

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM
VAZIRLIGI**

**SAMARQAND DAVLAT
UNIVERSITETI**

Ro'yxatga olindi

№ 60230600-1,25

2021 yil " " "

"TASDIQLAYMAN"

SamDU rektori:

R.I.Xalmuradov

2021 yil " " "

**NOSHIRLIK ISHI MENEJMENTI VA MARKETINGI
FAN DASTURI**

Bilim sohasi:	300000 – Ijtimoiy soha, iqtisod va huquq
Ta'lim sohasi:	310000 – Iqtisod
Ta'lim yo'nalishi:	60230600 – Noshirlik ishi

Samarqand 2021

Fan/modul kodi NIMVMM30013		O'quv yili 2024-2025	Semestr 7,8	ECTS – Kreditlar 12	
Fan/modul turi Majburiy		Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 6,8	
1.	Fan nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami (soat)	
	Noshirlik ishi menejmenti va marketingi	210	150	360	
2.	I. Fanning mazmuni Fanni o'qitishdan maqsad –talabalarga noshirlik ishini boshqarish, uni tashkil etish, noshirlik ishining boshqaruv asoslarini makro va mikroiqtisodiy darajada o'rgatish asosida ularning yetuk va yuqori malakali mutaxassis bo'lishlarini hamda olingan bilimlari asosida o'qish va ilmiy izlanishlarini davom ettirishlarini ta'minlashdir. Fanning vazifasi - bozor iqtisodiyoti sharoitida “Noshirlik ishi menejmenti va marketing” fanining tutgan o'rni va uni o'rganish, noshirlik ishi menejmenti va marketingining qonun va tamoyillarini o'rganish, ulardan amaliyotda foydalanish, noshirlik ishi menejer kadrlarni o'qitish va ulardan iqtisodiyot sohasini boshqarishda samarali foydalanish, noshirlik ishi menejment va marketing samaradorligi ko'rsatkichlari va uni baholash usullari, noshirlik ishida qarorlarni qabul qilish va uni boshqarish, noshirlik ishi marketingini tashkil etishni o'rganishdir. II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari) II.I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: 1-mavzu. “Noshirlik ishi menejmenti va marketingi” fanining maqsadi va vazifalari “Noshirlik ishi menejmenti va marketingi”ning mazmuni, vazifalari, predmeti. Noshirlik ishini tashkil qilish tushunchasi. Noshirlik ishini rivojlanish tarixi. Noshirlik ishida menejment va marketing tushunchasi. Fanning maqsadi va vazifasi. Mashinali ishlab chiqarishni rivojlanishi. Bozor sub'ektlarining katta miqdorini vujudga kelishi, hajmini o'sishi va bozor aloqalarini kuchayishi. Boshqaruvga kasbiy yondashuv zarurligini asoslab beruvchi raqobatni o'sishi va bozor iqtisodiyotining barqarorligi. Yirik noshirlik korporatsiyalarni paydo bo'lishi va shunga ko'ra faqat xodimlarni maxsus apparati bajarishi mumkin boshqaruv ishlarining hajmi va murakkabligini ortishi. 2-mavzu. Noshirlik ishi menejmenti va marketingining nazariy asoslari Noshirlik ishida boshqaruv va menejment. Noshirlik ishida moliyaviy menejment. Noshirlik ishida innovatsion menejment. Noshirlik ishida savdo menejmenti. Noshirlik ishida boshqaruvning mohiyati va tizimi. Boshqaruv tizimining boshqaruvchi va boshqariluvchi tizimchalari. Noshirlik ishida				

menejment tizimining tuzilishi.

3-mavzu. Noshirlik ishida menejementi va marketingiga nisbatan yondashuvlar.

Noshirlik ishida menejment va marketingning ilmiy yondashuvlari va tamoillari. Ma'muriy yondashuv. Qayta ishlab chiqaruvchi yondashuv. Dinamik yondashuv. Qayta ishlab chiqaruvchi yondashuv. Majmuaviy yondashuv. Integratsiyali yondashuv. Marketingli yondashuv. Me'yoriy yondashuv. Axloqiy yondashuv. Jarayonli yondashuv. Tizimli yondashuv. Vaziyatli yondashuv. Vazifaviy yondashuv.

