

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SHAROF RASHIDOV NOMIDAGI
SAMARQAND DAVLAT
UNIVERSITETI
PSIXOLOGIYA VA IJTIMOIIY-
SIYOSIY FANLAR FAKULTETI**



Ro'yxatga olindi: № <u>70-00310/03</u> 2024 yil <u>10</u> <u>03</u>	"TASDIQLAYMAN" SamDU rektori: <u>R.I. Xalmuradov</u> 2024 yil <u>03</u>
---	---



**Siyosiy menejment
FAN DASTURI**

Bilim sohasi:	300 000 – Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot
Ta'lim sohasi:	310 000 – Ijtimoiy va xulq atvorga mansub fanlar
Ta'lim yo'nalishi:	60310100- Siyosatshunoslik

Mazkur fan dasturi xalqaro tan olingan reytinglarda birinchi 300 talik ro'yxatga kiruvchi George Washington University, Washington D.C., 32 (75.8) ta'lim dasturi asosida tayyorlandi.

<https://gspm.gwu.edu/sites/g/files/zaxdzs5061/files/downloads/PMGT%206401.010%20Fundamentals%20of%20Political%20Mgt%20-%20Cornfield.pdf>

Samarqand 2024

Fan/modul kodi		O'quv yili	Semestr	ECTS – Kreditlar	
SIM1306		2025-2026	3	6	
Fan/modul turi		Ta'lim tili		Haftadagi dars soatlari	
Majburiy fan		O'zbek		4 soat	
1.	Fan nomi	Auditoria mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami:	
	Siyosiy menejment	78	102	180	
II Fanning maqsadi (FM)					
2	Fanni o'qitishdan maqsad –talabalarning siyosiy menejment sohasidagi ilmiy-nazariy bilim va ko'nikmalarini oshirish, siyosiy jarayonlarni to'g'ri baholash, tahlil qilish va rivojlantirish bo'yicha bilimlarga ega bo'lish, siyosiy menejmentga xos asosiy tushunchalar, kategoriyalarni, siyosiy menejmentning va tamoyillarini o'rgatish hamda ularni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.				
	Fanning vazifasi - siyosiy menejment tizimi va jarayonlariga xos nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, uslubiy yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashni shakllantirish, davlat boshqaruvi shakllari, rivojlanish xususiyatlarining mazmun-mohiyatini bilish, davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyati, davlat xizmati va xizmatchisini tayyorlash borasida talabada shaxsiy munosabatni shakllantirish orqali siyosiy madaniyatini oshirish.				
Fan mazmuni					
II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)					
II.1 Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:					
Mashg'ulotlar shakli: ma'ruza (M) (38)					
M1	Siyosiy menejment faniga kirish. Siyosiy sohani tashkil etishning tizimli xususiyati. Siyosat boshqaruv obyekti va boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayoni sifatida. Siyosiy tizimlarning ishlash mexanizmi. Boshqaruv faoliyatining sub'ekt-obyekt xarakteri. Boshqarish tizimining funktsiyalari. Siyosiy menejmentni o'rganishning kontseptsiyasi va asosiy yondashuvlari. Siyosiy menejment turlari: hukumat, siyosiy tashkilotlarda boshqaruv, siyosiy kompaniyalarni boshqarish. Siyosiy menejment sub'ektlari va ob'ektlari. Keng va tor ma'noda siyosiy menejment tushunchasi. Siyosiy menejmentni o'rganishning fanlararo xususiyati. Siyosiy menejment maxsus boshqaruv turi, siyosatshunoslikning siyosiy va ma'muriy intizomi va siyosiy texnologiyalar tizimi sifatida; siyosiy jarayonlarni samarali boshqarishni ta'minlash. Siyosiy fan sohalari va siyosiy menejment o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik.				
M2	Siyosiy kompaniyani boshqarish. Turli ommaviy axborot vositalari, jumladan nutqlar, reklamalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali kompaniya xabarlarini ishlab chiqish va yetkazish. Kompaniya tadbirlari uchun fandrizing bo'yicha sa'y-harakatlarni tashkil etish va amalga oshirish. Siyosiy xabar yoki siyosiy pozitsiyani samarali yetkazadigan nutqlarni tayyorlash va yetkazish. Davlat organlari faoliyatini nazorat qilish va samarali boshqaruvni ta'minlash.				
M3	Siyosiy menejmentning turlari. Siyosiy menejmentdasaylov, referendum va saylov tizimlari. Siyosiy menejmentdaaxborotning o'rni va ta'siri. Siyosiy kompaniya tushunchasi va mohiyati. Saylovlar - siyosiy jarayonning ajralmas tarkibiy qismi sifatida. Saylov kompaniyasining tarkibiy qismlari. Saylov kompaniyasi strategiyasi va taktikasi				

