

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

«КЕЛИШИЛГАН»
Ўзбекистон Республикаси
Олий ва ўрта махсус таълим
вазири А.Ҳ.Тошқулов

«__» _____ 2021 й.

«ТАСДИҚЛАЙМАН»
Самарқанд иқтисодиёт ва
сервис институти ректори
М.Э.Пўлатов

«__» _____ 2021 й.

**5A230201 - Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича) мутахассислиги
бўйича махсус фанлардан магистратурага кириш синовлари**

**ДАСТУРИ
ВА
БАҲОЛАШ МЕЗОНИ**

САМАРҚАНД – 2021

Тузувчи: СамИСИ “Менежмент” кафедраси мудири, и.ф.н. Ф.У.Турсунов
СамИСИ “Менежмент” кафедраси доценти в.б, и.ф.ф.д. Б.Х.Азизкулов

Тақризчилар: ТДИУ “Иқтисодиёт” факултети декани доцент,
И.ф.н. Х.И.Турдибеков
СамИСИ “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси мудири,
и.ф.н, доцент А.Н.Холикулов

Дастур Олий Таълимнинг “Менежмент” таълим йўналишида ўтилган фанлар, шу жумладан, “Менежмент”, “Стратегик Менежмент” ва “Менежментни бошқариш” фанлар мажмуасини ўзида акс эттирган.

Мазкур дастур 5А230201 – Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича) мутахассислиги бўйича махсус фанлардан магистратурага кириш синовларини топширувчиларга мўлжалланган.

Мазкур дастур Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти “Менежмент” кафедраси мажлисида муҳокама қилинган ҳамда тавсия этилган (2021 йил __ июн 11-сонли мажлис баёни)

Мазкур дастур Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Ўқув-услубий Кенгашида муҳокама қилинган ва фойдаланишга тавсия этилган (2021 йил __ июн __ сонли баёни).

Кириш

“Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” мутахассислиги бўйича магистратурага кирувчилар синов топширишда махсус фанлар етакчи бўлиб ҳисобланади. Шунинг учун магистратурага кирувчилар “Менежмент” таълим йўналиши доирасида тўлиқ ўзлаштириб олишган фанлардан ташкил топган махсус фандан синов топширишда қуйидаги фанларга алоҳида эътибор қаратишлари муҳимдир, яъни “Менежмент”, “Стратегик Менежмент” ва “Менежментни бошқариш”. Бунда магистратурага кирувчилар Менежмент, стратегик режалаштириш, Менежмент фаолиятини бошқариш, интерактив Менежмент каби Менежментга оид категорияларнинг моҳиятларини, функцияларини, иқтисодиётдаги ролини, уларнинг таркибий қисмлари билан боғлиқ саволларни, уларга тааллуқли муаммолар ечимини билишлари ва ёрита олишлари муҳимдир. Шунингдек, синов жараёнида абитуриентларнинг мутахассислик бўйича илмий, илмий-техник ахборотлар билан мустақил ишлаш, тизимли мустақил таҳлил қилиш, хулосалар чиқариш бўйича билимларига ҳам катта аҳамият қаратилади.

Ушбу махсус фанлар дастури фақат “Менежмент”, “Стратегик Менежмент” ва “Менежментни бошқариш” фанлари бўйича тасдиқланган дастурларда келтирилган мавзулари асосида тузилган.

Махсус фанлар таркибига кирувчи иқтисодий категориялар хизмат кўрсатиш (ишлаб чиқариш)ни ҳамда товар айланишини ташкил қилувчи, миллий иқтисодиётни ўсишига олиб келувчи иқтисодий восита бўлиб ҳисобланади. Менежмент, стратегик режалаштириш, Менежмент фаолиятини бошқариш, интерактив Менежмент ва бошқа иқтисодий категориялар жамият ривожланишининг барча босқичларида мавжуд бўлган.

Менежмент, стратегик режалаштириш, Менежмент фаолиятини бошқариш, интерактив Менежмент ва шу каби иқтисодий категориялар бозор муносабатларини ташкил қилувчи асосий воситаларидан ҳисобланиб, бозор механизмининг самарадорлигини таъминлашда муҳим рол ўйнайди. Уларнинг барқарорлигини таъминлаш самарали иқтисодиётни ташкил қилишнинг асоси ҳисобланади ва Ўзбекистон учун инқирозни бартараф этиш ва жаҳон бозорида янги марраларга чиқиш йўлларини белгилаб беради.

Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини тубдан яхшилаш, сотувчилар ва харидорлар учун энг қулай шароитларни яратиш, шу орқали аҳолининг талаб-эҳтиёжини қондириб, уларнинг турмуш тарзи даражасини юксалтириш Менежмент фаолиятини амалда кенг қўллаш билан боғлиқ ҳисобланади. Бу эса Менежментга оид бўлган махсус фанларнинг ҳозирги даврда долзарблигидан далолат беради.

Мамлакатимиз иқтисодиётини янада эркинлаштириш ва иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш борасида рўй бераётган ўзгаришлар иқтисодиётда янгича бошқариш усуллари қўллашни талаб этмоқда. Бу эса иқтисодиёт, бизнес ва менежмент соҳалари бўйича кадрларни тайёрлашда Менежментга оид фанларнинг аҳамияти ниҳоятда юқори эканлигини кўрсатмоқда.

Шу боис, ушбу масалаларнинг ҳал қилиниши кўп жиҳатдан юқори малакага эга бўлган Менежмент соҳасидаги мутахассисларни тайёрлашни тақозо этади.

Дастурнинг мақсад ва вазифалари

Мутахассис фанлари бўйича магистратурага ўқишга кирувчилар учун мўлжалланган синов дастурининг мақсади – махсус фанлардан синов мавзулари ҳамда саволларни белгилаб бериш ҳамда баҳолаш мезонларини аниқлаш бўлиб ҳисобланади.

Мутахассис фанлари бўйича магистратурага ўқишга кирувчилар учун мўлжалланган синов дастурининг вазифалари – Менежментнинг моҳияти, Менежментнинг асосий тамойиллари, вазифалари ва турлари, Менежмент фаолиятини ахборот билан таъминлаш, бозор конъюнктурасини ўрганиш ва прогноз қилиш, товар, нарх, тақсимот, коммуникация ва силжитиш сиёсатлари каби мавзулардан магистратурага кирувчиларнинг билимини ҳамда кўникмаларини аниқлаш ҳисобланади.

Махсус фанлар бўйича магистратурага ўқишга кирувчи бакалаврларнинг билимига, тайёргарлигига ва кўникмаларига қўйиладиган талаблар

Махсус фанлар доирасида тузилган синов дастурида Менежмент, стратегик режалаштириш, Менежмент фаолиятини бошқариш, Менежмент соҳасининг моҳияти, функциялари, бозор иқтисодиёти шароитидаги роли ва ўрни, уларнинг барқарорлигини таъминлаш масалалари каби саволлар назарий ҳамда амалий жиҳатдан кўриб чиқилади, шундан келиб чиққан ҳолда 5A230201 – Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича) мутахассислиги бўйича магистратурага кирувчи:

- махсус фанларни ўрганиш даврида ҳар бир мавзу бўйича таянч ибораларига ҳам жавоб бериб, тегишли масалани еча олиши;

- махсус фанларни ўзлаштириш натижасида Менежмент, стратегик бошқариш, Менежмент фаолиятини бошқариш, бошқарув ва ҳоказо муносабатларда бўладиган ўзгаришларни билиши;

• мутахассисликка оид илмий ва илмий-техник ахборот билан мустақил ишлаш, тизимли мустақил таҳлил қилиш, хулоса чиқариш бўйича билимга эга бўлиши лозим.

Махсус фанлардан синов мавзуларини бошқа умумқасбий фанлар билан алоқаси

Махсус фанларни ўрганиш давомида бакалавр уни бошқа умумқасбий фанлар билан узвий боғлиқлигини тушунган ҳолда микро ва макро иқтисодий даражада, шунингдек глобал Менежмент, бизнес, логистика, товарлар ва хизматлар Менежменти ҳамда бошқа муносабатларининг ролини ва ўрнини кўрсатиб бераоладиган даражада билишлари лозим.

Махсус фанларни ўрганиш магистратурага синов топшириб кириш учун тайёргарлик кўришда асос бўлиб ҳисобланади. Шу боис, махсус фанлардан тузилган синов саволларига жавоб беришда куйидаги фанлар билан, яъни, “Менежмент тадқиқотлари”, “Тизимли Менежмент”, “Таккослама Менежмент”, “Глобал Менежмент”, “Стратегик бошқарув” ва бошқа фанлар билан узвий боғлиқлигини эътироф этиш муҳимдир.

Махсус фанлардан синов дастури

“МЕНЕЖМЕНТ” фани бўйича

“Менежмент” фанининг предмети, мазмуни ва вазифалари

“Менежмент” фанининг предмети, объекти ва вазифалари. Менежментнинг мақсади. Истеъмолчини устуворлиги. Менежмент жараёни. Менежмент тушунчаси ва унинг моҳияти, мазмуни. Менежментнинг асосий категориялари. Замонавий Менежмент тушунчаси. Замонавий Менежмент - бу бошқарувгага йўналтирилган ишлаб чиқариш ва кадрлар бошқаруви тизимидир. Бошқарув қарорлари. Менежмент элементлари таркиби ва жараёни тушунчаси.

Ўзбекистонда иқтисодиёт таркибини тубдан ўзгартириш, уни диверсификациялаш ва модернизация қилиш шароитларида Менежментни ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари. Ривожланган давлатлар иқтисодиётида бошқарув амалиёти тажрибаси. Ўзбекистонда Менежментни вужудга келиши ва ривожланиши – тадбиркорлик фаолияти тури сифатида. Менежмент – замонавий тадбиркорликни бош омили сифатида.

Менежментни ривожланиш эволюцияси ва концепцияси

Менежментни вужудга келиши ва ривожланишининг асосий босқичлари. Менежментни ривожланиш тарихи. Менежмент ва савдо фаолиятларини ривожланишида “Буюк ипак йўли” нинг ўрни. Ўзбекистонда Менежмент фаолияти ва фанини ривожланиши. Товарларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига етказиб бериш жараёни.

