

КИРИШ

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида оммавий ахборот воситаларини бошқаришда ўзгариб турувчи рақобат муҳити ва бозор шароитларини илғаб олиш, уларнинг моҳияти ҳамда қонуниятларини чуқур таҳлил қилиш, оптимал иқтисодий қарорлар қабул қилиш, кўп вариантли ечимлардан муқобил ечимни танлаш, таваккалчилик ва ноаниқлик шароитида стратегияни тўғри танлаш ҳар бир корхона учун долзарб масаладир. Ишлаб чиқариш корхоналарида тўғри қарорлар қабул қилиш ва бу қарорларнинг бажарилишини таъминлашда менежментнинг қонун ва тамойилларини ўрганиш муҳим аҳамият касб этади.

Республикамызда узлуксиз таълимни халқаро стандартлар асосида ривожлантириш орқали юқори малакали рақобатбардош кадрлар тайёрлашга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони билан тасдиқланган “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”нинг 4.4. “Таълим ва фан соҳасини ривожлантириш” йўналишида узлуксиз таълим тизимини янада такомиллаштириш, меҳнат бозорининг замонавий эҳтиёжларига мос юқори малакали кадрлар тайёрлаш сиёсатини давом эттириш; таълим ва ўқитиш сифатини баҳолашнинг халқаро стандартларини жорий этиш асосида олий таълим муассасалари фаолиятининг сифати ҳамда самарадорлигини ошириш; илмий-тадқиқот ва инновация фаолиятини рағбатлантириш, илмий ва инновация ютуқларини амалиётга жорий этишнинг самарали механизмларини яратиш каби бир қатор муҳим вазифалар¹ белгилаб берилган.

Мамлакатимиз Президенти Ш. Мирзиёев таъкидлаганларидек, “Ҳаётнинг ўзи ва халқнинг талаблари бизнинг олдимишга амалий ечимини топиш лозим бўлган янги ва янада мураккаб вазифаларни қўймоқда. Бу ўринда асосий муаммо, менинг назаримда, қуйидагилардан иборат. Биринчидан, айрим идоралар ва уларнинг раҳбарлари реал ҳаётдан ва халқ эҳтиёжларидан маълум даражада узилиб қолмоқда. Иккинчидан, тармоқ ва ҳудудларни ривожлантириш концепциялари ва дастурларини ишлаб чиқишда юзаки ёндашувга йўл қўйилмоқда. Ва ниҳоят, учинчи асосий камчилик – кўпчилик раҳбарларнинг мураккаб муаммоларни кабинетдан чиқмасдан, иқтисодиёт тармоқлари, ҳар бир корхонадаги, шаҳар ва туманлардаги, айниқса, қишлоқ

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони. www.lex.uz.

жойлардаги ишлар қандай аҳволда эканини чуқур ўрганмасдан ҳал этишга одатланиб қолгани билан боғлиқ”². Шу сабабли ушбу фаннинг мақсади – бўлажак медиаменежер мутахассисларда бозор шароитида ОАВларни замонавий бошқариш усул ва услубиятлари, медианинг ижтимоий жараёнлари ва асосий молиявий - иқтисодий кўрсаткичларини башорат қилиш, олинган натижаларни иқтисодий талқин қилиш бўйича бошқарув қарорларини қабул қилишда йўналишига мос билим, кўникма ва малакаларини шакллантиришдан иборат.

Мутахассисликнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- иқтисодиётни модернизациялаш шароитида оммавий ахборот воситаларини бошқариш ва уни барқарор ривожлантириш, қарорларни қабул қилиш ва уни амалга ошириш усулларнинг назарий жиҳатларини амалиётда қўллаш, медианинг ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларни таҳлил қилиш, ишлаб чиқариш жараёнларини ташкил қилиш ва уни иқтисодий ривожланиш бўйича оптимал йўналишларини аниқлаш ва бошқариш тамойилларини, иқтисодий тизимларнинг фаолият кўрсатиш самарадорлиги ва унга таъсир қилувчи омилларни, рақобат шароитида оптимал бошқарув қарор қабул қилиш усулларини ўргатиш;

- оммавий ахборот воситалари, ишлаб чиқариш корхоналарининг молиявий - иқтисодий ҳолатини таҳлил қилиш ва хулосалар чиқариш, ишлаб чиқариш жараёнлари тўғрисидаги маълумотлар асосида ривожлантириш дастурларини тузиш ва улар асосида корхоналар ривожланишининг кўп вариантли ечимларини қабул қилишда илмий асосланган хулосалар чиқариш, замонавий бошқариш усулларини билишлари ва амалда қўллашлари бўйича ҳамда хулосалар чиқариш кўникмаларини кенгайтириш;

- замонавий бошқариш усулларини, бошқариш механизмининг назарий асосларини, менежмент самарадорлиги кўрсаткичлари ва уни баҳолаш усулларини ўрганишдир.