4-mavzu. Noshirlik ishida menejmenti va marketingi tamoillari.

Noshirlik ishida mehnat taqsimoti tamoili. Vakolatlilik va javobgarlik tamoili. Intizomlilik tamoili. Yakka hukumronlik tamoili. Harakatlar birligi tamoili. Shaxsiy manfaatlarni bo'usundirilishi tamoili. Xodimlarni mukofotlash tamoili. Markazlashtirish tamoili. Adolat tamoili. Xodimlarni barqarorligi tamoili. Tashabbus tamoili. Korporativ ruh tamoili.

5-mavzu. Noshirlik ishida boshqaruv usullari.

Noshirlik ishida boshqaruvning iqtisodiy usullari. Noshirlik ishida boshqaruvning ma'mutiy usullari. Noshirlik ishida boshqaruvning ijtimoiy – psixologik usullari.

6-mavzu. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni rejalashtirish

Noshirlik faoliyatida rejalashtirish jarayonlarini mohiyati va tamoyillari. Noshirlik faoliyatida rejalar sifatiga talablar. Noshirlik faoliyatida rejalashtirish bo'yicha ishlarni tashkil qilish. Strategik marketing rejalashtirish rastasi sifatida tashkilotini bozor strategiyasini shakllantirish. Tashkilotning strategik rejalarini ishlab mazmuni va tartibi. Noshirlik faoliyatida strategik rejalashtirishda SWOT tahlil. Ishlab chiqarish menejmentida portfel tahlili —IZLG matritsasi tashkilot biznes rejasi mazmuni.

Tezkor kalendar rejalashtirishning xususiyatlari. Yagona ishlab chiqarishda tezkor rejalashtirish asoslari. Seriyali va ommaviy ishlab chiqarishda tezkor rejalashtirishning asoslari.

7-mavzu. Noshirlik faoliyatida resurslarni boshqarish

Noshirlik faoliyatida resurs taminoti strategiyasining asoslari. Tovar ishlab chiqarishning resurs sig'imi ko'rsatkichlari tizimi. Ishlab chiqarishda mahsulotning resurs sig'imi ko'rsatkichlari. Tashkilot faoliyati samaradorligi ko'rsatkichlari. Resurslardan foydalanish samaradorligi taxlili. Resurs ta'minotini boshqarishda logistika funksiyalari.

8-mavzu. Noshirlik faoliyatida boshqaruv maqsadi va funktsiyalari

Noshirlik faoliyatida boshqaruv maqsadi va unga quyiladigan talablar. Boshqarish jarayoni. Boshqaruv vazifalari. Rejalashtirish. Maqsadlar. Tashkil qilish. Motivatsiya. A.Maslou bo'yicha ehtiyojlar iyerarxiyasi. Muvofiqlashtirish. Boshqaruv maqsadi turlari. Joriy va istiqboldagi maqsadlar. Strategik maqsadlarni belgilash. Strategiya tushunchasi. Strategiyaning tanlash. Tashkiliy o'zgarishlarni boshqarish.

9-mavzu. Noshirlik faoliyati menejmentida motivlashtirish

Noshirlik faoliyatini motivlashtirish tushunchasi. Ehtiyojlar va ularning turlari.

Motivlashtirish vositasida boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari. Motivlashtirish nazriyalari. "Kutish" nazariyasi, "Adolatlilik" nazariyasi, "Ehtiyojlar ustunligi" nazariyasi.

10-mavzu. Noshirlik faoliyati bilan shug'illanuvchi tashkilotlar va ularni boshqarish

Noshirlik faoliyati bilan shug'illanuvchi tashkilotlar tushunchasi va ularning tavsifi. Tashkilotni ichki muhiti. Tashkilotni tashqi muhiti. Tashkilot ichki va tashqi muhitining omillari va o'zgaruvchanligi. Tashkilotlar faoliyatini turkumlashtirish. Asosiy tashkiliy-huquqiy shakllar. Ma'suliyati cheklangan jamiyat. Qo'shimcha ma'suliyatga ega jamiyat. Aktsiyadorlik (hissadorlik) jamiyati. Shu'ba va bog'liq jamiyatlar. Davlat unitary korxonalari. Notijorat tashkilotlar. Matlubot kooperativi.

