

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI



QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI
QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI
QARSHI MUHANDISLIK-IQTISODIYOT INSTITUTI
2024 yil

Ro'yhatga olindi № 25/05/0105
"27" iyun 2024 yil

MENEJMENT. MARKETING

O'QUV DASTURI

Bilim sohasi:	200000	– Ijtimoiy soha, iqtisod va xuquq
Ta'lim sohasi:	230000	– Iqtisod
Ta'lim yo'nalishi:	60410400	– "Moliya va moliyaviy texnologiyalar"

Qarshi 2024-yil

Fan (modul) kodi MANM2209	O'quv yili 2024-2025	Semestr 9	Kreditlar 3
Fan/modul turi Urumkasbiy fanlar	Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 4/4
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)
	Menejment. Marketing	12	90
2.	Jami yuklama (soat)		
	102		
<p>I. Fanning mazmuni. Bugungi kunda hal etilishi lozim bo'lgan masalalarni yechimi uchun mamlakatimizga menejment va marketing sohasida jahon andozalariga mos keluvchi yuqori malakali mutaxassislar kerak. Shu kunning mutaxassisiga, birinchidan, iste'molchilarni ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda bozorni har tomonlama tahlil qila bilish, ikkinchidan bozorga ta'sir etish talabi quyiladi. Har bir bo'lajak boshqaruvchi boshqaruv sohasining nazariy va ilmiy-uslubiy jixatlarini yetarli darajada bilishi lozim. Bu boshqaruvchining har qanday vaziyatlarni chuqur tahlil etishi, mavjud muammolarni hal etishda oqilona yondashishi va eng asosiy, menejment asoslarining asl mazmuni va mohiyatini chuqur anglab olishi kabilarida namoyon bo'ladi.</p> <p>Fanni o'qitishdan maqsad: talabalarga mamlakatimizda iqtisodiy isloxoatlarni 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 kunlikmasini hosil qilishdan iborat.</p> <p>Fanning vazifasi - nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, boshqaruv jarayonlarga uslubiy yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashini shakllantirish, boshqaruv sohasidagi qonunlar, tamoyillar va kategoriyalarning mazmun mohiyatini bilish, ularga nisbatan shaxsiy munosabatini shakllantirish va shu orqali inson omilining boshqarish sohasidagi o'rni va ahamiyatini ochib berish.</p> <p style="text-align: center;">II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari). Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>I-Mavzu: Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari. Marketingning funksiyalari, vazifalari va tamoyillari. Marketing tadqiqotlari va axborot tizimi. Marketing muhiti. Marketing mohiyati va ahamiyati. Marketingning mavjud kelish tarixi va uning rivojlanishidagi asosiy bosqichlar. Marketing nazariyasi konsepsiyasi va uning evolyusiyasi. Zamonaviy marketing tushunchasi bu - bozorga yo'naltirilgan ishlab chiqarish va sotuvni boshqarish tizimi. Marketing elementlari mazmuni va jarayoni. Marketing «miks» tushunchasi. Tovarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish jarayoni. O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash sharoitida marketing rivojlanish xususiyatlari. Marketing asosiy tamoyillari. Marketing faoliyati va funksiyalari mazmuni. Marketing vazifalari. Tovar, narx, kommunikatsiya siyosati, tovarni harakatlantirish siyosati amalga oshirish. Talab holati va rivojlanishiga qarab marketing turlari. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida marketingni qo'llash tajribasi. Axborot - marketingning asosi. Axborot tizimi. Axborot turlari va ularning tasnifi. Axborot to'plash usullari. To'plangan axborotni talqin qilish va qayta ishlash. Marketing axborotining asosiy elementlari. Tartibga solib turishni takomillashtirish yo'llari.</p>			

Marketing muhiti tushunchasi va mohiyati. Korxonada marketing xizmati. Muhitning doimiy o'zgarishlari. Muhitni tizimli o'rganish, alohida jarayonlarni va ularning o'zaro aloqasini kuzatish zaruriyati, marketing tadqiqotlari olib borilishning ahamiyati.