M4	Fan asoschilarining saboqlari. Hokimiyat munosabatlarining tuzilishi. Zamonaviy (konstitutsiyaviy) davlatlar hokimiyatini tashkil etish tamoyili va ijtimoiy-siyosiy tizimni samarali boshqarish sharti. Siyosiy hokimiyatning ko'p o'lchovli modeli: hokimiyat vakillik organi sifatida, boshqaruv qarorlarini qabul qilish, ijtimoiy muammolarni hal qilish texnologiyasini ishlab chiqish va qabul qilishda ishtirok etish. Kuch va ta'sir ijtimoiy aloqaning o'ziga xos mexanizmi va boshqaruv funktsiyalari majmui sifatida. Legitimlik tushunchasi va siyosiy hokimiyatni qonuniylashtirish usullari.
M5	Kompaniya siyosati biznes sifatida. Jeyms Karvil va Karl Rov kabi dastlabki siyosiy strateglarning aniq strategiya va qarashlarga ega bo'lish muhimligi haqidagi qarashlari. Franklin D. Ruzvelt va uning kompaniya menejeri Lui MakHenri Xau kabi shaxslar tomonidan olib borilgan kompaniyalar. Zamonaviy siyosiy kompaniyalar. Maykl Blumberg qarashlari. Richard Niksonning siyosatdagi brending tushunchasi. Jon F. Kennedining innovatsiya va moslashuvchanlik haqidagi qarashlari.
M6	Strategik siyosiy aloqa. Siyosiy kompaniya tushunchasi siyosiy-ma'muriy munosabatlarning bir turi sifatida, muayyan boshqaruv tashkiloti, siyosiy boshqaruv faoliyatining predmet sohasi. Siyosiy kompaniyaning siyosiy boshqaruv loyihasi sifatidagi o'ziga xosligi. Siyosiy kompaniya turlari. Tashabbuschilar, tashkilotchilar va ishtirokchi siyosiy kompaniyalar. Siyosiy kompaniyaning sub'ektlari va ob'ektlari. Siyosiy kompaniyalarda sub'ekt-obyekt boshqaruv munosabatlarining o'ziga xos xususiyatlari. Siyosiy kompaniya o'tkazishmamlakatning siyosiy madaniyatini belgilovchi omil sifatida, siyosatdagi boshqaruv munosabatlarining raqobat muhiti, siyosiy subyektlarning resurs imkoniyatlari boshqaruv munosabatlari, siyosiy kompaniyalarning tashqi muhitining asosiy omillari. Yangi O'zbekistonda siyosiy kompaniyalarni tashkil etish va o'tkazish xususiyatlari.
M7	Raqamli siyosat. Strategik siyosiy muloqot. Demografik, qiziqishlar va siyosiy imtiyozlar asosida auditoriyani aniqlash va segmentlash. Maqsadlar, asosiy xabarlar, taktikalar va vaqt jadvallarini ko'rsatadigan keng qamrovli aloqa rejasini ishlab chiqish. Turli auditoriyalarga kirish va ular bilan muloqot qilish uchun Facebook, Twitter, Meta, Instagram kabi platformalardan foydalanish. Google Ads va Facebook Ads kabi platformalar orqali onlayn reklamalarni yaratish va joylashtirish. Onlayn forumlar, tele-debatlar, ijtimoiy media sharhlari va jonli savol-javob sessiyalari orqali saylovchilar bilan bevosita muloqot qilish.
M8	Siyosiy kompaniyalarda media-texnologiyalar va internet texnologiyalari OAV jamiyat bilan aloqa kanali sifatida. Ommaviy axborot vositalari bilan ishlash texnologiyalari. Matbuot xizmati siyosiy kompaniyadagi faoliyati. Internet makoni. Siyosiy kompaniyalarda internet texnologiyalari
M9	Siyosiy kompaniyalardagi ommaviy tadbirlar. Ommaviy tadbirlarning turlari va funktsiyalari, Ommaviy xulq-atvor psixologiyasi, Ommaviy tadbirlarni tashkil etishning asosiy tamoyillari. Mitinglar va ommaviy yurishlarni tashkil qilish texnologiyalari. Siyosiy kompaniyalarda flesh-mob
M10	Tadqiqot shablonlari. Siyosiy kompaniya loyihasi kontseptsiyasi. Siyosiy kompaniya loyihalari turlari. Siyosiy kompaniyalar uchun loyihalarni tayyorlash texnologiyasi. Siyosiy kompaniya loyihasi - uni tashkil etish va o'tkazish bo'yicha taklif qilingan kontseptsiya va uning rivojlanishining dastlabki prognozi. Loyihaning tuzilishi va mazmuniga siyosiy kompaniya turining ta'siri. Siyosiy kompaniya loyihasining asosiy bo'limlari va mazmuni.

