

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI



Ro'yxatga olindi

№ 05.05/0125

27 iyun 2024 yil

MENEJMENT. MARKETING

FANI BO'YICHA

SILLABUS

sirtqi bo'lim uchun

Bilim sohasi: 200000- Ijtimoiy soha, iqtisod va xuquq

Ta'limsohasi: 230000- Iqtisod

Ta'limyo'nalishi: 60410400 – "Moliya va moliyaviy
texnologiyalar"

Modul / FAN SILLABUSI

Iqtisodiyot fakulteti

60410400 – “Moliya va moliyaviy texnologiyalar” ta’lim yo‘nalishi

Fan nomi:	<i>Management. Marketing</i>
Fan turi:	Umumkasbiy
Fan kodi:	MARM3308
Yil:	5
Semestr:	9
Ta’lim shakli:	sirtqi
Mashg‘ulotlar shakli va semestrga ajratilgan soatlar:	102
Ma’ruza	6
Amaliy mashg‘ulotlar	6
Laboratoriya mashg‘ulotlari	–
Seminar	–
Mustaqil ta’lim	90
Kredit miqdori:	3
Baholash shakli:	Imtixon
Fan tili:	O‘zbek

Fan maqsadi (FM)

FM1 Talabarga mamlakatimizda iqtisodiy isloxtlarni jadallashirish hamda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitlarida korxonalarda marketing faoliyatini tug‘ri tashkil etish va uni boshqarish, boshqarish usullari va marketing faoliyatini takomillashtirishni o‘rgatish hamda ularni amalda tatbiq etish kunikmasimi hosil qilishdan iborat.

Fanni o‘zlashtirish uchun zarur boshlang‘ich bilimlar

1. Iqtisodiyot nazariyasi (ECT1212)
2. Mikroiqisodiyot. Makroiqtisodiyot. (MICM2209)
3. Moliyaviy risklar nazariyasi (FIN 132)

Ta’lim natijalari (TN)

Bilimlar jihatiidan:

TN1 menejmentning rivojlanish tarixi va zamonaviy konsepsiyalari; menejmentning ilmiy maktablari; boshqaruv va menejment tushunchalari; korxonalar doirasida marketing tizimining mohiyati; marketing xizmatlarining ahamiyati; marketing muhiti tushunchalari xaqida *tasavvurga ega bo‘lishi*;

TN2 O‘zbekistonda boshqaruvning rivojlanishini; menejmentning xorijiy modellari; boshqaruv mehnatining ta’rifi, xususiyatlari va turlarini; boshqaruv mehnatini ilmiy tashkil qilishni; menejer faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilishni; mehnat jamoalarida xodimlarni boshqarishni; nizolarni hal etish yo‘llarini; tashkilotlarning asosiy tashkiliy-xuquqiy shakllarini; tashkilotlar rivojlanishidagi zamonaviy