Менежмент назарияси концепцияси ва унинг эволюцияси. Ишлаб чиқаришни такомиллаштириш концепцияси. Товарни такомиллаштириш концепцияси. Анъанавий Менежмент концепцияси. Ижтимоий-ахлоқий Менежмент концепцияси. Ўзаро алоқавий Менежмент концепцияси. Инновацион Менежмент концепцияси.

Менежмент функциялари, вазифалари ва тамойиллари

Менежмент функциялари ва фаолияти мазмуни. Тактик режалаштириш ва назорат. Менежментнинг асосий вазифалари. Менежментни асосий тамойиллари. Бошқарув, ўзгаришларга тезда мослашиш ва унга фаол таъсир ўтказиш жараёни - Менежментни асосий тамойилидир.

Мамлакатни модернизациялаш ва ислохотларни чуқурлаштириш шароитида товар, нарх, тақсимот коммуникация ва силжитиш сиёсатларини амалга ошириш йўллари. Талабнинг ҳолати ва ривожланишига кўра Менежментнинг турлари.

Менежмент фаолиятини ахборот таъминоти

Ахборот Менежментни пойдеворидир. Ахборот тизими. Ахборот турлари ва уларни туркумлаш. Ички ва ташқи ахборот. Бирламчи ва иккиламчи маълумотлар. Ахборотларни тўплаш услублари. Аудитория билан алоқа қилиш услублари. Тўпланган ахборотларни таҳлил қилиш ва қайта ишлаш. Менежмент ахборотларини асосий элементлари. Ахборотларни ишлатишда компьютер дасурларини қўллаш. Ахборотларни статистик, бухгалтерия ва жорий ҳисоботлардан тўплаш, уларни эконометрик усуллар билан баҳолаш. Бозор ҳолатига ташхис қўйиш–аналитик, эксперт ва имитация усуллари.

Менежмент тизими ва соҳаси

Менежмент тизими ҳақида тушунча. Менежмент турларини асосий белгилари. Инновацион Менежмент. Логистик Менежмент. Глобалъ Менежмент. Тармоқлар Менежменти. Товарлар Менежменти. Хизматлар соҳфси Менежменти. Ишлаб чиқариш воситалари Менежменти. Агро Менежмент, рақамли Менежмент, интерактив Менежмент ва бошқалар.. Халқаро Менежмент. Халқаро ва миллий Менежмент ассоциациялари. Ўзбекистонда Менежмент фаолиятини ташкил этиш.

Менежментни ички (микромухит) ва ташқи муҳити (макромухити ва бевосита ўзаро алоқалар). Корхонанинг ички Менежмент муҳити – раҳбарият томонидан бошқариладиган омиллар: Янги бозорни танлаш, ўрганиш, хом–ашё, техника ва технология, меҳнат ресурслари таъминоти, моддий техника таъминоти, илмий ва конструкторлик ишлари хизмати, ишлаб чиқариш, сервисни ташкил этиш ва бошқариш. Ташқи муҳит. Макромухит ва бевосита ўзаро алоқалар. Макромухит омиллари: демографик, иқтисодий, табиат омиллари, илмий–техник омиллар, сиёсий ҳукуқий омиллар, ижтимоий–маданий омиллар. Бевосита ўзаро алоқалар: харидорлар, рақобатчилар, таъминотчилар, воситачилар, контакт аудиториялар.

Менежмент фаолиятини бошқаришни ташкил этиш ва ривожлантириш йўллари. Бозор имкониятларини таҳлил этиш. Мақсадли бозорни танлаш. Менежмент комплексини ишлаб чиқиш. Менежмент чора–тадбирларини ҳаётга тадбиқ этиш.

Менежмент фаолиятини режалаштириш

Менежмент фаолиятини режалаштириш. Стратегик режалаштириш. Режалаштириш. Стратегик режа. Миссия. Стратегик режалаштиришнинг асосий тамойиллари. Хўжалик ва маҳсулот портфели таҳлили. Ситуация таҳлили. Миссиядан стратегик мақсадларни танлаш. Стратегик аудит. SWOT таҳлил. Бизнес портфель. Ўсиш стратегиясини ишлаб чиқиш. Стратегик режалаштиришда Менежментнинг роли. Тактик режалаштиришнинг ўрни. Мижозлар билан муносабатлар натижасида ҳамкорлик. Менежмент тизимининг иштирокчилари билан ҳамкорликни шакллантириш. Менежмент режаси. Менежмент дастури ҳақида тушунча. Менежмент дастурини ишлаб чиқиш кетма-кетлиги ва асосий бўлимлари. Менежмент аудити. SWOT таҳлил натижалари. Мақсадлар ва муаммолар. Мижозларга йўналтирилган Менежмент стратегияси. Менежмент комплексини ишлаб чиқиш. Менежмент режасини амалга ошириш. Менежмент назорати. Менежмент

бжджети. Менежмент бўлимини ташкил этиш.

Талабни қондиришни тадқиқ этиш ва прогноз қилиш

Талаб тушунчаси, унинг турлари, талабга таъсир этувчи омиллар. Талабнинг эластиклиги. Бозор элементлари. Бозор сиғими. Бозор конъюнктураси ҳақида тушунча. Конъюнктурани шакллантирувчи омиллар. Бозор конъюнктурасини асосий кўрсаткичлари: талаб ва таклиф ҳажми, нарх, конъюнктура кузатишлари мазмуни ва вазифалари. Бозор конъюнктураси ҳолати ва уни баҳолаш услублари. Конъюнктурани прогноз қилиш. Қисқа муддатли, ўрта муддатли ва узоқ муддатли конъюнктура прогнозлари. Бозор конъюнктурасини прогноз қилиш услублари. Мамлакатимиз иқтисодиёти таркибини тубдан ўзгартириш, уни диверсификациялаш ва модернизация қилиш шароитида бозор конъюнктурасини тадқиқ этиш ва прогноз қилишнинг ўзига хос хусусияти ва йўллари. Бозор конъюнктурасини прогноз қилишда экстрополяция, эксперт баҳолаш, анкета орқали кузатувлар, статистик гуруҳлаш, иқтисодий индекслардан фойдаланиш.

Коммуникация сиёсати

Коммуникация тушунчаси. Талабни шакллантириш ва сотувни рағбатлантиришда коммуникациянинг аҳамияти. Коммуникация ва силжитиш Менежментнинг муҳим элементидир. Савдо рекламасининг иқтисодий–ижтимоий моҳияти ва аҳамияти. Сервис хизматини ташкил этишда реклама хусусиятлари. Харидорларга таъсир этиш услублари (товар ассортиментини такомиллаштириш, сотишни ташкил этиш, нарх сиёсати, реклама, товар ҳақида ижтимоий фикр яратиш, «паблисити» ва бошқалар). Сотувчиларга таъсир этиш услублари (кўриклар, мукофотлар, чегирмалар ва ҳоказолар). Коммуникация сиёсатининг моҳияти ва мақсадлари. Савдо рекламаси воситалари ва уларни танлаш. Менежмент коммуникацияси комплекси: реклама, сотишни рағбатлантириш, жамоа билан алоқа: ПР ва паблисити, шахсий сотув, тўғридан тўғри Менежмент, ҳомийлик ва бошқалар. Имидж. Медиа технологиялар, директ Менежмент, “сейлз промоушн” ва бошқалар. Коммуникация сиёсатининг вазифалари ва уни ечиш йўллари. Менежмент коммуникацияси режаси.

Рақобат ва рақобатбардошлик

Рақобат тушунчаси ва унинг турлари. “Рақобат тўғрисида”ги қонуннинг моҳияти ва аҳамияти. Рақобатбардошлик моҳияти. Товарлар ва хизматлар бозорида рақобат ва уни аниқлаш усуллари. Корхона рақобатбардошлиги ва унинг кўрсаткичлари. Мамлакат, иқтисодиёт, тармоқ рақобатбардошлигини ошириш бўйича амалга оширилаётган тадбирлар. Товар рақобатбардошлиги ва уни ошириш йўллари. Рақобат муҳити. Бозордаги рақобат муҳити кўрсаткичлари. Бозорнинг рақобат харитаси. Бозордаги рақобат муҳитини баҳолаш, корхоналарни рақобатли бозорларда фаолият кўрсатиш стратегиялари: паст нарх билан ёриб кириш, ўта ноёб янги товар билан юқори нархда қаймоғини олиш, бозордаги мавқеини сақлаб қолиш ва бошқалар.

“СТРАТЕГИК МЕНЕЖМЕНТ” фани бўйича

Корхонада менежментнинг роли

“Стратегик Менежмент” фанининг моҳияти ва предмети. Менежментнинг ғоявий асослари. Менежмент бюджети, режани амалга ошириш ва назорат қилиш. Стратегик Менежмент – таҳлил жараёни. Операцион Менежмент – фаол жараён. “Стратегия” атамаси моҳияти ва унинг корхона бозор фаолиятидаги ўрни. Корхонада Менежментнинг роли. Ўзбекистонда иқтисодиётни модернизациялаш шароитида стратегик Менежментни ўзига хос хусусиятлари.

Менежмент ва эҳтиёжни қондирилиши

Инсон эҳтиёжи ва иқтисодий муҳит. Эҳтиёж, хоҳиш, талаб. Эҳтиёж турлари ва уларга таъсир этувчи омиллар. Талаб турлари. Эҳтиёжлар назарияси. А.Маслоу бўйича эҳтиёжлар типологияси. З.Фрейд назарияси. Мэррей бўйича эҳтиёжларни туркумлаш. Якка истеъмолчилар мотивациялари. Мотив ва унинг турлари. Саноат харидорлари мотивацияси. Саноат товарларига талабни тузилиши. Саноат товарларини харид қилиш жараёни.