Korxonada mikro-muhiti: ta'minotchilar, vositachilar, raqobatchilar, mijozlar (iste'molchilar) va aloqalar o'rnatiluvchi auditoriyalar. Aloqalar o'rnatiluvchi auditoriyalarning turlari. Korxonada makro-muhiti: siyosiy muhit-mulkchilik, tadbirkorlik, iste'molchilar xuquqlarini muxofaza qilish va reklama munosabatlarini tartibga soluvchi qonunchilik va qonunlari. Iqtisodiy muhit - korxonalar daromadlarining darajasi va aholining harid qobiliyati kabi ko'rsatkichlar bilan, shuningdek, inflyatsiya, kredit stavkalari, soliq solish stavkalari, aholining joriy daromadlari, jamgarmalarining darajalari, iste'mol savatining qiymati, Tabiiy muhit. Ilmiy-texnikaviy muhit. Davlatning iqtisodiy va xuquqiy sohalaridagi samarali siyosati

II-Mavzu: Talabni qondirishni tadqiq etish va prognoz qilish. Bozor segmentatsiyasi va tovarni bozorda pozitivlashtirish. Marketing tuzimida tovar siyosati.

Talab tushunchasi, uning turlari, talabga ta'sir etuvchi omillar. Talabning elastikligi. Bozor elementlari. Bozor sig'imi. Bozor konyukturasini haqida tushuncha. Konyukturani shakllantiruvchi omillar. Bozor konyukturasini asosiy ko'rsatkichlari: talab va taklif hajmi, narx, konyuktura kuzatishlari mazmuni va vazifalari. Bozor konyukturasini holati va uni baholash usullari, Konyukturani shakllantiruvchi omillar.
Bozorni segmentlashning mohiyati va ahamiyati. Bozorni segmentlashning xususiyatlari. Bozorni segmentlash turlari. Bozorni segmentlashning asosiy tamoyillari. Maqsadli bozor segmentlarini tanlash. Eng muhim bozor segmentlarini aniqlash. Tovarni bozorda joylashtirish. Segmentlash strategiyasini amalga oshirish.

Iste'molchilarning guruxlanishi va ularning xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi omillar: shaxsiy omillar, ijtimoiy omillar-psixologik omillar, o'zlashtirish, munosabat. Xaridorlar xulq-atvorining oddiy va kengaytirilgan modellari.

Marketing tuzimida tovar tushunchasi, tovar siyosati va uning o'rni. Xaqiqiy tovarning asosiy tashkil etuvchilari: foydalilik, bozordagi obru-e'tibor, tug'ri keladigan narx. Tovarning uch darajasi: tovarni yaratish; tovarning texnik tasnifi, dizayni (guzalligi), narxi, urami, markirovkasi, uslubi va sifatini; tovarni sotish, yetkazib berish va urmatish, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish, kafolatlar, kreditlash va rag'batlantirish.

Tovarning xayotiy davri va bosqichlari. Tadqiqotlar va tovarni ishlab bosqichi, bozorga chiqish bosqichi, o'sish bosqichi, yetuklik bosqichi, chiqish bosqichi.

Ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va texnologik qayta jixozlash, xalqaro sifat standartlariga o'tish boyicha qabul qilingan tarmoq dasturlarini amalga oshirish. O'zbekistonning xam tashqi, xam ichki bozorda barqaror maqega ega bo'lishini ta'minlash.

Ikkinchidan - joriy konyuktura keskin yomonlashib borayotgan hozirgi sharoitda eksporga mahsulot chiqaradigan korxonalarimiz tashqi bozorlarda raqobatdosh bo'lishni qullab-quvvatlash boyicha konkret choratadbirlarni amalga oshirish va eksportni rag'batlantirish uchun qo'shimcha omillar yaratish, Yangi tovar ishlab chiqarish strategiyasi. Mahsulot yangiligi darajalari Yangi tovar ishlab chiqarish jarayoni bosqichlari: goyani izlash, goyani tanlash, yangi tovar konsepsiyasini ishlab chiqish va uni tekshirish, marketing strategiyasini ishlab chiqish, biznes tahlili, tovarni ishlab chiqarish, tovarni bozorga chiqarish va tijorat uchun ishlab chiqarish. Iste'molchilarni guruxdarga ajratish: supermavator, novator, oddiy iste'molchilar, konservator, superkonservator.

III-Mavzu: Marketing tuzimida narx siyosati. Marketing tuzimida sotish siyosati. Marketingda kommunikatsion siyosat

Marketing tuzimida narx tushunchasi va narxning shakllanishi. Narxning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar. Ichki omillar va tashqi omillar. Talab va taklif modeli. Narx asosida raqobat, narxsiz raqobat.