11-mavzu. Noshirlik faoliyatini boshqarishning tashkiliy strukturalari.

Noshirlik faoliyatini boshqarish strukturasining mazmuni. Noshirlik faoliyatini boshqarish organlari, boshqarish bo'g'inlari, boshqarish bosqichi. Noshirlik faoliyatini boshqarish strukturasini belgilovchi omillar. Tashkiliy tuzilmalarning turlari. Noshirlik faoliyatini tashkilotning tashkiliy tuzilmasi.

12-mavzu. Noshirlik faoliyatida axborot va kommunikatsiyalar

Noshirlik faoliyatini boshqaruvida axborotlar va kommunikatsiyalar. Noshirlik faoliyatini tashkilotlari va tashqi muhit o'rtasidagi kommunikatsiyalar. Ishlab chiqarish va boshqaruv bosqichlari ichidagi kommunikatsiyalar. Shaxslaaro kommunikatsiyalar. Rasmiy va norasmiy kommunikatsiyalar. Kommunikatsion jarayon. Kommunikatsion tarmoqlarning namunalari. Boshqaruv qarorlari.

13-mavzu. Noshirlik faoliyatida boshqaruv qarorlarini qabul qilish

Noshirlik faoliyatida boshqaruv qarorlarining mohiyati va ularga quyiladigan talablar. Noshirlik faoliyatida boshqaruv qarorlarining unsurlari. Strategik va taktik qarorlar. Sreotip va tashabbusli qarorlar. Qaror bajarilishimustidan nazorat qilish. Qarorni bajarilishini tashkil qilish. Qarorni bajarilishi ustidan nazorat qilish, faoliyat va qarorga tuzatishlar kiritish. Qarorni bajarilishi bo'yicha faoliyatni baholash.

14-mavzu. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarish

Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarishning mazmuni va mohiyati. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarishning ikki tomoni: ijtimoiy-iqtisodiy, tashkiliy-texnik tomonlarini o'zaro bog'liqligi. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarishda "ob'ekt va sub'ekt" tushunchasi. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarishda shaxsiy insoniy va moddiy ashyoviy omillar mohiyati. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarilgan mahsulot sifatini boshqarish, mahsulot sifatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar. Noshirlik faoliyatida sifat menejmenti. Noshirlik faoliyatida sifatni nazorat qilish bosqichlari

15-mavzu. Noshirlik faoliyatida mehnat jamaolari xodimlarini boshqarish

Noshirlik faoliyatida jamoa tushunchasi, turlar, shakllanish bosqichlari. Noshirlik faoliyatida mehnat jamoasi. Ta'sir o'tkazish va hukumronlik. Majbur qilishga asoslangan hukumronlik. Mukofotlashga asoslangan hukumronlik. Ekspertli hukumronlik. Namuna va xarizma hukumronligi. Qonuniy hukumronlik. Resurslarga egalik qilishga asoslangan hukumronlik.

Axborotlarni olish va ulardan foydalanishga asoslangan hukumronlik.

16-mavzu. Noshirlik faoliyatida nizolarni boshqarish.

Noshirlik faoliyatida nizolarning vazifalari. Shaxslararo nizo. Shaxs va noshirlik faoliyati guruhlar o'rtasidagi nizo. Guruhlararo nizo. Nizolarni boshqarishning tarkibiy usullari. Nizolarni hal qilishning shaxslararo usullari.

17-mavzu. Noshirlik faoliyatida menejer faoliyatini tashkil qilish

Noshirlik faoliyatida menejer tushunchasi: shaxsiy va ishga doir sifatlari, vazifalari. Noshirlik faoliyatida korxonalari menejerlarining darajalari. Noshirlik faoliyatida menejer va yetakchi. Noshirlik faoliyatida menejerning uslubi. Rahbarlik uslublarining mazmuni. Rahbarlikning demokratik uslubi. Ishga doir etika va etiket. Noshirlik faoliyatida menejerning imidji.

