun texnologiya (Tech for Humanity). Kotler va hamkasblari ta’kidicha, Marketing 5.0 texnologiyani faqat texnologiya uchun emas, balki inson qadr-qimmatini hurmat qilgan holda ishlatadi. Shu sababli, rivojlangan marketing strategiyalari barqarorlik va ijtimoiy mas’uliyat tamoyillariga ham asoslanadi. Bunda maqsad — xaridorlarga qulay va muvozanatlangan mijoz tajribasini taqdim etishdir.

Tadqiqot va amaliyotda Marketing 5.0 raqamlarga asoslangan qaror qabul qilish va tezkor individual yondashuvni ham o‘z ichiga oladi. Bu esa raqamli marketing kanallari va katta ma’lumot tahlillarini keng joriy etishni talab etadi.

Xorijiy talabalarni jalb qilishda universitetlar bir nechta muhim omillar asosida baholanadi. 2-jadvalda ularning asosiy turlari va qisqacha tavsifi keltirilgan.

## 2-jadval

### Xorijiy talabalarni jalb qilishning asosiy omillari

| Omil                          | Tavsif                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Reyting va imij</b>        | Universitetning xalqaro reytingdagi o‘rni (QS, THE), ilmiy nashrlar sifati, professor-o‘qituvchilarning salohiyati. Bu ko‘rsatkichlar chet ellik talabalar uchun muassasa obro‘sining asosiy mezonini hisoblanadi.                     |
| <b>Moliyaviy imkoniyatlar</b> | Ta’lim grantlari, stipendiya dasturlari, chegirmalar va to‘lovni bo‘lib to‘lash imkoniyati. Moliyaviy yengilliklar talaba qaroriga kuchli ta’sir ko‘rsatadi.                                                                           |
| <b>Raqamli marketing</b>      | Ijtimoiy tarmoqlarda faollik (Instagram, LinkedIn, YouTube), onlayn reklama kampaniyalari, universitet veb-sayti dizayni va ma’lumotga boyligi. Marketing 5.0 doirasida maqsadli auditoriyaga yo‘naltirilgan kontent ishlab chiqiladi. |
| <b>Qo‘llab-quvvatlash</b>     | Vizani olish bo‘yicha maslahat, turar joyga joylashtirish, sog‘liq sug‘urtasi, kutubxonadan foydalanish, til kurslari. Universitetning “student support” darajasi muhim rol o‘ynaydi.                                                  |
| <b>Axborot kontenti</b>       | Chet ellik talabalar uchun maxsus videolar, interaktiv savol-javoblar, ingliz va rus tilidagi bloglar, talaba hayoti haqida hikoyalar, alumni sharhlari. Kontent marketing xorijiy talabaning qaroriga bevosita ta’sir qiladi.         |
| <b>Platformaviy xizmatlar</b> | Chat-botlar, mobil ilova, virtual kampus, onlayn maslahatlar, masofaviy qabul jarayoni. Talaba tajribasini raqamli texnologiyalar yordamida soddalashtirish va shaxsiylashtirish Marketing 5.0 strategiyasining muhim qismidir.        |

2-jadvalda ko‘rsatilgan omillar xorijiy talabalar qaror qabul qilishida hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Universitetlar bu omillarni raqamli marketing vositalari orqali to‘g‘ri yoritgan holda xalqaro auditoriyaga yetkazishsa, xorijiy abituriyentlar

oqimini ko'paytirishlari mumkin. Ayniqsa, Marketing 5.0 yondashuvi asosida shaxsiylashtirilgan axborot va platformaviy xizmatlar taqdim etish xorijiy talabalarni jalb etishda ustunlik yaratadi.

Xulosa qilib aytganda, xorijiy talabalarni jalb qilish oliy ta'lim muassasasining nafaqat ta'lim sifati, balki marketing va logistik yondoshuviga bog'liq. Times Higher Education tadqiqotida ta'kidlanishicha, kelajak talabalarining sevib o'qishi nafaqat ta'lim dasturi sifati bilan belgilanmaydi; universitet, shahar va mamlakat muhitini oldindan tanishtirish ham muhim [11].