Narx shakllanish uslublarini tanlash. Narx belgilash uslublari. Narx belgilashning xarajatlarini hisoblashga asoslangan usuli. Zararsizlik va maqsadli foydani ta'minlashning tahlili asosida narx belgilash usuli. Talabga asoslangan usul. Narx belgilashning raqobatchilar narxiga asoslangan usuli. Narx belgilash strategiyalari. Bozorda barqaror vaziyatni saqlash strategiyasi. Foydani maksimallashtirish, rentabellik darajasini oshirish strategiyasi. Yetakchi orqasidan yurish strategiyasi. "Qaymog'ini olish" strategiyasi. "Yorib o'tish" strategiyasi. "Korxonaning eksport imkoniyatlarini kengaytirishga yunaltilgan narx" strategiyasi.

Savdo nazariyasi va uni rivojlantirish. Savdoning iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy ahamiyati. Chakana savdo. Ulgurji savdo. Vositachini tanlash va sotish tarmog'ini shakllantiruvchi omillar. Savdoda sotuvchi, iste'molchi va vositachilarni rag'batlantirish usullari. Firmaning sotish siyosati va uni rivojlantirish tendensiyalari. Sotish siyosatining vazifasi. Sotish kanalini shakllantirish. Tovar harakati bo'yicha qarorlarni shakllantirish.

Jamoatchilik bilan aloqalar (publik rileyshnz) va uning mohiyati. Kommunikatsion siyosat tushunchasi. Publik rileyshning bosh tamoyillari. Jamoatchilik bilan bo'ladigan aloqalarning asosiy yunalishlari. Reklama va reklama vositalari. Reklamani joriy etish bosqichlari. Reklama byudjetini ishlab chiqish. Reklama turlari: xorijiy, umummilliy, regional va mahalliy reklamlar; vitrina – ko'rgazmali, matbuotdagi reklama, bosma reklama, audiovizual, radio va telereklama.

Marketingda sotishni rag'batlantirish. Xaridorlarni rag'batlantirishning usullari: kuponlardan foydalanish; pasaytirilgan narx bilan sotish, tovar narxining ma'lum bir qismini qaytarib berish; mukofotlar berish; lotereya, konkurs va o'yinlar o'tkazish; tovar namunalarni bepul berish va tovar namunalarni bepul sinab ko'rish.

III. AMALIY MASHG'ULOTLAR BO'YICHA KO'RSATMA VA TAVSIYALAR

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

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

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interaktiv usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.

Laboratoriya mashg'ulotlari

Laboratoriya mashg'ulotlari rejalashtirilmagan.

IV. MUSTAQIL TA'LIM VA MUSTAQIL ISHLAR

Mustaqil ta'lim tashkil etishning shakli va mazmuni

Mustaqil ta'limning maqsadi – talabalar o'qituvchi rahbarligida o'quv jarayonida olgan bilim va ko'nikmalarini darsliklar, o'quv qo'llanmalar, o'quv-uslubiy majmualar, internet ma'lumotlari, o'quv-vizual va multimedia materiallari yordamida mustahkamlaydilar.

Mustaqil ta'limning turli xil shakllari mavjud bo'lib, bunda asosiy e'tibor talabanning berilgan mavzular (amaliy masalalar, topshiriqlar va keys-stadialar) ni mustaqil ravishda, ya'ni auditoriyadan tashqarida bajarishi, o'qib o'rganishi va shu yo'nalish bo'yicha bilim va ko'nikmalarini chuqurlashtirishga qaratiladi. Ushbu shakllarga quyidagilar tegishlidir:

- darslik yoki o'quv qo'llanmalar bo'yicha fan boblari va mavzularini o'rganish;
- tarqatma materiallar bo'yicha ma'ruzalar qismini o'zlashtirish;
- avtomatlashtirilgan o'rgatuvchi nazorat qiluvchi tizimlar bilan ishlash;
- maxsus adabiyotlar bo'yicha fanlar bo'limlari yoki mavzulari ustida ishlash;
- talabalar o'quv-ilmiy tadqiqot ishlari bajarish bilan bog'liq bo'lgan fanlar bo'limlari va mavzularini chuqur o'rganish;
- keys-stadialar va o'quv loyihalarini mustaqil bajara olish;
- faol va muammoli o'qitish uslubidan foydalaniladigan o'quv mashg'ulotlarini o'zlashtirish.

Tavsiya etilgan mustaqil ishlarni mavzularning mavzulari

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Ishlab chiqarishni strukturaviy isloxo'tlar bilan ta'minlash, modernizatsiya va diversifikatsiyalash bo'yicha chora-tadbirlar dasturi asosida real sektor korxonalarida mahsulot raqobatchiligi oshirishning marketing tahlili.
2. Menajment fanining umumfalsafiy usullari.
3. Menajmentni 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 funksiyalari.
6. Boshqarishning umumdavlat, mahalliy va tarmoq organlari.
7. Jamoat va o'zini-o'zi 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 funksiyasi.
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 tadbirlari.