5230200 - Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича) таълим йўналиши негизидаги 5A230201 – Менежмент (медиаменежмент) магистратура мутахассислигига кирувчи талабалар учун таълим йўналиши ўқув режасига асосан 3 та ихтисослик фанлари бўйича: “Менежмент”, “Стратегик менежмент”, “Ишлаб чиқариш менежменти” ва 2 та умумқасбий фанлар: “Инновацион менежмент”, “Ташкилий ҳуққ” ва журналистика соҳасига қизиқиши бўйича умумий дунёқараш бўйича тест саволлари шакллантирилган. Бу фанлар ўз негизида қамраб олинган маълумотлар қуйида батафсил келтирилган.

²Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик - ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. - Т.: Ўзбекистон, 2017. - 34 б.

МЕНЕЖМЕНТ фани бўйича:

Менежмент ривожланишининг тарихий шарт-шароитлари. Менежментнинг пайдо бўлиши. Машинали ишлаб чиқаришни ривожланиши. Бозор субъектларининг катта миқдорининг вужудга келиши, ҳажмининг ўсиши ва бозор алоқаларини кучайиши. Бошқарувга касбий ёндашув зарурлигини асослаб берувчи рақобатнинг ўсиши ва бозор иқтисодиётининг барқарорлиги. Йирик корпорацияларни пайдо бўлиши ва шунга кўра фақат ходимларнинг махсус аппарати бажариши мумкин бошқарув ишлари ҳажми ва мураккаблигининг кўпайиши. Менежментнинг илмий мактаблари. Илмий бошқарув мактаби. Бошқарувнинг классик ёки маъмурий мактаби. Бошқарувдаги инсоний муносабатлар мактаби. Ахлоқий фанлар ёки бихевиористик мактаб. Бошқарув фани мактаби ёки миқдорий усул. Вазиятли ёндашув. Тизимли ёндашув. Жараёنли ёндашув. Мамлакат бошқарувининг ривожланиши. Менежментнинг хорижий модели. Менежментнинг америкача модели. Менежментнинг япон модели. Менежментнинг Ғарбий Европа модели.

Бошқарув ва менежмент. Молиявий менежмент. Инновацион менежмент. Савдо менежменти. Бошқарув (менежмент)нинг моҳияти ва тизими. Менежмент тизимининг тузилиши. Менежментга нисбатан ёндашувлар. Менежментнинг илмий ёндашувлари ва тамойиллари. Бошқарув усуллари. Маъмурий ёндашув. Қайта ишлаб чиқарувчи ёндашув. Динамик ёндашув. Интеграцияли ёндашув. Мажмуавий ёндашув. Маркетингли ёндашув. Меъёрий ёндашув. Ахлоқий ёндашув. Жараёнли ёндашув. Тизимли ёндашув. Вазиятли ёндашув. Вазифавий ёндашув. Менежмент тамойиллари. Меҳнат тақсимооти тамойили. Ваколатлар ва жавобгарлик тамойили. Интизом тамойили. Якка ҳукмронлик тамойили. Ҳаракатлар бирлиги тамойили. Шахсий манфаатларни бўйсиндирилиши тамойили. Ходимларни мукофатлаш тамойили. Марказлаштириш тамойили. Қояли занжир тамойили. Тартиб тамойили. Адолат тамойили. Ходимларнинг барқарорлиги тамойили. Ташаббус тамойили. Корпоратив руҳ тамойили.

Меҳнатни бошқаришнинг характери. Иқтисодий ўсишнинг ҳар хил босқичларида меҳнатни бошқариш турлари. Ф.Тэйлорнинг меҳнатни бошқариш усуллари. Меҳнатни технократик бошқариш. Саноатда бандликнинг умумий тамойиллари ва меҳнат муносабатларини ўрнатиш. Д.Макгрегорнинг “Х” ва “У” назарияси. Меҳнатни инновацион бошқариш. Меҳнатни инновацион бошқаришга ўтишнинг асосий омиллари ва шартлари. Корпорацияларда “Сифат тўғараклари” ишчи гуруҳини ташкил этиш.

Бошқарув жараёни. Бошқарув вазифалари. Режалаштириш. Мақсадлар. Ташкил қилиш. Мотивация. А.Маслоу бўйича эҳтиёжлар иерархияси. Мувофиқлаштириш. Бошқарувда ахборотлар ва коммуникациялар. Ташкилот ва ташқи муҳит ўртасидаги коммуникациялар. Ишлаб чиқариш ва бошқарув босқичлари бўйича бўлинмалар ичидаги коммуникациялар. Шахслараро коммуникациялар. Бўлинмалар ўртасидаги коммуникациялар. Норасмий коммуникациялар. Коммуникацион жараён. Коммуникацион тармоқларнинг намуналари. Бошқарув қарорлари. Қарорни бажарилишини ташкил қилиш. Қарорни бажарилиши устидан назорат қилиш, фаолият ва қарорга тузатишлар киритиш. Қарорни бажариш бўйича фаолиятни баҳолаш.