Бозор сегментацияси воситасида эҳтиёжлар таҳлили

Макросегментация таҳлили. Истеъмолчилар гуруҳлари. Технологиялар. Янги сегментларни қидириш. Асосий бозорни қамраб олиш стратегияси. Ижтимоий демографик сегментация. Ижтимоий-маданий сегментация. Саноат товарлари бозори сегментацияси.

Фирманинг рақобатбардошлиги таҳлили

Рақобат ва рақобатли устунлик тушунчаси. Кенгайтирилган рақиблик концепцияси. Янги рақибларнинг келиш хавфи. Товарнинг ўрнини босувчилар келиш хавфи. Миждозлар томонидан сиқувга олиш имкониятлари. Таъминотчилар томонидан олиш имкониятлар босими. Тармоқдаги рақобатчилар. Рақобатчилар реакциясининг таҳлили.

Бошқарув стратегиясини танлаш

“Рақобатбардошлик – жалб этувчанлик матрицаси” усули. “Бозор хиссаси ўсиши” матрицаси – БКГ матрицаси асосида ётувчи гипотезадир. Товар бозорининг типологияси. Товар портфели диагнози. Ўсиш стратегияси. Интенсив ўсиш: бозорга чуқурроқ кириш, бозор ҳудудларини кенгайтириш стратегияси, товарни такомиллаштириш стратегияси. Интеграцион ўсиш стратегияси: “орқага” интеграция стратегияси, горизонтал интеграция стратегияси. Диверсификацион ўсиш стратегияси. Рақобатчилик стратегияси.

Янги товарлар ишлаб чиқариш йўли билан ривожланиш

Инновация таваккалчилигини баҳолаш. Янгилик киритишнинг компонентлари. Фирма учун янгилик даражаси. Янгилик киритиш интенсивлиги. Таваккалчилик таҳлили. Сифат стратегияси. Харидор нуқтаи назаридан сифат. Хизматларнинг сифат таркиби. Ишлаб чиқариш жараёнининг ташкил этилиши. Юқори технологик товарлар Менежменти.

Нархни ташкил этиш бўйича стратегик қарорлар

Менежмент стратегиясида нархнинг роли. Харидорнинг нархни қабул этилиши. Нарх қарорларининг муҳимлиги. Фойда билан боғлиқ бўлган мақсадлар. Талаб нуқтаи назаридан нарх. Эгилувчан нарх стратегияси. Рақобат нуқтаи назаридан нарх. Нархларни ошириш стратегияси. Нархларни

ташқил этиш. “Қаймоғини олиш” стратегияси. Паст нарх стратегияси.

Коммуникация бўйича стратегик қарорлар

Менежментда коммуникациянинг роли ва табиати. Менежментда коммуникация воситалари. Коммуникация жараёни. Шахсий ва шахсий бўлмаган коммуникация стратегияси. Коммуникация харажатлари. Шахсий муносабат. Корхона ходимларининг мақсад ва вазифалари. Рекламали коммуникация жараёни. Рекламали каналлар ролини танлаш.

Стратегик Менежмент режаси

Стратегик режалаштиришнинг ролини асослаб бериш. Стратегик Менежмент режасининг умумий тузилиши. Стратегик Менежментнинг аҳамияти. Менежментнинг ташқи муҳити. Бозор тенденциялари таҳлили. Рақобат тузилишининг таҳлили. Рақобатбардошликни таҳлил қилиш. Сотиш тизимига киришни таҳлил этиш. Мақсадни танлаш ва стратегик мўлжал. Стратегик Менежмент дастурини ишлаб чиқиш йўллари.

“СТРАТЕГИК БОШҚАРИШ” фани бўйича

“Стратегик бошқариш” тамойиллари ва уларнинг хусусиятлари

Фаннинг предмети ва мазмуни. Стратегияга мос йўналишларни белгилаш. Стратегияни қувватловчи ишчанлик суҳитини яратиш, Хал қилувчи вазифаларга одасларни танлаш. Стратегик бошқариш тамойилида бош қийматлар ва ташкилий имкониятлар яратиш. Ташкилий тузилмани стратегияга мослаштириш. Фаолиятнинг стратегик аҳамиятга эга йўнаоишларини аниқлаш: Алоқа тизими ва функциялараро мувофиқлаштириш.

Реинжиниринг ва тузилмаларни моҳияти

Ташкилий тузилмани стратегияга мослаштириш. Нима учун тузилма стратегияга эришади. Бошқаришнинг турли ташкилий тузилмалари афзалликлари ва камчиликлари. Тузилмаларни мослаштириш фаолияти истиқболлари, бугунги кунда корхонани бошқариш ва уларни ривожлантириш борасида амалга оширилаётган ишлар натижаси.

Корхона бюджети ва сиёсати

Бюджетларни стратегиялар билан боғлаш. Стратегияни қувватловчи сиёсат ва муолажалар яратиш. Стратегияни такомиллаштириш энг яхши амалиётни киритиш. Қувватловчи тизимларни ўрнатиш. Стратегик ахборотни ифодалаш.

Стратегияни қувватловчи моддий рағбатлантириш тизими

Тақдирлаш санъати. Мукофотлар ва рағбатлантириш. Мукофотларни иш натижасига боғлашнинг зарурлиги. Эришилган натижалар учун тўловлар.

Стратегияни қувватловчи корпоратив маданият яратиш

Корпоратив маданият. Корпоратив маданият кучи. Кучли ва заиф корпоратив маданият. Яхши ривожланмаган ёки носоғлом корпоратив маданият. Маслашувчан корпоратив маданият. Стратегия ва маданиятни мувофиқлигини таъминлаш. ахлоқий меъёрлар ва қадриятлар тизимини ўрнатиш. Корпоратив маданиятни такомиллаштириш

Стратегик етакчиликни таъминлаш

Персонал билан максимал мулоқот асосида бошқариш. Стратегияни қувватловчи муҳит ва маданият яратиш. Ташкилот ички муҳитининг янгиликларни тадбиқ этиш қобилиятини қувватлаш. Корхона сиёсатига муносабат. Ахлоқий хулқни қувватлаш. Мувофиқлаштириш жараёнига раҳбарлик қилиш.

Корхона бошқаруви функционал тузилмаларнинг стратегик афзалликлари ва камчиликлари.

Корхона функционал тузилмаларининг стратегик устунликлари ва стратегик камчиликлари. Бошқарувнинг бизнес бирликларига мослашган марказлашмаган. Тузилманинг стратегик афзалликлари ва камчиликлари. Бошқарувни матрица тузилмасининг стратегик афзалликлари ва камчиликлари фаолият турлари кўпайтирилган глобал корхонадаги матрица кўринишидаги тузилма.

Стратегияни амалга ошириш ва назорат қилиш

Мавжуд стратегиянинг самарадорлиги. Корхонанинг стратегик муаммолари. Рақобат устунлигини сақлаш учун химоя стратегиясидан фойдаланиш. Тургун ва сўниб бораётган тармоқлардаги стратегия. Стратегияни қайта куриб чиқиш. Муваффақиятли стратегия яратиш тамойиллари

Банк тизимида стратегик бошқариш

Банк тизимида стратегик бошқариш. Банк стратегияси банк тизимида самарали стратегик бошқариш ташкил этиш омиллари. Банкларни рейтингини шакллантирилиши. Банк тизимининг асосийкўрсаткичлари. Функционал сифат ва хусусиятлар. Банк имиджи. Қўшимча хизмат курсати.

Тармоқ ва соҳаларда стратегик бошқариш

Иқтисодиётни стратегик бошқариш. Қурилиш ва саноат ишлаб чиқаришда стратегик бошқариш. Ишлаб чиқаришда стратегик бошқариш. Таълим соҳасини стратегик бошқариш. Тиббий хизматларни стратегик бошқариш. Алоқа ва ахборот технологиялар соҳасини стратегик бошқариш. Аграр ва банк тизимини стратегик бошқариш.

Корхонат стратегиясининг самарадорлиги

Махсулдорликнинг корхона стратегиясига боғлиқлиги. Рақобат стратегиясини моҳияти. Рақобат кучлари М.Портернинг рақобат муҳити таҳлили модели. Тўғри йўналтирилган стратегия. Тўғри йўналтирилган стратегиянинг мезонлари. Рақобатдан химояланиш стратегияси. Тармоқларни химоялаш учун стратегия.

Инновация стратегиялари

Инновацион фаолиятни ташкил қилиш ва бошқариш хусусиятлари. Инновацион фаолиятда илмий-тадқиқот ва тажриба конструкторлик ишлари. Инновацияларни жоний этишга қаршилик кўрсатувчи омиллар. Инновацион фаолиятни ташкил этиш ва бошқаришда ходимлани инновацион фаоллигини амалга ошириш стратегияси. Инновацион жараён стратегияси. Инсон ресурсларидан самарали фойдаланиш стратегияси.

**5A230201 “Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” мутахассислиги
бўйича мутахассислик фанларидан магистратурага кириш синовлари
НАЗАРИЙ САВОЛЛАРИ**

1. «Илмий менежмент» мактаби ва Ф. Тейлор таълимотининг моҳияти.
2. «Инсоний муносабатлар» мактабининг моҳияти.
3. «Мумтоз менежмент»нинг моҳияти.
4. «Тизимли» ёки «Замонавий» менежмент моҳияти.
5. Амал қилиш характериға кўра бошқарув қарорларини қандай турлари мавжуд.
6. Анъанавий ва тавсияли қарорларнинг аниқ ва ноаниқ қарорлардан фарқи нимада?
7. Ахборот нима? Унинг бошқаришдаги роли нималардан иборат?
8. Ахборот тизими тушунчаси ва уни бошқаришдаги роли.
9. Ахборотлар тизими.
10. Бозор иқтисодиёти шароитида ходимларни танлаш, ишга қабул қилиш ва уларга қўйиладиган талаблар.
11. Стратегик ва тактик қарорлар, умумий ва махсус қарорлардан қандай фарқланади?
12. Бозорни сегментларга ажратиш
13. Бошқариш структураларининг ташкилий турлари.
14. Бошқариш структурасини белгиловчи омиллар.
15. Бошқариш структурасини қайта ташкил қилиш усуллари, шакллари ва йўллари.
16. Бошқариш структурасини мазмуни.
17. Бошқариш таълимотидаги тўрт йўналиш тўғрисида нималар дея оласиз?
18. Бошқариш функцияларини бажаришда қандай усуллар қўлланилади?
19. Бошқаришда фойдаланиладиган ахборотларга қўйиладиган талаблар.
20. Бошқаришни функционал структурасини ижобий ва салбий томонлари.
21. Бошқаришнинг иқтисодий усуллари.
22. Бошқаришнинг ташкилий-маъмурий усуллари.
23. Бошқаришнинг ташкилий-маъмурий усуллари.
24. Бошқаришнинг чизиқли структураси ва структуранинг ижобий, салбий томонлари.
25. Бошқаришнинг чизиқли-штабли структураси.
26. Бошқарув ахборотларини белгиларига қараб туркумланиши.
27. Бошқарув ваколатлари тушунчаси, мазмуни ва моҳияти.
28. Бошқарув ваколатларининг турлари.
29. Бошқарув қарорлари таснифи.