Universitet 5.0 va Marketing 5.0 integratsiyasi

Universitet 5.0 va Marketing 5.0 konsepsiyalari bir-birini to'ldiruvchi yondoshuvlarni taklif etadi. Universitet 5.0 talabalar va o'qituvchilar uchun ilgarilab borayotgan ta'lim muhitini yaratadi, Marketing 5.0 esa shu muhitni dunyoga tanitish usullarini belgilaydi. Masalan:

Kelajak talabalar bilan aloqa. Universitet 5.0 raqamli va innovatsion metodlarni joriy etgani sayin, marketing 5.0 texnologiyalari orqali shu yangiliklar veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn konferensiyalarda taqdim etiladi. Bu talabalar bilan uzoqdan samarali muloqotga imkon yaratadi.

Shaxsiylashtirilgan takliflar. Universitet 5.0 ta'lim dasturlari moslashuvchan bo'lgani sari, Marketing 5.0 algoritmlari chet ellik talabalar profillariga qarab hammasini analiz qilib, ular uchun eng maqbul dasturlarni tavsiya qiladi [8]. Masalan, AI asosidagi chat-botlar talabalarni yo'nalish bo'yicha maslahat bilan ta'minlashi mumkin.

Brend imiji va raqamli obro'. Innovatsion universitet modeli (Universitet 5.0) kuchli brend bo'lishga xizmat qiladi. Uning ustiga Marketing 5.0 orqali aniq belgilangan onlayn strategiya (SEO, kurs reklamasi, xalqaro ta'lim ko'rgazmalari) joriy etilsa, bu universitetning xalqaro miqyosdagi tanilishini kuchaytiradi.

Yangi kelgan talabalar uchun qulayliklar. Universitet 5.0 doirasida yaratilgan axborot infratuzilmasi (mobil ilovalar, elektron kutubxonalar, masofaviy o'quv platformalari) Marketing 5.0 strategiyalari bilan birgalikda talabalarga targ'ib qilinadi. Bu, masalan, onlayn demo-darslar, virtual kampus sayohatlari va xalqaro professor-o'qituvchilar bilan uchrashuvlarni o'tkazish imkoniyatlarini o'z ichiga olishi mumkin.

Shuningdek, Marketing 5.0 konsepsiyasida axborot oqimini avtomatlashtirilgan vositalar -chatbotlar, sun'iy intellekt asosidagi tahlil va optimizatsiya tizimlari — yordamida tartibga solish hisobiga talabalarga tez va sifatli yordam berish ta'minlanadi [10]. Bular universitetga ijobiy munosabatni shakllantirishda, tavsiya va reklama samaradorligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

**Xulosa.** Oliy ta'lim muassasasining xalqaro talabalarga nisbatan jozibadorligini oshirish uchun Universitet 5.0 va Marketing 5.0 konsepsiyalari uyg'un tarzda qo'llanilsa samaradorlik ortadi. Universitet 5.0 me'yorida talabalarga yo'naltirilgan, raqamli va innovatsion ta'lim muhiti yaratiladi. Boshqa tomondan, Marketing 5.0 metodi yordamida shu muhit haqida maqsadli auditoriyaga

zamonaviy, texnologiyalarga asoslangan reklama va kommunikatsiyalar yetkazib beriladi. Shunday qilib, har ikki yondashuv — sifatli ta'lim berish va effektiv marketing — birgalikda O'zbekiston va boshqa mamlakat universitetlarini global ta'lim bozorida raqobatbardosh qilib qo'yishi mumkin.