	tendensiyalarini; marketing konsepsiyasidan samarali foydalanish usullarini; korxonada raqobat muhitini shakllantirishni; marketing sohasidagi meyoriy xujjatlarni; bozorni segmentlash va xaridorlar turlarini aniqlashni; talab, taklif va bozor xajmini aniqlashni <i>bilishi</i> ;
TN3	boshqaruv usullaridan foydalanish; menejment texnologiyasini tashkil etish; boshqaruv jarayoni va vazifalarini belgilash; boshqaruvda axborot va kommunikatsiyalardan foydalanish; tashkilotlarning ichki va tashqi muhitini tahlil qilish; tashkiliy o‘zgarishlarni boshqarish; korxonada salohiyatini boshqarish; zamonaviy marketing konsepsiyalarini tadqiq etish; bozor konyunkturasini tadqiq etish; tovar siyosatini samarali boshqarish; tovar raqobatbardoshligini oshirish; yangi tovarlarga narx belgilash; marketing kommunikatsiyasi elementlaridan foydalanish; reklama samaradorligini aniqlash <i>kunlikmalarga ega bo‘lishi</i> ;
TN4	boshqaruv mehnatini ilmiy tashkil etish; menejer faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilish; mehnat jamoalarida xodimlarni boshqarish; nizolarni hal etish; talab, taklif va bozor xajmini aniqlash <i>makalalariga ega bo‘lishi kerak</i> ;
	Ko‘nikmalar jihatidan:
TN5	menejmentning ilmiy maktablari; boshqaruv va menejment tushunchalari; korxonalar doirasida marketing tizimining mohiyati; marketing xizmatlarining ahamiyati; marketing muhitini aniqlay oladi;
TN6	boshqaruv mehnatining ta’rifi, xususiyatlari va turlarini; boshqaruv mehnatini ilmiy tashkil qilishni; menejer faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilishni; mehnat jamoalarida xodimlarni boshqarishni; nizolarni hal etish yo‘llarini; tashkilotlarning asosiy tashkiliy-xuquqiy shakllarini; tashkilotlar rivojlanishidagi zamonaviy tendensiyalarini; marketing konsepsiyasidan samarali foydalanish usullarini; korxonada raqobat muhitini shakllantirishni; marketing sohasidagi meyoriy xujjatlarni; bozorni segmentlash va xaridorlar turlarini aniqlashni; talab, taklif va bozor xajmini aniqlashni <i>biladi</i> ;
TN7	menejment texnologiyasini tashkil etish; boshqaruv jarayoni va vazifalarini belgilash; boshqaruvda axborot va kommunikatsiyalardan foydalanish, tashkilotlarning ichki va tashqi muhitini tahlil qilish; tashkiliy o‘zgarishlarni boshqarish; korxonada salohiyatini boshqarish; zamonaviy marketing konsepsiyalarini tadqiq etish; bozor konyunkturasini tadqiq etish; tovar siyosatini samarali boshqarish; tovar raqobatbardoshligini oshirish; yangi tovarlarga narx belgilash; marketing kommunikatsiyasi elementlaridan foydalanish; reklama samaradorligini aniqlay oladi;
TN8	boshqaruv mehnatini ilmiy tashkil etish; menejer faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilish; mehnat jamoalarida xodimlarni boshqarish; nizolarni hal etish; talab, taklif va bozor xajmini aniqlashni <i>biladi</i> ;

Fan mazmuni

Mashg‘ulotlar shakli: ma’ruza (M)

M1	Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari. Marketingning funksiyalari, vazifalari va tamoyillari. Marketing tadqiqotlari va axborot tizimi. Marketing muhiti.	2
M2	Talabni qondirishni tadqiq etish va prognoz qilish. Bozor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitivlashtirish. Marketing tizimida tovar siyosati.	2
M3	Marketing tizimida narx siyosati. Marketing tizimida sotish siyosati. Marketingda kommunikatsion siyosat.	2

Mashg'ulotlar shakli: amaliy mashg'ulot (A)	
A1	Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari. Marketingning funktsiyalari, vazifalari va tamoyillari. Marketing tadqiqotlari va axborot tizimi. Marketing muhiti.
A2	Talabni qondirishni tadqiq etish va prognoz qilish. Bozor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitivlashtirish. Marketing tizimida tovar siyosati.
A3	Marketing tizimida narx siyosati. Marketing tizimida sotish siyosati. Marketingda kommunikatsion siyosati.

Asosiy adabiyotlar	
1.	Yo'ldoshev N., Zaxidov G. Menement. Darslik. – T.: "O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati" nashriyoti, 2018 y. – 392 bet.
2.	Bazarova F. Menement: O'quv qo'llanma. – T.: "Iqtisod-Moliya", 2019 y.
3.	Yuldoshev N.Q., Nabokov V.I. Menement nazariyasi. Darslik. - T.:TDIU, 2013,- 433 b.
4.	Pilip Kotler. Kevin Lane Keller "Marketing menement" 12th edition.2010 by Pearson Education,Inc.p.815.
5.	Frank Rothoemel Strategic Management: Concepts (2 nd edition) Mc Graw- H.II Education 9 January, 2014. USA. - 528 p.
6.	Ergashev R.X., Tursunov I.E., Ravshanov A.D., Qurbonov A.V. Innovatsion iqtisodiyot. Darslik. T. "Voriz-nashriyot", 2020. 448 b.
7.	Ганчерёнок И.И., Горбачов Н.Н., Турсунов И.Э., Панжиев С.А. Цифровая экономика: управление информационными ресурсами./ Учебное пособие./-Т.: "Voriz-nashriyot", 2020. 207 с.
8.	Темирова F.S. Menement. Marketing. O'quv qo'llanma. – Karshi: Intellect nashriyoti, 2024y.