30. Бошқарув қарорларига қўйиладиган талаблар.
31. Бошқарув қарорларини қабул қилиш босқичлари
32. Бошқарув қарорларини қабул қилишда қандай усуллар қўлланилади?
33. Бошқарув қарорларини тайёрлаш жараёни қандай босқичларни ўз ичига олади?
34. Бошқарув қарорларини унсурлари.
35. Бошқарув қарорларининг қабул қилиш босқичлари
36. Бошқарув қарорларининг моҳияти.
37. Бошқарув мақсади ва уларга қўйиладиган талаблар.
38. Бошқарув мақсади турлари.
39. Бошқарув тамойилларини шаклланиши ва тарихий илдизлари.
40. Бошқарув тизимида ваколатни тақсимлаш.
41. Бошқарув тизимида тескари алоқа.
42. Бошқарув усуллари тўғрисида тушунча.
43. Бошқарув функцияларини туркумланиши.
44. Бошқарувда вазиятли ёндашув
45. Бошқарувнинг иқтисодий самарадорлик мезонлари ва кўрсаткичлари
46. Бошқарувнинг ижтимоий-руҳий усуллари.
47. Бошқарувнинг умумий ва аниқ функциялари.
48. Бошқарувчининг шахсий фазилатлари таъсирида қандай қарорлар қабул қилиниши мумкин?
49. Д. Мак Грегорнинг мотивлаштириш назарияси
50. Ижтимоий менежмент ҳақида тушунча беринг ва унинг вазифаларини баён этинг
51. Иқтисодий усулларнинг моҳияти ва вазифалари нималардан иборат?
52. А. Маслоунинг “Эҳтиёжлар пирамидаси” назариясининг моҳияти
53. Инсоний муносабатларни мотивлаштириш модели.
54. Коммуникацион жараён ва уни босқичлари.
55. Коммуникацион жараён деганда нимани тушунасиз?
56. Коммуникация, корхона ташкилот коммуникацияси.
57. Корхона бошқаруви самарадорлигига қандай омиллар таъсир кўрсатади?
58. Корхона маданият даражасини белгиловчи омиллар
59. Корхонада ходимларни режалаштириш.
60. Корхонада ходимларни яъни инсон омилини бошқариш қандай жихатларни ўз ичига олади.
61. Стратегия ва стратегик менежментнинг мазмуни.
62. Стратегик менежментнинг беш вазифаси.
63. Стратегик режалаштириш ва унинг афзалликлари
64. Компания масадларини ўрнатиш.

65. Стратегияни ишлаб чишиш жараёни
66. Компания стратегиясининг шаклланишига таъсир етувчи омиллар.
67. Стратегия қандай даражаларда ишлаб чиқилади?
68. Тармоқдаги умумий вазият ва ундаги рақобат таҳлилининг мазмуни ва усуллари.
69. Тармоқни таърифловчи умумий иқтисодий кўрсаткичлар.
70. Тармоқдаги рақобат кучлари ва улар таъсирининг даражаси.
71. Рақобат кучлари таркибида ўзгариш ясовчи омиллар.
72. Компания рақобат мавеининг кучли ва заиф жihatлари.
73. Амалдаги стратегиянинг самарадорлиги қандай аниқланади?
74. Компания баҳолари ва ҳаражатларининг рақобатга бардошлилиги қандай аниланади?
75. Компаниянинг рақобат мавқеи қандай баҳоланади?
76. Рақобатнинг 5 та умумий стратегияси.
77. Рақобат устунлигини синаб олиш учун хужумкорлик стратегиясидан фойдаланиш
78. Рақобат устунлигини химоя қилиш учун мудофаа стратегияларидан фойдаланиш.
79. Бошловчиликнинг устунликлари ва камчиликлари.
80. Ҳаражатлар бўйича етакчилик стратегияси қандай вазиятда қўлланилади?
81. Табақалаштириш стратегияси қачон қўлланилади?
82. Хужумкорлик стратегиясининг турлари.
83. Рақиблар хужумини олдини олиш учун нималар қилинади?
84. Рақобат устунлигини химоялаш йўллари.
85. Янги тармоқларда рақобат стратегия.
86. Етуклик босқичида бўлган тармоқларда рақобат стратегияси.
87. Депсинаётган ёки тушкунлик ҳолатидаги корхоналар учун стратегия.
88. Тарқоқ тармоқларда рақобат стратегияси.
89. Иккинчи даражали ўринда бўлган фирмалар стратегияси.
90. Фирманинг тармоқдаги аҳволи қандай баҳоланади?
91. Фирманинг тармоқдаги мавқеи ва стратегик имкониятлари ўртасида қандай боғланиш бор?
92. Хужумкорлик стратегиясини қачон қўллаш лозим?
93. Тармоқдаги ҳаракатлантирувчи кучларга нималар киради?
94. Фирманинг стратегик ҳаракатлари деганда нимани тушунаси?
95. Корпорациянинг ўсиши ва ривожланиши. +
96. Диверсификациялашни қўллаш.
97. Вертикал интеграция

98. Янги тармоқларга кириш стратегияси.
99. Турдош тармоқларга диверсиялаш стратегияси.
100. Нотурдош тармоқларга диверсиялаш стратегияси.

АМАЛИЙ САВОЛЛАР

1. Инновация нима?
2. Инновацион жараённинг моҳияти?
3. Инновацион менежмент тушунчаси нима?
4. Ходимларни инновацион бошқариш зарурияти нимадан келиб чиққан?
5. Инновацион жараённинг қандай институционал тузилмаларини биласиз?
6. Инновацион марказлар нимадан иборат ва улар итисодиётнинг самарадорлигини оширишга қандай таъсир кўрсатадилар?
7. Тизим сифатидаги ташкилот Инновацион фаолиятини фаолият юритишининг мувофиқ шароитлари остида нима ётибди?
8. Янгиликларнинг яшаш давраси концепсияси нимадан иборат?
9. Инновацион фаолиятни бошқариш жараёни фирманинг яшаш давраси билан қандай боғланган?
10. Инновацияларни ташкил қилиш тушунчасига нималар киради?
11. Инновацион корхона фаолиятининг соҳаси нимадан иборат?
12. Инновацион стратегиянинг моҳияти нимадан иборат?
13. Инновацион стратегияларнинг қандай турлари мавжуд?
14. Бозорнинг сегментига мўлжалланган стратегиянинг моҳияти нимадан иборат?
15. Янги бозорларга мўлжалланган стратегиянинг моҳияти нимадан иборат?
16. ИТТКИ қандай босқичлардан ташкил топади?
17. Патентларнинг Инновацион фаолиятдаги роли қандай?
18. Лицензиялаштириш нимадан иборат?
19. Инновацион лойиҳа қандай бўлимлардан ташкил топади?
20. Инновацион лойиҳа экспертизаси тушунчаси қандай элементларни ўз ичига олади?
21. Замонавий технологик инқилобнинг асосий белгилари қандай?
22. Технологияларни таснифлаш қандай белгилар бўйича амалга оширилади?
23. Инвестицион фаолият Инновациядан қандай фарқланади?
24. Инновацион менежментда мутахассисларни режалаштириш ва танлашнинг хусусиятлари қандай?
25. Инновацион фаолиятда ходимларни баҳолашнинг қайси мезонлари айниқса аҳамиятлидир?
26. Инновацион жамоага раҳбарлик усули қандай?

27. Инновацион жамоаларда ролни тақсимлаш нима учун зарур?
28. Инновацион жамоалардаги коммуникатсия нима?
29. Инновацион жараёндаги биргаликда яратиш нимага асосланган?
30. Лойиҳа гуруҳини бошқарувчанлиги асосида қандай омиллар ётади?
31. Стратегик Инновацион маркетингнинг вазифалари қандай?
32. Инновацион якка ҳукмронлиги нима ва унинг даромадларни катталаштиришдаги роли қандай?
33. Оператив Инновацион маркетингнинг моияти нимада?
34. Вазиятли таҳлилнинг Инновацион маркетингдаги роли қандай?
35. Венчурли молиялаштиришнинг лойиҳавийдан фарқи нимадан иборат?
36. Инновацион лойиҳаларга тизимли ёндошишнинг моҳияти нимадан иборат?
37. Регулятив Инновацион фаолият нима?
38. Инновацияларни давлат томонидан тартибга солинишининг иқтисодий омиллари нимадан иборат?
39. Инновацион фаолиятни давлат томонидан қўллаб қувватланиши шакллариға нималар киради?
40. Инновацион фаолиятни давлат томонидан тартибга солиниши нима билан асосланган?
41. Стратегия ижроси қандай саволларға жавоб топиши лозим?
42. Нималар компаниянинг асосий қадрияти бўлиши мумкин?
43. Стратегия ва бюджет ўртасидаги боғланиш қандай?
44. Корпоратив маданият нималардан келиб чиқади?
45. Стратегияни бажаришни 8 та бошқарув жараёнини санаб беринг.
46. Тақдирлаш санъатини қандай тушунасиз?
47. Ташкилий тузилмани стратегияға мослаштириш учун нима қилиш керак?
48. Стратегияни қувватловчи сиёсат ва тартиблар қандай яратилади?
49. Мукофотлар ва рағбатлантириш тизими қандай яратилади?
50. Корпоратив стратегия ва маданият ўртасида боғланиш борми?
51. Стратегияни бажариш жараёниға раҳбарлик қилиш усуллари.
52. Стратегияни такомиллаштиришнинг энг яхши усуллари қандай шаклланади?
53. Мукофотлар тизими иш натижалари билан қандай боғланади?
54. Кучли корпоратив маданият яратиш омиллари қандай?
55. Ташкилот тузишдаги биринчи навбатдаги харакатларнинг асосий нусхалари.
56. Бошқаришни турли тузилмаларини устунликлари ва камчиликлари нималардан иборат?