Ташкилотлар тушунчаси ва уларнинг тавсифи. Ташкилотнинг яшаш даври. Ташкилотларнинг ички муҳит. Ташкилотларнинг ташқи муҳити. Ташкилот ички ва ташқи муҳитининг омиллари ва ўзгарувчанлари. Ташкилотлар фаолиятини туркумлаштириш. Ташкилий тузилмаларнинг турлари. Ташкилотнинг ташкилий тузилмаси. Меҳнатни горизонтал бўлиниши. Меҳнатнинг вертикал тақсимланиши. Тўғри чизиқли тузилма. Бошқарувнинг вазифавий тузилиши. Тўғри чизиқли вазифавий тузилма. Бошқарувнинг тўғри чизиқли - штабли тузилмаси. Бошқарувнинг матрица тузилмаси. Дивизионал (ёки бўлимли) ташкилий тузилма. Маҳсулотли ташкилий тузилма. Минтақавий ташкилий тузилма. Истеъмолчига қаратилган ташкилий тузилма. Бошқарувнинг комбинациялаштирилган тузилмаси. Асосий ташкилий-ҳуқуқий шакллар. Масъулияти чекланган жамият. Қўшимча масъулиятга эга жамият. Акциядорлик (ҳиссадорлик) жамияти. Шуъба ва боғлиқ жамиятлар. Давлат унитар корхоналари. Нотижорат ташкилотлар. Матлубот кооперативи. Картель. Синдикат. Трест. Концерн. Консорциум. Саноат холдинглари. Тадбиркорлар уюшмалари. Виртуал корпорация. Ташкилотлар ривожланишидаги замонавий тенденциялар. Тармоқли ташкилотлар. Ташкилотларнинг янги турлари. Ташкилотларни стратегик бошқариш. Стратегик бошқарув тузилмаси.

Менежер: тушунчаси, шахсий ва ишга доир сифатлари, вазифалари. Корхона менежерларининг даражалари. Менежер ва етакчи. Етакчининг анъанавий концепцияси. Менежернинг етакчидан фарқи. Етакчилик сифатлари назарияси. Етакчилик хулқи концепциялари. Вазиятли етакчилик концепцияси. Танненбаум-Шмидт етакчилик хулқи континууми (узлуксизлиги). Вазиятли етакчилик моделлари (Ф. Фидлер). Херсей ва Бланшарларнинг вазиятли етакчилик модели. Хауз ва Митчелларнинг “йўл-мақсад” етакчилик модели. Врум-Иеттона-Яголарнинг қарорлар қабул қилишнинг вазиятли модели. Етакчиларни янги концепциялари. Атрибутли (белгили) етакчилик концепцияси. Харизматик етакчилик концепцияси. Тубдан ўзгартирувчи етакчи концепцияси. Менежернинг услуги. Раҳбарлик услубларининг мазмуни. Раҳбарликнинг демократик услуги. Ишга доир этика ва этикет. Менежернинг имиджи. Имидж тушунчаси. Ишбилармонлиг этикаси. Нутқ маданияти. Ишбилармонлик этикетининг миллий хусусиятлари.

Бошқарув меҳнати: таърифи, хусусиятлари, турлари Эвристик меҳнат.Маъмурий меҳнат. Оператор меҳнати. Бошқарув меҳнатини илмий ташкил қилиш. Раҳбарни ўзини ўзи бошқариши.Менежмент томонидан вақтдан ва ўз имкониятларидан кўпроқ фойдаланиш.Унинг ўзининг соғлиғини сақлаш ва мустаҳкамлаш. Ҳаётни боришини онгли равишда бошқариш. Ҳам ишдаги ва ҳам шахсий ҳаётидаги ташқи ҳолатларни енгиб ўтиш. Ўзини ўзи бошқариши доираси. Мақсадларни қўйиш. Ишлаш қобилятининг ўртача статистик ўзгаришлари. Ахборот билан ишлаш. Телефондаги сўзлашишлар.Ўзишмаларни рационал олиб бориш. Менежер фаолиятини режалаштириш ва ташкил қилишнинг куроллари.

Жамоа тушунчаси, турлари, шаклланиш босқичлари. Меҳнат жамоаси. Таъсир ўтказиш ва ҳукмронлик. Мажбур қилишга асосланган ҳукмронлик. Мукофотлашга асосланган ҳукмронлик. Экспертли ҳукмронлик. Намуна ёки харизма ҳукмронлиги. Қонуний ҳукмронлик. Ресурсларга эгалик қилишга

асосланган ҳукмронлик. Ахборотларни олиш ва улардан фойдаланишга асосланган ҳукмронлик. Низоларни бошқариш. Низоларнинг вазифалари. Шахс ичидаги низо. Шахслараро низо. Шахс ва гуруҳ ўртасидаги низо. Гуруҳлараро низо. Картография усули. Низонинг картаси. Низоларни ҳал қилишнинг таркибий усуллари. Низоларни ҳал қилишнинг шахслараро усулларига. Ходимларни бошқариш. Ходимларни танлаш. Ходимларни танлашнинг ички ва ташқи манбаларини солиштириш. Менежернинг ишбилармонлик сифатларини баҳолаш. Мартабани бошқариш. Ходимлардан фойдаланиш.

Корхона қудратини бошқариш технологиясининг босқичлари. Корхона қудратидан фойдаланиш динамикаси ва самарадорлигининг тузилишини, унинг бозордаги улушини баҳолаш. Корхона қудратини рақобатбардошлигини баҳолаш. Корхонанинг иқтисодий қудрати. Корхона қудратини резервлари ва йўқотишларини таҳлил қилиш. Корхона қудратини рақобатбардошлигини ошириш бўйича стратегия ва тактикани танлаш. Танланган стратегия ва тактикадан келиб чиққан ҳолда корхона қудратининг рақобатбардошлигини ошириш бўйича тадбирларни ўтказиш.