18-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketing va uning nazariy asoslari

Noshirlik faoliyatida marketing tushunchasi va uning mohiyati, marketing usullari. Noshirlik faoliyatida marketingning maqsad va vazifalari: mumkin bo'lgan maksimal yuqori iste'molga erishish, iste'molchilarning talabining maksimal qondirilishiga erishish, iste'molchilarga keng assortimentdagi tovarlarni tanlashiga imkoniyat yaratish, aholi turmush darajasi sifatini oshirish.

19-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketing tizimida axborot ta'minoti va undan foydalanish

Noshirlik faoliyatida marketingda axborotlarning ahamiyati va uning almashuv jarayonlari. Noshirlik faoliyatida marketing axborotlari turlari. Axborotlarni o'ziga xos belgilari. Noshirlik faoliyatida marketing axborotlarining tasniflanishi. Noshirlik faoliyatida marketing axborot tizimi va uning modeli, zamonaviy marketingning axborot tizimi elementlari. Noshirlik faoliyatida marketing axboroti manbalari.

20-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketing muhiti va kommunikatsion siyosat

Noshirlik faoliyatida marketing muhiti tushunchasi va mohiyati. Korxona marketing xizmati. Noshirlik faoliyatida muhitning doimiy o'zgarishlari. Muhitni tizimli o'rganish, alohida jarayonlarni va ularning o'zaro aloqasini kuzatish zaruriyati, noshirlik faoliyatida marketing tadqiqotlari olib borishning ahamiyati.

21-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketing faoliyatini tashkil etish usullari

Noshirlik faoliyatida marketing faoliyatini tashkil etish va uning vazifalari. Noshirlik faoliyatida marketing faoliyatini boshqarish va boshqarish jarayonlarini tarkibiy qismlari (tashkiliy, tadqiqotlar olib boruvchi va dasturiy qismlar). Noshirlik faoliyatida marketing axborotlari tizimi konsepsiyasi. Noshirlik faoliyatida marketing izlanishlari tizimi.

21-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketingda talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish

Noshirlik faoliyatida marketingda talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirishning ahamiyati. Talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish usullari mahsulotning hayotiy jarayoni bilan bog'liqligi va ularni rejalashtirish. Reklama qilish yo'llarini tanlash. Ko'rgazma va yarmarkalarda qatnashish. Maqsadga erishish yo'lida tovar belgilarini va firmaning o'ziga xos uslubini

tanlash.

21-mavzu. Bozor va kon'yunktura tadqiqotlari

Kon'yunktura tadqiqotlariga tizimli yondashuv. Kon'yunktura tadqiqotlarini axborot ta'minoti. Bozor faoliyatida dala tadqiqotlari texnologiyasi. Bozor firma tizimini o'rganish. Kon'yunktura tahlilining uslub va shakllari, uning ko'rsatkichlari. Kon'yunkturani bashorat etish.

22-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketingda tovar siyosati

Noshirlik faoliyatida tovar haqida tushuncha. Tovar markasi haqida tushuncha. Tovar assortimentini o'rganish. Bozor modifikatsiyasi. Tovar modifikatsiyasi. Noshirlik faoliyatida marketing kompleksi modifikatsiyasi.

23-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketingda tovarlarni taqsimlash usullari va narx siyosati

Noshirlik faoliyatida marketing - bu bozor talablari asosida korxona faoliyatini tashkil qilish. Bozorlarda tovarni taqsimlash asosiy ahamiyatga ega bo'lishi zarurligi. Bozorni iqtisodiy-ijtimoiy holati va shu asosida marketingda maqsadli bozorni tanlash asosida tovarlarni taqsimlash. Bozorda narx shakllanishi. Raqobat va uning turlari. Raqobatchilar tovarlari va narx tahlili. Narx shakllantirish usullarini tanlash.

24-mavzu. Noshirlik faoliyatida marketingda servisni tashkil qilish

Servis xizmat ko'rsatishning hozirgi kundagi ahamiyati. Mijozlarga kompleks xizmat ko'rsatishni tashkil etish. Servis xizmat ko'rsatish darajasini oshirish yo'llari. Servis xizmat ko'rsatish turlarini ko'paytirish.