57. Таъминловчи тизим нима?
58. Эришилган натижалар учун ходимларнинг саъйи-харакатлари қандай қопланади?
59. Заиф ривожланган ёки носоғлом корпоратив маданиятнинг белгилари қандай?
60. Бошқарув гуруҳи қандай танланади?
61. Тузилмани мослаштириш бўйича фаолиятнинг истиқболлари қандай?
62. Стратегик ахборотлар тизими қандай яратилади?
63. Мослашувчан корпоратив маданият белгилари қандай?
64. Стратегия ва маданият ўртасида мослик қандай таъминланади?
65. Стратегия ижрочиси қандай саволларга жавоб топиши лозим?
66. Тақдирлаш санъатини қандай тушунасиз?
67. Корпоратив маданият нималардан келиб чиқади?
68. Корпоратив маданиятни такомиллаштиришга сиғиниш тушунчасига қандай қарайсиз?
69. Стратегияни қувватловчи иқлим ва маданият қандай яратилади?
70. Стратегияни бажаришни 8 та бошқарув жараёнини санаб беринг.
71. Кафолатлар ва рағбатлантириш тизими қандай яратилади?
72. Корпоратив стратегия ва маданият ўртасида боғланиш борми?
73. Ташкилот ички муҳитининг ўзгаришларга қодирлиги қандай таъминланади?
74. Стратегияни бажариш жараёнига раҳбарлик қилиш усуллари.
75. Ташкилот тузишдаги биринчи навбатдаги ҳаракатларнинг асосий нусхалари.
76. Кучли корпоратив маданият яратиш омиллари қандай?
77. Жамоанинг компания сиёсатига таъсирчанлиги қандай шакллантирилади?
78. Бошқарув гуруҳи қандай танланади?
79. Стратегияни такомиллаштиришнинг энг яхши усуллари қандай шаклланади?
80. Эришилган натижалар учун ходимларнинг саъйи-харакатлари қандай қопланади?
81. Заиф ривожланган ёки носоғлом корпоратив маданиятнинг белгилари қандай?
82. Ахлокий меъёрлар қандай ўрнатилади?
83. Одобнинг корпоратив меъёрлари ва қийматлар тизими нима?
84. Стратегия ва бюджет ўртасидаги боғланиш қандай?
85. Мослашувчан корпоратив маданият белгилари қандай?
86. Стратегия ва маданият ўртасида мослик қандай таъминланади?

87. Корпоратив маданиятга тузатишлар киритиш жараёни қандай бошқарилади?
88. Корпоратив маданиятни такомиллаштиришга сиғиниш тушунчасига қандай қарайсиз?
89. Стратегияни бажаришни 8 та бошқарув жараёнини санаб беринг.
90. Ташкилий тузилмани стратегияга мослаштириш учун нима қилиш керак?
91. Тузилмани мослаштириш бўйича фаолиятнинг истиқболлари қандай?
92. Стратегия ижрочиси қандай саволларга жавоб топиши лозим?
93. Нималар компаниянинг асосий қадрияти бўлиши мумкин?
94. Стратегияни қувватловчи сиёсат ва тартиблар қандай яратилади?
95. Мукофотлар ва рағбатлантириш тизими қандай яратилади?
96. Корпоратив стратегия ва маданият ўртасида боғланиш борми?
97. Стратегияни бажаришни 8 та бошқарув жараёнини санаб беринг.
98. Ташкилий тузилмани стратегияга мослаштириш учун нима қилиш керак?
99. Стратегия ва бюджет ўртасидаги боғланиш қандай?
100. Такдирлаш санъатини қандай тушунасиз?

МАСАЛАЛАР

1-масала

Босмахона реклама плакатларини ишлаб чиқариш учун уч ходим меҳнатидан фойдаланди. Уртача меҳнат маҳсули кунига 25 донага тугри келадиган иш хаки 600 сум, доимий харажатлар 1000 сумни ташкил этади. Босмахонанинг уртача узгарувчан харажатлари қандай булади?

2-масала

Пойабзал корхонаси бир ойлик 1000 жуфт ишлаб чиқариш ҳажмида доимий харажатлар 200 минг сумга тугри келади. Агар меҳнат ягона узгарувчан омил булса, унинг бир соатлик харажати 1250 сумни ташкил қилса, бир соатда 5 жуфт ҳажмдаги ишлаб чиқаришда уртача ишлаб чиқариш харажатлари канчага ва уртача узгарувчан ишлаб чиқариш харажатлари канчага тугри келади?

3-масала

Савдо корхонасининг I - чорақдаги чакана товар айланиши: январда –

9475,0 минг сўм, февралда – 9272,0 минг сўм, мартда 1025,0 минг сўм.

I-чоракда савдо корхонасининг ўртача ойлик товар айланишини аниқланг.

4-масала

Такомиллаштирилган ракобатли фирма бир йилда 20 минг дона телефон асбоби чикаради. Унинг уртача узгарувчан харажатлари 1750 сум ва уртача ишлаб чиқариш харажатлари 2150 сумга тугри келса, бозор баҳоси битта телефон асбоби 2500 сум булса фирма канча фойда олиши мумкин?

5-масала

Икки ой давомида истеъмол тугрисида куйидаги далиллар таъсири.

	1 - ой	2 – ой
Биринчи неъматлар баҳоси	10	5
Иккинчи неъматлар баҳоси	10	20
Биринчи неъматлар сотиб олинди	10	20
Иккинчи неъматлар сотиб олинди	10	5

Бундан келиб чиқиб қандай хулосага келиш мумкин:

- а) хаёт киймати ошди;
- б) хаёт киймати камайди;
- в) хаёт динамикаси буйича бирон нарса айтиш мумкин эмас.

6-масала

Агарда иш хаки ставкаси 200 сум ва капитал харажатлар 500 сумга тунри келган холда ишлаб чиқариш омилларини комбинациядан фойдаланиш натижасида сунгги меҳнат махсули 5, сунгги капитал махсули 10 га тенг булса, бу фирманинг ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш мақсадини қандай тушунмок лозим?

- а) куп меҳнат ва кам капитал фойдаланилади;
- б) куп капитал ва кам меҳнат фойдаланилади;
- в) махсулот баҳоси ошиши;
- г) махсулот ишлаб чиқариш пасайганлиги;

7-масала

Салкин ичимликлар ишлаб чиқарувчи фирма ушбу технология шароитида қандай натижаларга эришиши мумкин?

Мехнат харажатлари	капитал харажатлари			
	10	20	30	40
10	40	60	70	76
15	60	110	150	300
20	90	170	300	420
25	130	240	400	480
30	140	300	420	540

Киска муддат давомида 20 бирлик капиталдан биргаликда фойдаланилган ҳолда максимал сунгги мехнат маҳсули канча булади?

8-масала.

Фараз иламит, Х-давлатда фаат икки турдаги масулот яратилмода, А-турмасулот, Б-нефт масулотлари. Шунда турмасулот(А) - 100 дона ар бири 5 АШ долл., нефт масулотлари (Б) - 232 дона ар бири 23 АШ долл. ЮОридаги маълумотларга асосланган олда ЙАИМни исобланг ва ар бир масулотнинг ЙАИМдаги улушини топинг. Давлатнинг айси турдаги масулотга ихтисослаштириш масадга мувофи еканлигини аниданг.

9-масала.

Савдо корхонасининг чакана товар айланиши ҳисобот йилида аввалги йилга нисбатан 8% га, шу жумладан озиқ-овқат маҳсулотлари гуруҳи бўйича 3% га ошган, ўтган йилдаги жами чакана товар айланишида озиқ - овқат маҳсулотларининг салмоғи 52% ни ташкил қилган.

Қуйидагиларни аниқланг:

а) ҳисобот йили чакана товар айланишида озиқ-овқат маҳсулотлари ва озиқ-овқат жумласига кирмайдиган товарларнинг салмоғи;

10-масала

Москва-Тошкент-Самаранд-Бухоро-Тошкент-Москва йўналиши бўйича саёт

илувчи битта туристнинг саёт мобайнидаги транспорт нархини исобланг. Москва-Тошкент йўналиши бўйича самолёт чиптаси нархи (бориш – келиш) 270 доллар, Тошкент – Самаранд йўналишида автобус нархи 6000 сўм, Самаранд - Бухоро йўналишида автобус нархи 2500 сўм, Бухоро-Тошкент йўналишида автобус нархи 7500 сўмни ташкил илади. Енди жами кетган харажатни топинг.

11-масала

Москва-Тошкент-Самаранд-Тошкент-Москва йўналиши бўйича саёҳат килувчи туристлар сони 45 кишини ташкил этади. ҳар бир киши учун саёҳат мобайнидаги транспорт нархи 275 минг сўм. Енди жами туристлар учун кетадиган транспорт харажати исобланг.

12-масала

Тошкент-Самаранд-Бухоро-Хива-Тошкент йўналиши бўйича 3 кунга туристик гуру саётга чиди. Саёт автобусда амалга оширилди. ар бир турист учун жами автобус нархи 22500 сўмни ташкил этади. Туристтик гуруда жами туристлар сони 50 кишини ташкил илади. Битта туристнинг оватланиш нархи 12000 сўмга тенг. Енди ар бир турист учун кетган жами харажатни исобланг.