Корхона қудратининг рақобатбардошлиги. Индикаторли усул. Матрица усули. Корхона қудрати қобиляти контурининг матрицаси. Корхона қудрати самарадорлиги резервлари. Корхона қудрати рақобатбардошлигининг тузилиши ва динамикаси.

СТРАТЕГИК МЕНЕЖМЕНТ фани бўйича:

Стратегия тушунчаси, унинг мазмуни. Стратегиянинг режадан фарқи. Фирмани бошқариш вазифалари, уларнинг асосий турлари. Фирма компания стратегиясини ишлаб чиқиш бўйича менежерларнинг вазифалари. Компания миссияси ва стратегик қарашларини белгилаш. Компания стратегиясининг асосий саволлари. Стратегик бошқариш мақсади. Мақсадларнинг турлари: қисқа муддатли, узоқ муддатли, молиявий, стратегик. Стратегияни белгилашга таъсир этувчи омиллар: ички омиллар, ташқи омиллар. Стратегик бошқаришнинг беш вазифаси.

Корхона фаолияти йўналишларини белгилаш омиллари. Компания миссияси, стратегик кўра билиш, фаолият йўналишини танлаш ўртасидаги боғлиқлик. Миссияни вазифаларга айлантириш. Стратегик бошқариш тамойиллари. Стратегиянинг ташкилий даражалари. Корпоратив стратегия. Ишбоп стратегия. Функционал стратегия. Амалий стратегия. Стратегия турларининг ўзаро боғлиқлиги. Стратегияни ишлаб чиқишга ёндошув турлари. Бош стратегик ёндошув. Ваколатларни бошқаларга ўтказиш. Биргаликда коллобoration ёндошув. Ташаббускор ёндошув. Стратегия яратишда миссия, мақсадлар, стратегиялар бирлиги. Ғолиб стратегия мезонлари. Мувофиқ келиш даражаси. Рақобат курашида устунлик.

Тармоқлар ва уларнинг иқтисодий тавсифлари. Тармоқдаги рақобат ва ривожланиш истиқболлари. Технологик тараққиёт суръатлари. Тармоқ бозорининг ҳажми. Рақобат миқёслари. Бозорнинг ўсиш суръатлари.

Рақобатчилар тарифи. Рақобатчиларнинг молиявий имкониятлари. Тармоқдаги интеграцион жараён йўналиши. Технологик ўзгаришлар. Рақобатчи бешта куч модели. Рақобатчилар стратегиясини аниқлаш. Рақибларнинг навбатдаги қадамини олдиндан кўра билиш. Рақибларнинг мақсадлари ва стратегияларини туркумлаш. Муваффақиятнинг калит омиллари. Тармоқдаги вазиятни умумий баҳолаш.

Компания аҳволини таҳлил қилиш услубиёти. Таҳлил учун қўйиладиган саволлар. Таҳлил воситалари: SWOT – таҳлил, қадриятлар занжири таҳлили, харажатлар таҳлили, рақобатбардошлик баҳоси. Стратегияни амалга ошириш таҳлили. Таҳлил қилинадиган асосий кўрсаткичлар. Компаниянинг кучли ва заиф томонлари. Кучли ва заифлик. уларнинг мазмуни ва кўрсаткичлари. Куч ва заифликнинг умумий натижаларини ифодалаш. Корхона харажатлари рақобатбардошлигини баҳолаш. Қадриятлар занжири. Асосий фаолиятдаги қадриятлар занжири. Ёрдамчи фаолиятдаги қадриятлар занжири. Муваффақиятнинг калит омиллари.

Компаниянинг рақобат стратегиясини белгиловчи омиллар. Рақобат стратегиясининг бошқа стратегиялар билан боғлиқлиги. Рақобат курашига ёндошувлар. Харажатлар бўйича илғорлик стратегияси. Кенг табақалаштириш стратегияси. Оптимал харажатлар стратегияси. Фокусланиш стратегияси. Ифодаланган стратегия. Рақобат устунлигига эришиш йўллари. Хужумкор стратегия. Хужумкор стратегиянинг асосий турлари. Рақобат устунлигини ҳимоя қилиш йўллари. Мудофаа стратегияларининг турлари. Вертикал интеграция. Интеграция йўналишини танлаш. “Қалдирғоч” Корхонанинг ютуқлари ва муаммолари. Қалдирғочликда муваффақиятга эришиш шартлари.