Mustaqil ta'lim (MT)	
1	Ishlab chiqarishni strukturaviy islohotlar bilan ta'minlash, modernizatsiya va diversifikatsiyalash bo'yicha chora-tadbirlar dasturi asosida real sektor korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini oshirishning marketing tahlili.
2	Menement fanining umumifalsafiy usullari.
3	Menementni qonun-qoidalar va tamoyillari.
4	Bozor iqtisodiyoti sharoitida O'zbekistonda davlatni boshqarish tamoyillari.
5	Korxonalar (firma va jamoa xujaligi)ni boshqarishning o'ziga xos aniq funktsiyalari.
6	Boshqarishning umumidavlat, mahalliy va tarqoq organlari.
7	Jamoat va o'zini-ozini boshqarish organlari.
8	Raxbar madaniyatiga baho berish uchun qo'llaniladigan ko'rsatkichlar.
9	Boshqarish jarayonida xujjatlashtirish va uni yuritishni tashkil etish.
10	Xodimlarni tanlash ularga baho berish usullari.
11	Xodimlarni boshqarishda ta'sir qilish usullarining korxonalar daromadiga bo'lgan ta'siri.
12	Boshqaruv qarorlarining mohiyati va ularga quyiladigan talablar.
13	Qaror qabul qilish jarayonidagi izchillik va undagi bosqichlar.
14	Ishlab chiqilgan qarorlarni nazorat qilish funktsiyasi.
15	Motivlashtirish ehtiyojlari va ularning turlari.
16	Motivatsiya vositasida umumiy mehnatga chorlash nazariyalari.
17	Motivlashtirishda qo'llaniladigan usullar.
18	Yuqori darajadagi ehtiyojlarni qondirish usullari.
19	Boshqaruv vakolatlari va mas'uliyat nisbatlari.
20	Boshqarish tizimida vakolatni taqsimlash.
21	Boshqaruv vakolatlari va ularni turlari.
22	Sotishni rag'batlantirishda reklamani ahamiyati va shakllari.
23	Marketing faoliyatining tashqi va ichki muhitining holati va rivojlanish tendentsiyalari, bozorlarning segmentatsiyasi va bozor bo'shliqlarini aniqlash.
24	Mahsulot va xizmatlarning hayot siklini boshqarishning marketing jihatlari.
25	Reklama faoliyati bo'yicha marketing tadqiqotlari
26	Raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish.
27	Marketing faoliyatini tahlil qilish.
28	Iste'molchilarning xatti-harakatlariga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillar.
29	Tashkilot ichidagi marketing, uning maqsadlari, usullari va tashkilotning yakuniy natijalariga ta'siri.
30	Marketingni boshqarishda kommunikatsiya.
JAMI:	
	90

Qo'shimcha adabiyotlar

1.	O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentabrda tasdiqlangan PF-158-sonli "O'zbekiston — 2030 strategiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi Farmoni.
2.	Mirziyoyev SH.M. "Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz" /- T.: O'zbekiston, 2017. - 488 b.
3.	Базарова Ф. Маркетинг. Укув кулланма. – Т.: "IQTISOD-MOLIYA", 2015. 420 б.
4.	Ergashev R.X. va boshqalar. Marketing tadqiqotlari. O'quv qo'llanma. – T.: Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi, 2018 y.
5.	Эргашева Р. Ш. и другие. Управление брендом. Учебное пособие. – Т.: Издательский дом Инновационного развития, 2018 г.