13-масала

Туризмда асосий ва ўшимча хизматларни айирбошлаш ажми 1 456 325 сўм. ўшимча иймат солии таърифи (ставкаси) 18 %. С 6 756 850 сўм. Жами Сини хисобланг.

14-масала

Бир АС долларида турмасулот ишлаб чиариш учун сарфланган харажатларни талил илинг.

Кўрсаткичлар	Ўтган йили	исобот йили
1. Улгуржи баода турмасулот, минг долл.	2700	2600
2. Тўли таннархдаги турмасулот, долл.	2500	2400
3. Бир долларлик турмасулот учун сарфланган харажат, доллар	?	?

15-масала

уйидаги жадвал орали Ўзбекистон туризмнинг итисодий

кўрсаткичларини талил илинг.

Йиллар	Жами хизмат, млн.сўм	Фойда, млн. сўм.	Туристлар, минг киши		Турхизматлар экспорти, млн. доллар
			Жами	Шундан хорижий туристлар	
1999	4814	622	752	274	25.5
2000	4990	661	864	306	25.8
2001	5343	703	916	329	27.5

Жами кўрсатилган хизматлар ажмининг ошиб боришига таъсир кўрсатган омилларни исобга олган олда талилни беринг.

16-масала

Фараз иламинг, Х-давлатида фаат икки турдаги масулот яратилмода, А-турмасулот, Б-нефт масулотлари. Сунда турмасулот (А)-100 дона ар бири 5АС дол., нефт масулотлари (Б)-232 дона ар бири 23 АС дол. ЙУоридаги маълумотларга асосланган олда ЙАИМни исобланг ва ар бир масулотнинг ЙАИМдаги улушини топинг. Давлатнинг айси турдаги масулотга ихтисослаштириш масадга мувофи эканлигини аниланг.

16-масала

Берилган жадвал асосида Жанубий-Сарий Осиёга туристлар ташрифи ва келажакдаги истиболлари андай исобланганлигини аниланг.

Йиллар	Туристлар сони (млн. киши. хис)	Туристлар сонининг ўртача йиллик ўсиши (%да)	Даромад (млрд. дол.ис)	Даромаднинг ўртача йиллик ўсиши (%да)
2002	95.2	4.1	82.6	5.7
2010	156.9	6.4	130.2	4.4

исоб-китобни амалга оширишда ўртача йиллик ўсишга алоида еътиборни аратинг

17-масала.

Корхона текстил махсулотларини ишлаб чиқариш учун корхонага кушимча инвеститсия маблағларини жалб этиш лойихаси ишлаб чиқилди. Куйидагиларга асосан:

Жами инвеститсия лойихаси:

-суммада – 650 млн. сўм.

- валютада – 200 минг АҚШ долл.

Ушбу маблаглар қуйидаги мақсадлар учун мулжалланган:

1. Бино иншоотлар – 300 млн. сўм.
2. Техника технология- 50 млн.сўм
3. Хом-ашё ва материаллар – 15 млн. сўм
4. Ноу-хау, персонални тайёрлаш ва б. харажатлар- 15 млн. сўм
5. Амортизатсия ажратмаси ўртача йиллик даражаси-7%.

Аниқлаш лозим:

1. Асосий фондларга жами қўйилма миқдорини ?
2. Техника-технологиялар ва ноу-хау, персонални тайёрлаш ва б. харажатлар миқдорини?
3. Уртача йиллик амортизатсия ажратмаси миқдорини?

18-масала.

Корхона (фирма) нинг жорий йилдаги кўрсаткичлари таҳлили натижалари қуйидагилар аниқланди.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми - 4000 дона

Маҳсулот бирлигидаги баҳоси – 60 сўм

Маҳсулот бирлигидаги ўзгарувчан харажатлар миқдори – 35 сўм

Доимий харажатлар – 80000 сўм

Ушбу кўрсаткичлардан фойдаланиб қуйидаги кўрсаткичларни аниқланг:

Маҳсулот сотишдан тушган тушум?

Жами ўзгарувчан харажатлар миқдорини?

Ялпи даромаднинг ҳажмини?

Соф фойдани?

19-Масала.

Корхона (фирма)нинг маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва сотиш ҳолатидан келиб чиқиб, келгусидаги заррасизликни таъминлаш (нуктасини) ҳолатини аниқланг.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми - 3000 дона

Маҳсулот бирлигига ўзгарувчан ҳаражатлар - 30 сўм

Маҳсулот бирлигида реализатсия (сотиш) баҳоси - 36 сўм

Доимий ҳаражатлар - 110000 сўм

Ушбу курсаткичлардан фойдаланиб корхона (фирма) нинг) бизнес-режасидаги куйидаги курсаткичларни топинг:

1. Ялпи фойдани?
2. Зарарсизлик нуктасини (микдорини).

Изох: Зарарсизликни таъминлаш учун ялпи фойда микдори доимий ҳаражатларни қоплашга тенг бўлиши лозим.

20-Масала.

Жорий йилда корхона асосий фаолиятининг натижалари куйидагича яқунланди:

Маҳсулот бирлигидаги баҳоси - 30 сўм

Ўзгарувчан ҳаражатлар - 10 сўм

Доимий ҳаражатлар - 60000 сўм

Маҳсулот бирлигидаги ялпи фойда - 20 сўм

Келгуси йил учун корхона 50000 сўм фойда олиши учун маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми қандай бўлишлигини топинг.

21-масала.

“ABC” компанияси экспортлари бозордаги вазиятдаги боғлиқ ҳолда куйидагича фойда кўрсаткичларини аниқлади (млн.сум.):

Агар экспертлар барча товарларга бўлган талаб ўсиб, унинг структураси ўзгармай қолишига қатъий ишонадиган бўлса, қайси стратегияни танлаш керак бўлади? Нима сабабдан?

Агар риск мавжуд бўладиган, экспертлар:

1-вазиятни - 40%,

2-вазиятни - 35%,

3-вазиятни - 25% баҳолайдиган бўлса, бу ҳолда қайси стратегияни танлаган маъкул? Айтайлик, товарни сотиш шароитлари ноқулай бўлсин.

Сиз қайси стратегияни таклиф қилган бўлардингиз?

22-масала.

Сут сотувчи маҳсулотни иккита етказиб берувчидан қабул қилади. Ҳар иккиси ҳам миқдоран бир хил, лекин сифати 2 хил сут олиб келишди. Шунинг учун ҳам сутнинг нархлари ҳар хил, қиммат сут 1 литри 1 ш.п.б., арзони эса 2 литри учун шунча. Шунда сотувчи икки сутни ҳам аралаштириб 3 литрини 2 ш.п.б. дан сотишга қарор қилди. Барча сут сотиб бўлинганидан сўнг сотувчи пулни санаса 50 ш.п.б. етмади. Агар сутни аралаштирмасдан сотганида бу пул қанча чиқарди. Сотувчи аралашмани сотаётганда ҳар бир сутдан қанча йўқотди ва қанча ютди?

23-масала.

Фараз қиламиз А тармоқда 2311 та фирма фаолият юритади. Б тармоқда эса 24 та. Маълум вақт ўтгандан сўнг рақобат натижасида мос ҳолларда 200 та ва 6 т корхона бозордан чиқиб кетади.

Қолган ҳар бир корхона учун бозор улуши қанчагача кенгайганлигини ҳисобланг. Рақобат интенсивлиги-1/п

24-масала.

Тармоқда 6 та йирик ишлаб чиқарувчи мавжуд: 3 000, 5 000, 2000, 10 000, 8 000 ва 6 000 бирлик. Махфий келишув натижасида улар бир бирлик маҳсулотнинг баҳосини 100 сўмдан 150 сўмгача кўтардилар. Бунда талабнинг олдинги ҳолати шароитида монополистик келишувнинг ҳар бир иштирокчиси савдодан оладиган даромади қанчагача ўсади?

Агар маҳсулот бирлигига кетган харажатлар ўзгаришсиз, яъни 75, 72, 76, 77, 69 ва 73 сўмгача қолган бўлса фойда қандай ўзгаради?

Компания стратегияси	Вазиятга боғлиқ ҳолда фойда		
	1 - вазият	2-вазият	3-вазият
1. Совутгич	48	67	52
2. Музлатгич	89	24	46
3. Кондиционер	72	49	76

25- Масала.

Келгусида корхонани кенгайтириш мақсадида кўшимча инвестиция маблағларини киритиш кўзда тутилган. Корхона ўз маблағларини мақсадга мувофиқлик критериясини қуйидаги маълумотлар берилган.

1. Корхона айланма активларнинг йил охиридаги қиймати-67556 млн.с.(P_1)

2. Жорий йил бошидаги қиймати-59.430 млн.с. (P_0)

3. Давр давомидаги турли тўловлар миқдори (дивидендлар, фоиз тўловлари)-12 % (Д).

Ушбу маълумотлардан фойдаланиб қуйидагилардан аниқлаш лозим:

1. Корхонанинг ўз айланма маблағини?
2. Жорий йил давомидаги турли тўловлар хажми?
3. Инвестициялаштиришнинг мақсадга мувофиқлик критериясини?

26-Масала.

“Болалар Холдинг компанияси” ХК нинг хисобот йилдаги айланма маблағи-67,6 млн. с.ни ташкил этган. Кечиктирилган дебиторлик қарзлари-8,4 млн. с.; мажбуриятлар -6,0 млн.с. узоқ муддатли заёмлар ва кредитлар-67,8млн.с.**Ушбу маълумотлардан фойдаланиб Холдинг компаниясининг тўловга қадар қобилиятини аниқланг.** (Изоҳ: Агар корхона тўловга қадар қобилияти 2дан кичик бўлса, унда инвестициялаш мақсадга мувофиқ эмас.)