Фирма стратегиясини мавжуд вазиятга кўниктириш. Унга таъсир этувчи омиллар. Ички ва ташқи омиллар. Тармоқ аҳволини таърифловчи омиллар. Рақобат шартларини тавсифловчи омиллар. Тармоқдаги вазиятнинг бешта классик варианты. Янги ва тез ўсаётган тармоқлардаги рақобат. Етуклик босқичида бўлган тармоқлардаги рақобат. Депсиниш ёки тушкунлик ҳолатида бўлган тармоқлардаги рақобат. Бўлиб ташланган тармоқлардаги рақобат. Халқаро бозорлардаги рақобат. Фирма аҳволининг вариантлари. Янги тармоқ тушунчаси. Янги тармоқ фирмалар олдида қўядиган муаммолар. Янги тармоқда тавсия этиладиган стратегиялар. Етуклик босқичида бўлган тармоқларда қўлланиладиган рақобат стратегиялари. Ўсиш суръати паст бўлган тармоқларда қўлланиладиган рақобат стратегиялари. Бўлиб ташланган, тарқоқ тармоқларнинг белгилари. Бундай тармоқлардаги рақобат хусусиятлари. Тарқоқ тармоқларда қўлланиладиган рақобат стратегиялари. Халқаро бозорларга чиқиш сабаблари. Халқаро операцияларнинг хусусиятлари. Халқаро рақобат шакллари. Глобал ва кўп миллатли рақобат.

Тор ихтисослашиш ва унинг қулайликлари. Тор ихтисослашишнинг камчиликлари ва хатарли жиҳатлари. Диверсификацияланишга ундовчи омиллар. “Бозорни ўсиш суръатлари/рақобатчилик мавқеи” матрицаси. Диверсификацияланишнинг мақсади. $2+2=5$ самараси. Диверсификацияланиш учун тармоқ танлаш мезонлари. Жозибадорлик мезони. Янги тармоққа кириш стратегиялари. “Ютиб юбориш” стратегияси. Янги компания тузиш стратегияси. Қўшма корхона тузиш стратегияси. Турдош тармоқларга диверсификацияланиш шартлари. Нотурдош тармоқларга диверсификацияланиш стратегиялари. Қисқартиш ва тугатиш стратегиялари. Қайта таркиблаштириш, қайта тиклаш ва тежамкорлик стратегиялари. Диверсификацияланишнинг кўп миллатли стратегиялари.

Компаниянинг мавжуд стратегияси ва фаолиятини баҳолаш. Диверсияланиш даражаси ва фирма портфели. Диверсификацияланган компания фаолиятини баҳолаш. Хўжалик фаолияти матрицаси. Матрицанинг жуфт кўрсаткичлари. “Ўсиш/улуш” матрицаси, “тармоқнинг жозибадорлиги/рақобат мавқеи” матрицаси, тармоқнинг ҳаётий цикли матрицаси. Ишбоп фаоллик портфели матрицаси. “Мураккаб болалар”, “Юлдузлар”, “Соғин сигирлар”, “Итлар” квадратлари. Портфелнинг ҳозирги ва келажакдаги ҳолати матрицаси. Портфелнинг ҳаётийлик цикли матрицаси. Ўрта корхоналар эволюцияси матрицаси. Стратегик мослик таҳлили.

ИШЛАБ ЧИҚАРИШ МЕНЕЖМЕНТИ фани бўйича:

Ишлаб чиқариш менежменти тушунчаси. Ишлаб чиқариш менежментининг ривожланиш тарихи. Ишлаб чиқариш менежменти тизими тушунчаси. Ишлаб чиқариш ишлаб чиқариш тизимида “кириш”дан то “чиқишга”қадар самарали бошқарув, яъни харажатларни минималлаштириш ва фойдани максималлаштиришга эришишнинг асосий йўналишлари.

Ташкилотни бошқариш тизими тузилмаси. Ташкилотни бошқариш тизимини ташқи ва ички муҳит. Ташкилотни бошқариш тизимининг илмий асосланганлиги. Ташкилотни бошқариш тизимининг мақсадли тизимчалари. Ташкилотни бошқариш тизимининг бошқариладиган ва бошқарадиган тизимчалари. Бошқарув функцияларининг моҳияти ва таснифи. Ташкилотни бошқариш тизими сифат даражасини баҳолаш.

Режалаштириш жараёнларини моҳияти ва тамойиллари. Режалар сифатига талаблар. Режалаштириш бўйича ишларни ташкил қилиш. Стратегик маркетинг режалаштириш растаси сифатида ташкилотини бозор стратегиясини шакллантириш. Ташкилотнинг стратегик режаларни ишлаб чиқаришни мазмуни ва тартиби. Стратегик режалаштиришда SWOT таҳлил. Ишлаб чиқариш менежментида портфель таҳлили Бостон Консалтинг Групп (БКГ) – матрицаси ташкилот бизнес режаси мазмуни. Тезкор календар режалаштириш хусусиятлари. Ягона ишлаб чиқаришда тезкор режалаштириш

асослари. Серияли ва оммавий ишлаб чиқаришда тезкор режалаштиришнинг асослари.

Ресурс таъминоти стратегиясининг асослари. Товар ишлаб чиқаришнинг ресурс сиғими кўрсаткичлари тизими. Ишлаб чиқаришда маҳсулотнинг ресурс сиғими кўрсаткичлари. Ташкилот фаолияти самарадорлиги кўрсаткичлари. Ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги таҳлили. Ресурс таъминотини бошқаришда логистика функциялари.