Bundan tashqari, xorijiy talabalarni jalb qilishda Universitet 5.0 konsepsiyasining inson markazliligi, raqamli moslashuvchanlik va barqaror rivojlanish tamoyillarini amaliyotga tatbiq etish orqali nafaqat ta'lim jarayoni takomillashadi, balki xalqaro talabalar uchun qulay ijtimoiy-axborot muhiti ham shakllantiriladi. Marketing 5.0 vositalari esa bu jarayonni sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar tahlili va interaktiv aloqalar orqali targ'ib qilish imkonini beradi.

Shu asosda quyidagi tavsiyalarni keltirish mumkin:

Universitetlar xorijiy talabalar uchun maxsus axborot platformalari, ingliz tilidagi interfeyslar va maslahat xizmatlarini yo'lga qo'yishlari zarur;

Xalqaro talabalar bilan ishlovchi marketing guruhlarini sun'iy intellekt asosida personalizatsiyalangan takliflar, vizual reklama vositalari va raqamli diplomatik uslublardan foydalanishlari lozim;

Universitet 5.0 doirasida ishlab chiqilgan ijtimoiy barqarorlik, yashash va ijtimoiy qo'llab-quvvatlash tizimlari xalqaro auditoriyaga Marketing 5.0 usullari bilan maqsadli yetkazilishi kerak.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, Universitet 5.0 va Marketing 5.0 konsepsiyalarining uyg'un qo'llanilishi xorijiy talabalarni jalb qilishda nafaqat nazariy asos, balki real strategik vosita sifatida foydalanilishi mumkin. Bu esa O'zbekiston oliy ta'lim muassasalarining xalqaro ta'lim maydonidagi mavqeyini kuchaytirish, xorijiy investitsiyalar oqimini jalb qilish va madaniy diplomatiyani rivojlantirishga xizmat qiladi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2023-yil 28-iyul PQ-253-son Yuridik kadrlarga bo'lgan talabni qondirish va ta'lim sifatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida qaror— URL: <https://lex.uz/uz/docs/6452405>

2. Isamuxametov Sh. A. Oliy ta'limga xorijiy talabalarni jalb qilishning marketing strategiyasini ishlab chiqish : PhD dissertatsiyasi. Toshkent, 2023. 156 b.

3. Комогорцева А. В. Оценка и управление потребительским опытом иностранных студентов при выборе российского вуза : дис. ... канд. экон. наук. — Владивосток : Дальневосточный федеральный университет, 2025. — 198 с. — URL: [https://www.dvfu.ru/upload/medialibrary/e0b/Komogortseva\\_Diss.pdf](https://www.dvfu.ru/upload/medialibrary/e0b/Komogortseva_Diss.pdf).

4. Nematov A. Huquqiy ta'lim va ilm-fan transformatsiyasi // Yuz.uz. — 2023. — URL: <https://yuz.uz/uz/news/huquqiy-talim-va-ilm-fan-transformatsiyasi>

5. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. — Hoboken : Wiley, 2021. — 256 p.

6. Education at a Glance 2023: OECD Indicators. — Paris : OECD Publishing, 2023. — URL: <https://doi.org/10.1787/eag-2023-en>.

7. Global Education Monitoring Report 2023: Technology in Education. – Paris : UNESCO, 2023. – URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385531>.
8. University 5.0: Future-Ready Institutions for India's Higher Education. – Mumbai : TeamLease EdTech, 2023. – URL: <https://www.teamleaseedtech.com>
9. Mogaji E. Artificial intelligence in marketing: Understanding student expectations // International Journal of Educational Management. – 2022. – Vol. 36, No. 5. – P. 722–740. – DOI: 10.1108/IJEM-10-2021-0410.
10. Peruta A., Shields A. B. Marketing your university to international students: The use of digital and social media // Journal of Marketing for Higher Education. – 2018. – Vol. 28, No. 1. – P. 2–17. – DOI: 10.1080/08841241.2018.1384332.
11. Choudaha R. Envisioning the Future of International Student Mobility. – New York : World Education Services, 2023. – URL: <https://knowledge.wes.org>
12. Why International Students Choose a University. – London : Times Higher Education, 2023. – URL: <https://www.timeshighereducation.com>