27-масала

Корхонанинг мулки 860 минг ш.п.б. га эга. Ликвидация туфайли мулк тақсимланиши керак эди. Компаньонлар шунга келишдиларки, ким қачон корхонага киргандан бошлаб, ҳар бирлари ўртасида мулк баробар тақсимланади. Корхонага эса компаньонлардан бири 6 йил аввал асос солган. Маълум бўлдики, улушнинг 3 таси А компаньонга тегишли, Б компаньонга 2 таси, В компаньонга эса 6 таси тегишли экан. Ҳар бир компаньон қанчадан улуш тегди. Ҳар бир компаньон неча йилдан бери корхонага эга бўлган?

28-масала

Агарда иш хаки ставкаси 200 сум ва капитал харажатлар 500 сумга тунри келган холда ишлаб чиқариш омилларини комбинациядан фойдаланиш натижасида сунгги меҳнат маҳсули 5, сунгги капитал маҳсули 10 га тенг булса, бу фирманинг ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш мақсадини қандай тушунмок лозим?

29-масала

Салкин ичимликлар ишлаб чиқарувчи фирма ушбу технология шароитида қандай натижаларга эришиши мумкин?

Меҳнат харажатлари	капитал харажатлари			
	10	20	30	40

10	40	60	70	76
15	60	110	150	300
20	90	170	300	420
25	130	240	400	480
30	140	300	420	540

Киска муддат давомида 20 бирлик капиталдан биргаликда фойдаланилган холда максимал сунгги меҳнат маҳсули канча булади?

30-масала

Марк исмли риэлтор (кўчмас мулк савдоси билан шуғулланувчи) куйидаги вазиятларни ечишда ёрдам беришимни сўраб менга мурожаат этди. У: “Мен квартирамни 1,2 млн. ш.п.б. га сотдим. Бир қанча вақт ўтиб шу квартирамни 1 млн. га сотиб олдим. Кейин худди шу квартирани яна сотдим. Энди эса 1,1 млн.га. Энди мен фойдадан солиқ тўлашимга тўғри келади.” Фойда нимага тенг?

31-масала

Босмахона реклама плакатларини ишлаб чиқариш учун уч ходим меҳнатидан фойдаланди. Уртача меҳнат маҳсули кунига 25 донага тугри келадиган иш хаки 600 сум, доимий харажатлар 1000 сумни ташкил этади. Босмахонанинг уртача узгарувчан харажатлари қандай булади?

32-масала

Пойабзал корхонаси бир ойлик 1000 жуфт ишлаб чиқариш ҳажмида доимий харажатлар 200 минг сумга тугри келади. Агар меҳнат ягона узгарувчан омил булса, унинг бир соатлик харажати 1250 сумни ташкил қилса, бир соатда 5 жуфт ҳажмдаги ишлаб чиқаришда уртача ишлаб чиқариш харажатлари канчага ва уртача узгарувчан ишлаб чиқариш харажатлари канчага тугри келади?

33-масала

Корхона томонидан ишлаб чиқарилган буюмнинг соф оғирлиги 40 кг. Дастур бўйича маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми – 3000 дона материал ишлатишнинг амалдаги коэффиценти – 0,75. Технологик жараёнларнинг такомиллашуви натижасида корхона материалдан фойдаланиш

коэффициентини 0,81 гача кўтариб, унинг қийматини 1 кг учун 350 дан 200 сўмгача пасайтиришни мўжаллаяпти.

Ҳар дона маҳсулотга моддий харажатнинг амалдаги ва мўлжалланган нормасини, ишлаб чиқарилиши мўлжалланаётган маҳсулот тайёрлашда қанча материал тежаш мумкин эканлиги аниқлаш талаб қилинади

34-масала

Такомиллаштирилган ракобатли фирма бир йилда 20 минг дона телефон асбоби чиқаради. Унинг уртача узгарувчан харажатлари 1750 сум ва уртача ишлаб чиқариш харажатлари 2150 сумга тугри келса, бозор баҳоси битта телефон асбоби 2500 сум булса фирма қанча фойда олиши мумкин?

35-масала

Корхона бўйича қуйидаги маълумотлар мавжуд:

- маҳсулот сотишнинг йиллик ҳажми – 80 млн. сўм
- айланма маблағларнинг ўртача йиллик миқдори – 5.4 млн. сўм.

Тегишли чора тадбирлар қўрилгандан сўнг айланма маблағларнинг бир бор айланиш муддати бир неча кунга қисқарди. II-чорақда амалда айланма маблағлар қолдиғи:

- 1 апрел ҳолатига - 280 минг сўм
- 1 майга - 360 минг сўм
- 1 июнга - 330 минг сўм
- 1 ноябрга - 380 минг сўмни ташкил этган.

Айланма маблағларнинг ўртача қолдиғини, уларнинг бир марта айланиш муддатини аниқлаш талаб қилинади.

36-масала

Завод учун белгиланган йиллик ишлаб чиқариш дастурининг ҳажми 12000 дона маҳсулотдан иборат. 1 дона маҳсулот учун хом-ашё сарфи – 4 кг. Йилнинг охирига хом-ашё захираси – 23 кунни ташкил этади. Режалаштирилаётган йил бошига амалдаги хом-ашё захираси – 200 кг.

Режалаштирилаётган йил охирига ўтувчи хом-ашё қолдиғини ва режалаштирилаётган йилда зарур хом-ашё етказиб бериш миқдорини аниқлаш талаб қилинади.

37-масала

Кон қазилма бойлигининг баланс захираси 40 млн.тонна. Коннинг унумдорлиги — бир йилда 1000 минг тонна. Капитал қўйилмалар ҳажми — 9000,0 млн.сўм.

Олинган 1 тонна қазилма бойликка тўғри келадиган амортизация суммасини ҳисоблаш талаб қилинади

38-масала

Асосий восита объектини яратишга 5000,0 минг сўм сарфланган. Унинг орқали 10000 бирликда маҳсулот ишлаб чиқариш кўзда тутилган. Яратилган объект воситасида 2000 бирликда маҳсулот ишлаб чиқарилган йилда унинг амортизация суммасини аниқлаш талаб қилинади

39-масала

Корхона буюм ишлаб чиқаришда ўзининг конструктурлик бюроси қилган ихтиродан фойдаланади. Ихтирогача корхона бир дона буюмни ишлаб чиқариш учун 65 сўм сарфлаган.

Ихтиро корхонага бир дона буюмни ишлаб чиқаришда 12,5 сўм миқдорида материални ва 11,7 сўм ҳажмида меҳнат харажатларини тежаш имкониятини беради. Бундай устуворлик 6 йил давомида сақланиб қолиниши кутилади.

Корхона йилига 300 000 дона буюм ишлаб чиқаради. Дисконт ставкаси — 15 фоиз.

Ихтирони баҳолаш талаб қилинади

40-масала

Завод учун белгиланган йиллик ишлаб чиқариш дастурининг ҳажми 12000 дона маҳсулотдан иборат. 1 дона маҳсулот учун хом-ашё сарфи — 6 кг. Йилнинг охирига хом-ашё захираси — 23 кунни ташкил этади. Режалаштирилаётган йил бошига амалдаги хом-ашё захираси — 240 кг.

Режалаштирилаётган йил охирига ўтувчи хом-ашё қолдиғини ва режалаштирилаётган йилда зарур хом-ашё етказиб бериш миқдорини аниқлаш талаб қилинади.

5A230201 “Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)”

**мутахассислиги бўйича мутахассислик фанларидан магистратурага
кирувчилар томонидан ёзилган ёзма ишнинг**

БАҲОЛАШ МЕЗОНИ

1. “Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” мутахассислиги бўйича магистратурага кирувчилар томонидан ёзилган ёзма иши Ўзбекистон Республикаси ОУМТВ томонидан белгиланган умумтартиб ва Низом қоидаларига амал қилинган ҳолда ўтказдирилади.

2. “Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” мутахассислиги бўйича

магистратурага кирувчиларни мутахассислик бўйича ёзма иши натижалари 100 баллик тизимда амалга оширилади.

3. “Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” махсус фанидан кириш имтихони ёзма усулда ўтказилади. Ҳар бир вариант 3 та саволдан иборат. Вариантдаги 3 та саволнинг ҳар биридан олиш мумкин бўлган балл миқдори қуйидагича тақсимланиши мақсадга мувофиқ деб топилган яъни, биринчи ва иккинчи саволларнинг ҳар бирига максимал 30 баллдан жами 60 балл. Учинчи топшириқ, яъни масала учун максимал 40 балл.

№	Умумий балл	Магистратурага кирувчининг билим даражаси	Хусусий балл
1-савол бўйича			
1	26-30	Қўйилган саволлар мазмунан аниқ ёритилиб, демократик ислохотлар ва жараёнларнинг мазмунан моҳияти тўлиқ очиқ берилган; Ўзбекистонда амалга оширилаётган иқтисодий, ижтимоий ислохотлар таҳлили ва уларнинг амалий самаралари, натижалари ва ҳаётга тадбиқ этилиши бўйича мустақил, ижодий фикр мавжудлиги; Жавобларда мантиқий яхлитликка эришилган ва умумий хулосалар чиқариш қобилиятига эга; Имло ва стилистик хатоларга йўл қўйилмаган.	9-10 9-10 6-7 2-3
			26-30
2	21-25	Жавоб тўғри ёзилган, унда демократик янгиланиш жараёнлар асосли ёритилган, аммо бугунги демократик янгиланишлар амалиётида ноаниқликлар, саналарда чалкашликларга йўл қўйилган; Жавобда магистратурага кирувчининг мустақил мушоҳада юритиш қобилияти сезилади; Ижодий ёндошув мавжуд; Муаммони таҳлил қилиш қобилиятига эга.	7-8 6-7 5-6 3-4
			21-25
3	17-20	Саволга жавобда масаланинг моҳиятини тушунилган, аммо мазмун ва натижалар юзаки ёритилган; Мушоҳада баёнида фикр тарқоқлиги кузатилади; Жавобларда мантиқийлик тамойили бузилган; Тасаввурга эга, лекин таҳлил йўқ.	6-7 5-6 4-5 2-2
			17-20
4	0-16	Савол бўйича аниқ тасаввурга эга эмас;	