Talabning fan bo'yicha o'zlashtirish ko'rsatkichini nazorat qilishda quyidagi mezonlar tavsiya etiladi:

- a) 5 baxo olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:
- > fanning mohiyati va mazmunini to'liq yoritib olish;
 - > fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiylik va mantiqiylik saqlanib, ilmiy xatolik va chalkashliklarga yo'l qo'ymas;
 - > fan bo'yicha mavzu materiallarining nazariy yoki amaliy ahamiyati haqida aniq tasavvurga ega bo'lsa;
 - > fan doirasida mustaqil erkin fikrlash qobiliyatini namoyon eta olsa;
 - > berilgan savollarga aniq va lo'nda javob bera olsa;
 - > konspektga puxta tayyorlangan bo'lsa;
 - > mustaqil topshiriqlarni to'liq va aniq bajargan bo'lsa;
 - > fanga tegishli qonunlar va boshqa meyoriy-xuquqiy xujjatlarni to'liq o'zlashtirgan bo'lsa;
 - > fanga tegishli mavzulardan biri bo'yicha ilmiy maqola chop ettirgan bo'lsa;
 - > tarixiy jarayonlarni sharhlay bilsa;
- b) 4 baxo olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:
- > fanning mohiyati va mazmunini tushungan, fandagi mavzularni bayon qilishda ilmiy va mantiqiy chalkashliklarga yo'l qo'ymas;
 - > fanning mazmunini amaliy ahamiyatini tushungan bo'lsa;
 - > fan bo'yicha berilgan vazifa va topshiriqlarni o'quv dasturi doirasida bajarsa;
 - > fan bo'yicha berilgan savollarga to'g'ri javob bera olsa;
 - > fan bo'yicha konspektini puxta shakllantirgan bo'lsa;

- fan bo'yicha mustaqil topshiriqlarni to'liq bajargan bo'lsa;
- fanga tegishli qonular va boshqa meyoriy hujjatlarni o'zlashtirgan bo'lsa.
- v) **3 baxo olish uchun talabning bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim:**
- fan haqida umumiy tushunchaga ega bo'lsa;
- fandagi mavzularni tor doirada yoritib, bayon qilishda ayrim chalkashliklarga yo'l qo'yilisa;
- bayon qilish ravon bo'lmasa;
- fan bo'yicha savollarga mujmal va chalkash javoblar olinsa;
- fan bo'yicha matn puxta shakllantirilmagan bo'lsa.
- g) **quyidagi hollarda talabning bilim darajasi qoniqarsiz 2 baxo bilan baholanishi mumkin:**
- fan bo'yicha mashg'ulotlarga tayorgarlik ko'rilmagan bo'lsa;
- fan bo'yicha mashg'ulotlarga doir hech qanday tasavvurga ega bo'lmasa;
- fan bo'yicha matnlarni boshqalardan ko'chirib olganligi sezilib tursa;
- fan bo'yicha matnda jiddiy xato va chalkashliklarga yo'l qo'yilgan bo'lsa;
- fanga doir berilgan savollarga javob olinmasa;
- fanni bilmasa.

Fan o'qituvchisi to'g'risida ma'lumot

Muallif:	F.S.Temirova – QarMII, “Biznes va innovatsion menejment” kafedrası dotsent v.b.
E-mail:	temirova.feruza@list.ru
Tashkilot:	Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti, “Biznes va innovatsion menejment” kafedrası
Taqrizchilar:	I.E.Tursunov – “Biznes va innovatsion menejment” kafedrası professori, iqtisodiyot fanlari nomzodi. Sh.Sh.Fayziyeva – “Innovatsion iqtisodiyot” kafedrası dosenti, iqtisodiyot fanlari nomzodi.

Mazkur Sillabus institut o'quv-uslubiy Kengashining 2024 yil __ iyuldagi __-sonli yig'ilish bayoni bilan tasdiqlangan.

Mazkur Sillabus “Iqtisodiyot” fakultetining 2024 yil 19 iyuldagi 14-sonli yig'ilish bayoni bilan ma'qullangan.

Mazkur Sillabus “Biznes va innovatsion menejment” kafedrasining 2024 yil 1 iyuldagi 19-sonli yig'ilish bayoni bilan ma'qullangan.

O'quv-uslubiy boshqarma boshlig'i:  **Z.E. Chorshanbiyev**

Fakultet dekani:  **A.H. Berdiyev**

Kafedra mudiri:  **F.A. Norqobilova**

Tuzuvchilar:  **F.S. Temirova**