III. Amaliy (yoki seminar yoki laboratoriya) mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar.

Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. "Noshirlik ishi menejmenti va marketingi" fanining maqsadi va vazifalari
2. Noshirlik ishi menejmenti va marketingining nazariy asoslari
3. Noshirlik ishida menejmenti va marketingiga nisbatan yondashuvlar.
4. Noshirlik ishida menejmenti va marketingi tamoillari.
5. Noshirlik ishida boshqaruv usullari.
6. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni rejalashtirish
7. Noshirlik faoliyatida resurslarni boshqarish
8. Noshirlik faoliyatida boshqaruv maqsadi va funktsiyalari
9. Noshirlik faoliyati menejmentida motivlashtirish
10. Noshirlik faoliyati bilan shug'illanuvchi tashkilotlar va ularni boshqarish
11. Noshirlik faoliyatini boshqarishning tashkiliy strukturalari.
12. Noshirlik faoliyatida axborot va kommunikatsiyalar
13. Noshirlik faoliyatida boshqaruv qarorlarini qabul qilish
14. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarish
15. Noshirlik faoliyatida mehnat jamaolari xodimlarini boshqarish
16. Noshirlik faoliyatida nizolarni boshqarish.
17. Noshirlik faoliyatida menejer faoliyatini tashkil qilish

18. Noshirlik faoliyatida marketing va uning nazariy asoslari
 19. Noshirlik faoliyatida marketing tizimida axborot ta'minoti va undan foydalanish
 20. Noshirlik faoliyatida marketing muhiti va kommunikatsion siyosat
 21. Noshirlik faoliyatida marketing faoliyatini tashkil etish usullari
 22. Noshirlik faoliyatida marketingda talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish

23. Bozor va kon'yunktura tadqiqotlari
 24. Noshirlik faoliyatida marketingda tovar siyosati

IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

2. "Noshirlik ishi menejmenti va marketingi" fanining maqsadi va vazifalari

2. Noshirlik ishi menejmenti va marketingining nazariy asoslari
 3. Noshirlik ishida menejmenti va marketingiga nisbatan yondashuvlar.
 4. Noshirlik ishida menejmenti va marketingi tamoillari.
 5. Noshirlik ishida boshqaruv usullari.
 6. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni rejalashtirish
 7. Noshirlik faoliyatida resurslarni boshqarish
 8. Noshirlik faoliyatida boshqaruv maqsadi va funktsiyalari
 9. Noshirlik faoliyati menejmentida motivlashtirish
 10. Noshirlik faoliyati bilan shug'illanuvchi tashkilotlar va ularni boshqarish

25. Noshirlik faoliyatini boshqarishning tashkiliy strukturalari.
 26. Noshirlik faoliyatida axborot va kommunikatsiyalar
 27. Noshirlik faoliyatida boshqaruv qarorlarini qabul qilish
 28. Noshirlik faoliyatida ishlab chiqarishni boshqarish
 29. Noshirlik faoliyatida mehnat jamaolari xodimlarini boshqarish
 30. Noshirlik faoliyatida nizolarni boshqarish.
 31. Noshirlik faoliyatida menejer faoliyatini tashkil qilish
 32. Noshirlik faoliyatida marketing va uning nazariy asoslari
 33. Noshirlik faoliyatida marketing tizimida axborot ta'minoti va undan foydalanish

34. Noshirlik faoliyatida marketing muhiti va kommunikatsion siyosat
 35. Noshirlik faoliyatida marketing faoliyatini tashkil etish usullari
 36. Noshirlik faoliyatida marketingda talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish

37. Bozor va kon'yunktura tadqiqotlari

38. Noshirlik faoliyatida marketingda tovar siyosati

3.