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.

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdim qilish tavsiya etiladi.

_____ **Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan**

qo'shimcha ravishda loyiha ishi, esse, tezis yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdim qilish tavsiya etiladi.

V. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari

3.

<p style="text-align: center;">Axborot manbaalari</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. www.mineconomy.uz - O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi 2. www.mehnat.uz - O'zbekiston Respublikasi Kambag'allikni qisqartirish va bandlik vazirligi 3. www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika Agentligi 4. www.ima.uz - O'zbekiston Respublikasi Sanoat mulki muhofazasi 5. http://www.nber.com - AQSH iqtisodiy tadqiqotlar milliy byurosi sayti. 6. http://www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi. 7. http://www.scopus.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi. 8. http://www.elibrary.ru - Rossiya ilmiy maqollar indeksi. 9. www.uzreport.com - Новости Узбекистана 10. www.gov.uz 11. www.lex.uz 	<p style="text-align: center;">Fan dasturi Qarshi muhandislik-iqtisodiyot institutida ishlab chiqildi.</p> <p>Fan/modul uchun ma'sular: F.S.Temirova - Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti "Biznes va innovatsion menajment" dotsent v.b.</p> <p>Taqrizchilar: Xamrayeva S.N. "Innovatsion iqtisodiyot" kafedrası mudiri, i.f.d. Norgobilova F.A. "Biznes va innovatsion menajment" kafedrası mudiri dots.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Fanni o'zlashtirish natijasida talabada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - talaba global iqtisodiy rivojlanish jarayonlarini tahlil qilish usullarini qo'llash, iqtisodiy rivojlanish muammolari bo'yicha yechimlar qabul qilish bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishi; - boshqaruv mehnatini ilmiy tashkil etish; menejer faoliyatini rejalashtirish va tashkil qilish; mehnat jamoalarida xodimlarni boshqarish, nizolarni hal etish; talab, taklif va bozor xajmini aniqlash malakalariga ega bo'lishi kerak. <p>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish; • esse, tezis va maqolalar yozish; • vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) yechish; • jarayonli-yo'naltirilgan ta'lim; • muhokamalarda ishtirok etish; • kichik guruhlarda ishlash; • loyiha ishi bajarish; • mustaqil ishlarni bajarish; • taqdimot tayyorlash; • turli darajadagi testlarni yechish; • ijtimoiy so'rovnomalar o'tkazish. 	<p>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishini topshirishi zarur.</p>	<p>ASOSIY ADABIYOTLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Yo'ldoshev N., Zaxidov G. Menajment. Darslik. - T.: "O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati" nashriyoti, 2018 y. - 392 bet. 2. Bazarova F. Menajment: O'quv qo'llanma. - T.: "Iqtisod-Moliya", 2019 y 3. Yul'doshev N Q., Nabokov V.I. Menajment nazariyasi. Darslik. - T.: TDIU, 2013, - 433 b. 4. Philip Kotler. Kevin Lane Keller "Marketing menajment" 12th edition. 2010 by Pearson Education. Inc.p. 815. 5. Frank Rothoemel Strategic Management: Concepts (2nd edition) Mc Graw- H:II Education 9 January. 2014. USA. - 528 p. 6. Ergashev R.X., Turunov I.E., Ravshanov A.D., Qurbonov A.B. Innovatsion iqtisodiyot. Darslik. T.: "Voriz-nashriyot", 2020. 448 b. 7. Ганчерёнок И.И., Горбачов Н.Н., Турсунов И.Э., Панклев С.А. Цифровая экономика: управление информационными ресурсами/ Учебное пособие./-Т.: "Voriz-nashriyot", 2020. 207 с. 8. Temirova F.S. Menajment. Marketing. O'quv qo'llanma. - Karshi.: Intellect nashriyoti, 2024y. <p>QO'SHIMCHA ADABIYOTLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentabrda tasdiqlangan PF-158-sonli "O'zbekiston — 2030 strategiyasini tasdiqlash to'g'risida" gi Farmoni. 2. Ergashxodjaeva Sh. va boshqalar. Marketing tadqiqotlari. O'quv qo'llanma. - T.: Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi, 2018 y. 3. Эрғашходжаева Ш. и другие. Управление брендом. Учебное пособие. - Т.: Издательский дом Инновационного развития, 2018 г.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------