		Умуман жавоб ёзилмаган; Нотўғри жавоб ва маълумот берилган; Ўқув адабиётидан айнан сўзма-сўз кўчирилган.	0-16
2-савол бўйича			
1	26-30	Кўйилган саволлар мазмунан аниқ ёритилиб, демократик ислохотлар ва жараёнларнинг мазмунан моҳияти тўлиқ очиб берилган; Ўзбекистонда амалга оширилаётган иқтисодий, ижтимоий ислохотлар таҳлили ва уларнинг амалий самаралари, натижалари ва ҳаётга тадбиқ этилиши бўйича мустақил, ижодий фикр мавжудлиги; Жавобларда мантиқий яхлитликка эришилган ва умумий хулосалар чиқариш қобилиятига эга; Имло ва стилистик хатоларга йўл қўйилмаган.	9-10 9-10 6-7 2-3
			26-30
2	21-25	Жавоб тўғри ёзилган, унда демократик янгилашни жараёнлар асосли ёритилган, аммо бугунги демократик янгилашлар амалиётида ноаниқликлар, саналарда чалкашликларга йўл қўйилган; Жавобда магистратурага кирувчининг мустақил мушоҳада юритиш қобилияти сезилади; Ижодий ёндошув мавжуд; Муаммони таҳлил қилиш қобилиятига эга.	7-8 6-7 5-6 3-4
			21-25
3	17-20	Саволга жавобда масаланинг моҳиятини тушунилган, аммо мазмун ва натижалар юзаки ёритилган; Мушоҳада баёнида фикр тарқоқлиги кузатилади; Жавобларда мантиқийлик тамойили бузилган; Тасаввурга эга, лекин таҳлил йўқ.	6-7 5-6 4-5 2-2
			17-20
4	0-16	Савол бўйича аниқ тасаввурга эга эмас; Умуман жавоб ёзилмаган; Нотўғри жавоб ва маълумот берилган; Ўқув адабиётидан айнан сўзма-сўз кўчирилган.	0-16
3-савол бўйича			
	34 – 40	Кўйилган масала мазмунан аниқ ёритилиб, иқтисодий ислохотлар ва жараёнларга билан боғлиқ холда очиб берилган, шунингдек илмий	

		<p>ва илмий-техник ахборотлардан фойдаланган ҳолда тизимли таҳлил қилиб илмий хулосалар берилган бўлса;</p> <p>Амалий мисоллар доирасида Ўзбекистонда амалга оширилаётган иқтисодий, ижтимоий ислоҳотлар таҳлили ва уларнинг амалий самаралари, натижалари ва амалиётга тадбиқ этилиши бўйича мустақил, ижодий фикр ва мулоҳазаларни мавжудлиги, амалий масала тўлиқ бажарилган ва масалани ечишга илмий-ижодий ёндашилган бўлса;</p> <p>Жавобларда мантиқий яхлитликка эришилган ва умумий хулосалар чиқариш қобилиятига эга;</p> <p>Имло ва стилистик хатоларга йўл қўйилмаган;</p> <p>Илмий ва илмий-техник ахборот билан мустақил ишлаш, тизимли мустақил таҳлил қилиш, хулоса чиқариш.</p>	<p>11-13</p> <p>9-11</p> <p>8-9</p> <p>6-7</p>
			34-40
29 – 33	<p>Жавоб тўғри ёзилган, аммо бугунги иқтисодий ислоҳотлар амалиётида ноаниқликлар, саналарда чалкашликларга йўл қўйилган, амалий масала тўлиқ бажарилмаган лекин ечимига илмий-ижодий ёндашилган бўлса;</p> <p>Жавобда магистратурага кирувчининг мустақил мушоҳада юритиш қобилияти сезилади;</p> <p>Ижодий ёндошув мавжуд;</p> <p>Амалий масалани таҳлил қилиш қобилиятига эга;</p>	<p>11-12</p> <p>8-9</p> <p>6-7</p> <p>4-5</p>	
			29-33
22 – 28	<p>Масаланинг моҳиятини тушунилган, аммо мазмун ва натижалар юзаки ёритилган, амалий масала тўлиқ бажарилмаган бўлса;</p> <p>Мушоҳада баёнида ва масалани ечишда фикр тарқоқлиги кузатилади;</p> <p>Жавобларда мантиқийлик тамойили бузилган.</p> <p>Масалани ёритишда ва уни амалий жиҳатдан асослашда тасаввурга эга, аммо таҳлил ва хулоса йўқ;</p>	<p>8-9</p> <p>7-8</p> <p>4-6</p> <p>3-5</p>	
			22-28
0 – 21	<p>Амалий масала бўйича аниқ тасаввурга эга эмас;</p> <p>Умуман жавоб ёзилмаган; амалий масаланинг ечими йўқ;</p>	<p>0-16</p>	

	Нотўғри жавоб ва маълумот берилган; Ўқув адабиётидан айнан сўзма-сўз кўчирилган.	
--	---	--

Балл	Кирувчининг билим даражаси
1	2
86-100	Кирувчининг жавобларида берилган саволлар бўйича ижодий фикрлаш мавжуд бўлса, мамлакатимизда модернизациялаш жараёнларини жадаллаштириш, демократик ислохатларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепциясидан келиб чиққан вазифаларни бажариш йўллари ўз аксини топган бўлса, қўйилган муаммони ечиш бўйича тавсиялар берган бўлса, савол бўйича жавобда мустақил мушоҳада юритилган бўлса, тавсияларни амалиётга қўллаш тартиблари кўрсатилган бўлса.
71-85	Кирувчи ўз жавобида қўйилган савол бўйича мустақил мушоҳада юритган бўлса, уларнинг моҳиятини деярли тўлиқ очиб берган бўлса, қўйилган муаммони ечиш бўйича ўз тавсияларини берган бўлса.
55-70	Кирувчи жавобида фан бўйича вариантга киритилган саволларга қисман жавоб берган бўлса, асосий тушунчаларга берган изоҳи кам бўлсада, мавжуд бўлса.
0-54	Кирувчи жавобида қўйилган савол мазмуни умуман ёритилмаган бўлса, изоҳлар мавжуд бўлмаса, яъни талабгор жавобида қўйилган саволлар бўйича умуман тасаввурга эга эмаслиги аниқ бўлса.

Тавсия қилинган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: Ўзбекистон, 2014.
2. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 46 б.
3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. 2018 йил 28 декабрь. – www.uza.uz
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” 2017 йил 7 февраль, ПФ-4947-сон
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 30 октябрдаги ПФ-5564-сонли “Товар бозорларида савдони янада эркинлаштириш ва рақобатни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармон.//Халқ сўзи, 2018 йил 31 октябрь, №225 (7183)
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 7 мартдаги “Иқтисодий тармоқлари ва соҳаларига инновацияларни жорий этиш механизмларини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-3698-сонли қарори. – Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 09.13.2018 й.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 ноябрдаги ПҚ-4022-сонли “Рақамли иқтисодий тармоқлари ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. – Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 22.11.2018 й.
8. Мирзиёев Ш.М. Асосий мақсадимиз – мамлакатимизни янада тараққий эттириш ва халқимиз фаровонлигини юксалтиришдир. -//Халқ сўзи, 2017 йил 28 апрель, №84 (6778).
9. Ергашходжаева Ш.Дж., осимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг асослари. – Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги – Т.: “ИТИСОДИЙОТ”, 2019.-305 б.
10. Ергашходжаева Ш.Ж., осимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. Дарслик.-Т.: Итисодиёт, 2018. – 315 б.
11. Котлер Ф. Основы Менеджмента. 5-е изд./Ф.Котлер, А.Гари. – М.: Вильямс, 2016.-752 с.
12. Гарй Армстронг, Пилип Котлер, Мичаел аркер, Росс Бреннан. Маркетинг ан интродустион. Енгланд, 2016, Папербаск: 720 пагес, Пеарсон
13. Пилип Котлер, Кевин Лане Келлер. Маркетинг Манагемент. Пеарсон Едусатион, Инс., публишинг ас Прентисе алл, Унитед Статес оф Америса 2012 й.

14. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы Менеджмента, 5-е европейское изд. Учебник. –М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 2013. – 752 с.
15. Юсупов М.А., Абдурахмонова М.М. Менеджмент. Ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2011.- 190 б.
16. Солийев А., Бузрукхонов С. Маркетинг, Бозоршунослик. Дарслик. – Т.: Итисод-Молия, 2010.- 424 б.
17. Ергашходжаева Ш.Ж., осимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. Дарслик. -Т.: ТДИУ, 2011.-202 б.
18. Ергашходжаева Ш.Дж., осимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг асослари. – Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги – Т.: “ИТИСОДИЙОТ”, 2019.-305 б.
19. Ергашходжаева Ш.Ж., осимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. Дарслик.-Т.: Итисодиёт, 2018. – 315 б.
20. Котлер Ф. Основы Менеджмента. 5-е изд./Ф.Котлер, А.Гари. – М.: Вильямс, 2016.-752 с.

Қўшимча адабиётлар

- 1.Эргашходжаева Ш.Дж. Инновацион Менеджмент. Ўқув қўлланма. Т.: Иқтисодиёт, 2013.-148 б.
2. Баранчеев В.П. Менеджмент инноваций.– М.: Благовест, 2007. – 254 с.
3. Серекин В.Д. Иновационный Менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА, 2012. – 238 с.
4. Бекмуродов А.Ш., Қосимова М.С., Эргашходжаева Ш.Ж. Стратегик Менеджмент. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2010. – 215 б.
5. Ламбен Жан Жак. Стратегический менеджмент: стратегический и операционный Менеджмент. – СПб.: Питер, 2006.
6. Чувакова С.Г. Стратегический Менеджмент, Учеб. Пос. – М.: Давков и К. 2012. – 272 с.

Интернет сайтлари

1. www.есономисс.ру
2. www.уза.уз
3. www.сер.уз
4. www.ифмр.уз
5. www.лех.уз
6. www.гов.уз
7. www.зиёнет.уз