Ташкилий тузилмалар. Ишлаб чиқариш жараёнларини кўринишлари. Маълум ҳудудларда ишлаб чиқариш жараёнларини ташкил қилиш. Ишлаб чиқариш меъёрларини ташкил қилиш. Ишлаб чиқаришни ташкил қилиш намуналарининг тавсифи.

Янгиликлар, инновацияларнинг моҳияти, таснифи ва кодлаштирилиши. ИТТКИни ташкил қилиш. Ишлаб чиқаришнинг ташкилий-техник даражасини таҳлил қилиш ва баҳоратлаш. Янгиликлар ва инновациялар портфелини шакллантириш. Ишлаб чиқаришнинг ташкилий-технологик тайёргарлиги. Инновацияон фаолият самарадорлиги.

Маҳсулот сифат кўрсаткичларининг моҳияти ва тизими. Маҳсулот сифатини бошқаришнинг маҳаллий тажрибаси. Маҳсулот сифатини бошқаришнинг хорижий тажрибаси. Сифатни умумий бошқариш концепциясини таҳлил қилиш. Сифатнинг халқаро тизими: ИСО 9000 : 2000 стандартлари. Маҳсулот сифатини оширишнинг воситалари. маҳсулот сифатини назорат қилишни ташкил қилиш. Маҳсулот ва сифати тизимини сертификатлаш.

Ишлаб чиқаришда сервис хизматининг моҳияти ва кўринишлари. Сервис хизматининг мезонлари. Товар истеъмолчиларининг сервис хизматини сифатини баҳолаш. Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш Ўзбекистон Республикаси истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш қонуни.

Ходимларни режалаштириш. Ишга қобилиятли жамоани яратишнинг маънавий-психологик жиҳатлари. Раҳбарга қўйиладиган талаблар. Раҳбар услубини танлаш. Персонални бошқариш тамойиллари. Персонални бошқариш услублари. Меҳнат жараёнларини ташкил қилиш.

Иш ҳақининг иқтисодий тавсифи. Иш ҳақининг ижтимоий-иқтисодий функциялари. Тариф тизими ва унинг асосий унсурлари. Меҳнатга ҳақ тўлаш тизимини тартибга солувчи меъёрий ҳужжатлар. Меҳнат ресурслари ва меҳнат ҳақи жамғармасидан фойдаланишни назорат қилиш.

ИННОВАЦИОН МЕНЕЖМЕНТИ фани бўйича:

Инновацион менежментнинг асосий тушунчалари. Инновацион менежментнинг моҳияти ва вазифалари. Инновацион менежментнинг мақсадлари. Инновацион менежментнинг тарихи ва ривожланиш тенденциялари. Янгилик (янгиликларни жорий этиш) ҳақида тушунча. Бозор иқтисодиёти шароитида илмий–техникавий ривожланишнинг аҳамияти.

Инновацион менежмент вазифалари ва усуллариининг хусусиятлари. Инновацион менежментнинг вазифалари. Инновацион менежментни ташкил қилиш. Инновацион менежментда коммуникациялар жараёни. Инновацион менежментда назорат. Инновацион менежментда қарорлар қабул қилиниши.

Янги турдаги ташкилотлардаги интеграциялашиш ва ҳар томонлама ривожланиш жараёнлари. Компаниянинг ҳар томонлама ривожланиши стратегияси. Инновацион фаолиятнинг янги ташкилий шакллари. Инновацион марказлар. Инновацион менежментга илмий ёндашишлар. Инновацион менежментга тизимли ёндашиш. Янгиликларнинг яшаш даври концепциясининг моҳияти. Инновацион менежментдаги концепциялар ва ёндашишларнинг таснифи.

Инновацияларни ташкил қилиш тушунчаси. Илмий-техник ва инновацион соҳадаги ташкилотларнинг таснифи. Инновацион ривожланишнинг ташкилий шакллари. Келажақдаги инновацион ташкилотларнинг хусусиятлари.

Корхоналардаги инновацион фаолиятнинг зарурлиги. Инновацион стратегиянинг моҳияти, унинг корхонанинг умумий стратегияси билан алоқаси. Корхонанинг инновацион стратегиясини шакллантириш. Инновацион стратегияларнинг турлари ва кўринишлари. Инновацион ташкилотнинг патент-лицензияли фаолияти. Инновацион лойиҳалаштиришнинг асослари. Инновацион лойиҳаларнинг экспертизаси. Янгиликларнинг сифат кўрсаткичлари. Янгиликларни яратиш ва татбиқ этишни бошқариш.

Инновацион маркетингнинг турлари. Стратегик инновацион маркетинг. Оператив инновацион маркетинг. Инновацион маркетингнинг турлари Иқтисодиётимизни модернизациялаш шароитида товар сиёсати. Товар ва бизнес. Инновацион фаолиятни мувоффиқлаштиришни ташкилий-иқтисодий механизмини барпо қилиш ва унинг аҳамияти.

Инновацион лойиҳа самарадорлигининг таҳлили. Инновацион фаолиятда инвестицион лойиҳаларни амалга оширишнинг тамойиллари. Инновацион фаолиятнинг самарадорлигини таҳлил қилишда вақт омилини ҳисобга олиш.