V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)

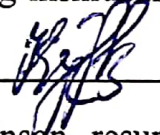
Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:

- Noshirlik ishi menejmenti va marketingining nazariy va amaliy asoslari; bozor iqtisodiyotining qonunlari va tamoyillari; xorijiy mamlakatlar tajribasi; bozor iqtisodiyoti sharoitida noshirlik ishi menejmenti

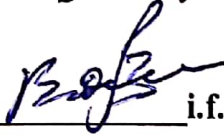
	va marketingining metodologik asoslari haqida <i>tasavvurga ega bo'lishi</i>; • fan-texnika taraqqiyoti yutuqlariga xozir javoblik bilan o'zlashtira olishi; noshirlik ishi menejmenti va marketingining ishlab chiqarish tashkil etish; tovar siyosatini tanlash, shakllantirish va yuritish; bozor mexanizmi elementlarini aniqtash va ularni tahlil qilish, ishlab chiqarishga taaluqli amaliy o'yinlarni o'tkazish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; • xaridorbop maxsulot turlari va miqdorini aniqlash; ishlab chiqarish sarf-xarajatlari xisoblash; noshirlik faoliyatida ishlab chiqarish menejmentini tashkil etishni <i>bilishi va ulardan foydalana olishi</i>. • usullarini <i>bilishi va ulardan foydalana olishi</i>.
4.	VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • interfaol keys-stadilar; • aqliy hujum metodi; • insert texnikasi; • muammoli masala va vaziyatlar metodi; • klaster; • konseptual jadval; • venn diagrammasi; • baliq skeleti chizmasi; • nilufar guli chizmasi;
5.	VII. Kreditni olish uchun talablar: Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'liq o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat ishini topshirish
6.	Asosiy adabiyotlar: 1. Gary Armstrong. Philip Kotler. Michael Marker. Marketing in introduction. England, 2016, paperback: 720 pages, Pearson. 2. Philip Kotler. Kavin Lane Ketler. Marketing Management. Pearson Education, Inc. publishing as Prestige Hall, USA, 2012y. 3. Soliev A., Buzrukxonov S. Marketing. Bozorshknoqlik. Darslik.- T.: Iqtisod-Moliya, 2010.-424 b. 4. Ergashxodjaeva SH.Dj., Qosimova M.S., YUsupov M.A. Marketing. Darslik.- T.TDIU, 2011. – 202b. 5. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник. – СПб.: Питер, 2009. – 736 с. 6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2010. – 497 с. 7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2010. – 497 с.

	Qo'shimcha adabiyotlar: 1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi, PF-4947-sonli Farmoni Axborot manbalari (saytlar): 2. www.gov.uz 3. www.lex.uz 4. www.economist.com 5. www.worldeconomies.com 6. www.tradingeconomics.com 7. www.stplan.ru 8. www.catback.ru
7.	Fan dasturi Samarqand davlat universiteti O'quv-uslubiy kengashining 2020 yil 11 iyuldagi 10-son bayonnomasi bilan ma'qullangan.
8.	Fan/modul uchun mas'ullar: S.Q.Qurbonov – SamDU, "Inson resurslarini boshqarish" kafedrasida assistenti
9.	Taqrizchilar: B.Boboqulov – SamDU, "Tarmoq iqtisodiyoti" kafedrasida dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi (ichki) A.Bektemirov – SamISI, "Bank ishi" kafedrasida mudiri, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (tashqi)

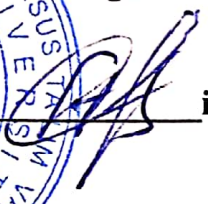
Mazkur dastur "Inson resurslarini boshqarish" kafedrasining 2021 yil 26 avgustdagi № 1-sonli yig'ilishida muhokamadan o'tgan.

Kafedra mudiri  Ph.D. Sh.D.Djurakulov

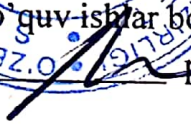
Mazkur dastur "Inson resurslarini boshqarish" fakultetining o'quv-uslubiy Kengashida muhokama etilgan va foydalanishga tavsiya qilingan (2021 yil 28-avgustdagi №1-sonli bayonnomasi).

Fakultet o'quv-uslubiy kengash raisi  i.f.n., dots. B.U. Bozorov

Mazkur dastur "Inson resurslarini boshqarish" fakultetining ilmiy Kengashida muhokama etilgan va foydalanishga tavsiya qilingan. (2021 yil 29-avgustdagi №1-sonli bayonnomasi).

Ilmiy Kengash raisi  i.f.d., prof. N.U. Arabov

"Kelishilgan"

SamDU o'quv-ishlar bo'yicha prorektor
 prof. A.S.Soleev