Инновацион фаолиятни давлат томонидан тартибга солинишининг асослари. Инновацияларни молиявий тартибга солинишини амалга ошириш. Ўзбекистонда инновацияларни давлат томонидан тартибга солинишининг хусусиятлари.

ТАШКИЛИЙ ҲУЛҚ фани бўйича:

Инсоннинг ташкилотдаги ҳулки назарияси бобда инсоннинг ташкилотдаги ҳулки назарияси ва концепцияси, «ташкилий ҳулки» тушунчаси, инсоннинг ташкилотдаги ҳулки асослари. Инсоннинг ташкилотга кириши, уни олиб қолиш ва мослаштириш; инсоннинг ташкилотда ўзини тутишини ўрганиш, унинг хиллари ва мазмуни; инсон ва ташкилотнинг ўзаро муносабати ҳамда унинг намоён бўлиши.

Турли мамлакатлар ташкилотларида ташкилий ахлоқнинг хусусиятлари, мамлакатимиздаги ташкилотларда ахлоқнинг шаклланиши, замонавий ташкилотларда маданиятлараро муносабатлар. Аниқ иқтисодий фанларни менежмент назарияси фани билан ўзаро алоқадорлиги. Менежмент назарияси фанининг бошқа ижтимоий фанлар билан ўзаро алоқадорлиги. Иқтисодий ва ҳўжалик механизми, уларнинг мазмуни. Ҳўжалик механизми самарадорлигининг мезони. Менежмент назариясининг ҳўжалик алоқаларини

самарали ташкил этишдаги роли. Менежмент назариясининг ижтимоий-иқтисодий муносабатларни тушуниш ва қайта ўзгаришга ижодий ёндашувни шакллантиришдаги роли.

Ташкилий ва инновацион ўзгартиришлар тушунчаси, ташкилотлардаги ўзгартиришларни бошқариш масалалари, ўзгартиришларга ташкилий ва якка қаршиликлар ҳамда уларни бартараф этиш усуллари. Ташкилий коммуникациялар, новербал коммуникациялар, иш юзасидан мулоқот ва музокаралар, телефон коммуникациялари, коммуникация йўлидаги тўсиқлар. Иш юзасидан мулоқот мулоқот – одамларнинг ўзаро шахсий муносабатлари, алоқалари, зарур ҳолларда, иш жараёнида ва иш учун ахборот ва фикр-мулоҳазаларни баҳам кўришдир. У бирор хабарни айтиш, фармойиш бериш ёки олиш, музокара ўтказиш. Мотивация тушунчаси, турлари ва жараёни; мотивациянинг мазмун ва жараён назарияси; ташкилот ходимларини моддий ва маънавий рағбатлантириш усуллари ва Мотивация тушунчаси, турлари ва жараёни.

ЖУРНАЛИСТИКА АСОСЛАРИ. ЖУРНАЛИСТИКА НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ

Журналистика мутахассислиги фанларини ўқитишда халқаро тажрибалар (Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетини ташкил этиш тўғрисида”ги 2018 йил 24 майдаги 3737-сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Журналист кадрларни қайта тайёрлаш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги 2006 йил 7 августдаги Давлат дастури асосида).

Журналистика тушунчаси маъноларининг талқини. Журналистика ижтимоий институт сифатида. Журналистиканинг тарихий кўринишлари. “Матбуотнинг тўрт назарияси” (америкалик олимларнинг назариялари асосида). Журналист фаолияти турлари, ахборот сиёсатининг шаклланиши. “Тўртинчи ҳокимият”нинг иқтисодий асослари тушунчаси. Публицистика тушунчасининг таърифи.

Журналистика ижтимоий бошқарув омили сифатида. Журналистиканинг вазифалари. Журналистиканинг мафкура билан боғлиқлик даражаси. Журналистиканинг вазифалари бир тизим сифатида, уларнинг ўзаро боғлиқлиги. Журналистиканинг маданий-маърифий, реклама-маълумот, рекреатив вазифалари. Журналистиканинг жамоатчилик фикрини шакллантириш хусусияти.

Оммавий коммуникация ва унинг соҳалари. Журналистика – оммавий коммуникация воситаси сифатида.

Журналистика тамойиллари. Ҳаққонийлик, холислик, адолатлилик тамойилларининг журналист касбий фаолияти самарадорлигига таъсири.

Масс-медиа тушунчаси талқини. Оммавий ахборот воситаларининг тузилиши (структураси). ОАВ турлари ва таснифи. Матбуотнинг ОАВ тури сифатида ўзига хос томонлари. Радиожурналистика хусусиятлари. Тележурналистика хусусиятлари. Миллий ва халқаро ахборот агентликлари фаолияти. Интернет журналистикасининг ўзига хосликлари ва тараққиёт тамойиллари. Ижтимоий тармоқлар ва блогсоҳа фуқаролик журналистикасининг таркибий қисми сифатида.

Матбуот нашрлари фаолиятининг ўзига хосликлари. Маърифий газеталарнинг вазифалари. Иқтисодий газета тушунчасини изоҳлаб беринг. Спорт нашрларининг ўзига хос хусусиятлари.

Фойдаланиладиган асосий дарсликлар ва ўқув қўлланмалар рўйхати

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курамыш. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 488 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик - ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Т.: “Ўзбекистон”, 2017й.
3. Йўлдошев Н.Қ. “Менежмент”. Дарслик. Т.ТДИУ, 2019.- 433 б.
4. John R. Schermerhorn. Management. 6th Asia – Pacific Edition. 2017 y.
5. Ricky W.Griffin. Fundamental of management. 8 th Edition. 2015.-510 p.
6. MSc Major Programme Management (MMPM) .Course Handbook 2018.
7. BA in Economics and Management .Course Handbook 2019-2020.
[//https://canvas.sbs.ox.ac.uk/weblearn.ox.ac.uk/portal/site/:socsci:econ:undergrad](https://canvas.sbs.ox.ac.uk/weblearn.ox.ac.uk/portal/site/:socsci:econ:undergrad)
8. М.Айнакулов, А.Кучимов Менежмент. Ўқув қўлланма. Жиззах, 2019. -394б.
9. Умарходжаева М.Г., Яхьяева И.К. Ишлаб чиқариш менежменти: ўқув-услубий мажмуа. -Т.: ТДИУ, 2018. -325 б.
10. Frank Rothoemel Strategic Management: Concepts (2nd edition) Mc Graw-H:II Education 9 January. 2014. USA. 528 p.
11. Michael A. H:II. Strategic Management: Competitiveness and Globalization – Concepts and Cases. South - Western Collage Pub. 2014. USA. 896 p.
12. Fred R.David. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts & Cases. Pearson. 2014. USA. 696 p.
13. Йўлдошев Н.Қ. Стратегик менежмент. Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2019.
14. Ikramov M.A., Kazakov O.S., Ismailov R.B. Iqtisodiyot va menejment asoslari. Toshkent, “VneshinvestProm”, 2019. -280b.
15. Йўлдошев Н.Қ., Юсупова Д.Т. Тизимли менежмент назарияси. Дарслик. Т.ТДИУ, 2019.- 365б.
- 16.Общий менеджмент. Под общей редакцией доктора экономических наук, доцента Л. С. Ружанской, доктора экономических наук, профессора И. В. Котляревской. Екатеринбург. Издательство Уральского университета, 2017.- 120с.
17. Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида. - Т., 1998.
18. Дўстмухамедов Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. Т.: Ўзбекистон, 2005.
19. Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. – СПб.: Изд. Михалова, 1999.

**Магистратура кириш учун мазкур фандан махсус
синов имтиҳонлари бўйича
БАҲОЛАШ МЕЗОНИ**

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Олий таълим муассасаларига ўқишга қабул қилиш, талабалар ўқишини кўчириш, қайта тиклаш ва ўқишдан четлаштириш тартиби тўғрисидаги низомнинг 2-илоvasи билан тасдиқлаган “Олий таълим муассасаларининг магистратурасига ўқишга қабул қилиш тартиби тўғрисида НИЗОМ”га кўра магистратура мутахассислигига мувофиқ келувчи таълим йўналишининг махсус фанларидан ёзма ёки махсус тест синовлари шаклида кириш синовлари ўтказилади.

Тошкент давлат иқтисодиёт университетида 2021-2022 ўқув йилида магистратурага талабаликка ўқишга қабул қилиш бўйича мутахассислик фанлардан кириш синови тест шаклида ўтказилади ва тест натижалари қўйидаги мезонлар асосида баҳоланади:

Магистратура мутахассислиги бўйича билим даражасини белгиловчи махсус фанлардан синов - тест вариантлари мазкур фан дастури мавзулари асосида тузилади. Талабгор учун махсус фанлардан синовдаги тестлар сони 50 тани ташкил қилиб, ҳар бир тўғри вариант учун 2 балл тўплаш имкониятига эга бўлади. Жами тўғри топилган тестлар учун максимал 100 баллдан иборат бўлади. Жами тест вариантларини топшириш учун ажратиладиган вақт 1 соат 40 минутни ташкил қилиб, ҳар бир вариант учун 2 минутдан вақт ажратилади.

Ҳар бир тест варианты 4 та муқобил жавоблардан иборат бўлиб, уларда 1 та тўғри жавоб мавжуд бўлади. Тест синовлари компьютер техникасидан фойдаланган ҳолда ўтказилади ва талабгор тест саволларини ечиб бўлган захотиёқ тест натижаларини билиш имкониятига эга бўлади, ўша вақтнинг ўзида тест натижалари расмийлаштирилади ҳамда узоғи билан уч кун муддат ичида белгиланган тартибда Давлат тест марказининг тегишли электрон порталига киритилади.

Тест натижаларидан норози бўлган талабгорлар тест натижаларидан билан танишиб имзо қўйган вақтдан бир сутка ичида университет қабул комиссияси раиси номига ариза билан мурожаат қилишлари мумкин бўлади.

Ушбу мутахассислик махсус фандан кириш синови-тестлар учун белгиланган максимал баллнинг 55 фоизи (55 балл) ва ундан кам балл тўплаганлар, шунингдек, белгиланган муддатларда кириш синовларига келмаганлар магистратурага қабул қилинмайди.