	Siyosiy-ma'muriy munosabatlar ob'ektlarining dastlabki diagnostikasi. Ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish tizimi. Siyosiy kampaniyaning muammoli maydonini, raqobat muhitini, resurslarga bo'lgan ehtiyojni tahlil qilish va tavsiflashning empirik asosi, siyosiy va boshqaruv maqsadlariga erishish uchun strategiya va taktikaning mumkin bo'lgan modelini tanlash, taklif etilayotgan texnologiyalar va boshqaruv usullarini tanlash. Siyosiy kampaniya loyihasiga qo'yiladigan talablar uning asosiy xulosa va tavsiyalarining asosligi. Tadqiqot muammosi yoki savoli. Mavzuga oid mavjud tadqiqotlarga umumiy nuqtai-nazar. Ma'lumot to'plash usullari (so'rovlar, suhbatlar, eksperimentlar). Ma'lumotlarni taqdim etish (jadvallar, diagrammalar, grafiklar). Kelajakdagi tadqiqotlar uchun tavsiyalar.
M11	Strategik xabarlar, narrativlar va argumentatsiya. Strategik xabarlar. Maqsadni belgilash. Samaradorlikni oshirish uchun fikr-mulohaza va ishlash ko'rsatkichlari. Siyosiy auditoriyalar bilan bog'lanish uchun hissiy elementlardan foydalanish.
M12	Tashviqot kampaniyalari va davlat masalalari. Siyosiy uchrashuvlar va jalb qilinish. Targ'ibot kampaniyalari. Maqsadli auditoriyani aniqlash. Strategiyalarni ishlab chiqish. Kampaniya maqsadlarini ilgari surishda yordam bera oladigan ko'ngillilar, faollar va ittifoqchilar tarmog'ini yaratish. Siyosiy qarorlar qabul qilish uchun ma'lumotlarni to'plash va ma'lumotlarni tahlil qilish. Davlat dasturlari, qoidalar va tashabbuslar orqali siyosatni amalga oshirish. Shaffoflik va tezkorlikni oshirish uchun qarorlar qabul qilish jarayonida jamoatchilik ishtiroki va fikr-mulohazalariga ko'maklashish.
M13	Saylov tashviqotlari va jamoat tashkilotlari. Saylov tashviqotlari. Keng qamrovli kampaniya strategiyasini yaratish. Televideniye, radio, ijtimoiy media, bosma ommaviy axborot vositalari va ommaviy tadbirlar kabi samarali aloqa kanallarini yaratish. Saylovchilarning asosiy demografiyasi va mintaqalarini aniqlash uchun ma'lumotlar tahlilidan foydalanish. Xizmatlar, targ'ibot dasturlari va jamoatchilik maslahatlari orqali fuqarolar bilan muloqot qilish.
M14	Siyosiy frustratsiyani boshqarish. Demokratiya uchun kampaniyalar. Siyosiy frustratsiyani boshqarish. Frustratsiya manbalarini aniqlash. Siyosiy frustratsiyani bartaraf etish strategiyalari. Turli siyosiy qarashlarga ega bo'lgan shaxslar o'rtasida ochiq va o'zaro hurmatga asoslangan muloqot uchun forumlar yaratish. Demokratik huquq va majburiyatlar haqidagi ma'lumotlarni tarqatish uchun ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy platformalardan foydalanish.
M15	Siyosiy lobbichilik Lobbichilikning mohiyati. Lobbichilik siyosiy boshqaruv vositasi sifatida. Lobbi faoliyatining tuzilishi. Demokratiya sharoitida lobbizmning ijobiy va salbiy jihatlari kengroq e'tibor qaratish, siyosiy institut sifatidagi faoliyatining ta'minlanishi uchun quyidagi jihatlari targ'ib etilishi lozim; jamiyatdagi ijtimoiy differensiyalashuvning kengayishi, shuningdek, turfa ijtimoiy qatlamlarning vujudga kelishi munosabati tufayli manfaatlarining turfaligini hisobga olish lozimligi.
M16	Muzokaralarga kirish. Simulyatsiya qilingan sammit. "Siyosiy maslahat" va "siyosiy maslahatchi" tushunchalari. Siyosiy maslahat sohalari va turlari. Har xil turdagi siyosiy kampaniyalarda siyosiy maslahatning xususiyatlari. "Siyosiy mahsulot"larning shakllari va maslahat berish. Siyosiy maslahatchilarning vazifalari. Siyosiy maslahatchilarga qo'yiladigan talablar. Tanlash tamoyillari va siyosiy maslahatchilar faoliyatini baholash mezonlari.
M17	Malakali siyosatchilar tajribasi. Siyosatchilarning yangi ishlanmalar va ilg'or tajribalardan xabardor bo'lishlarida seminarlar va trening dasturlarining o'rni. Siyosat sohalari va qonunchilik tartib-

	qoidalar bo'yicha tajribani rivojlantirishga yordam berish mexanizmlari. Jamoatchilik fikrini boshqarish va asosiy xabarlar tarqatishda OAV bilan aloqalar va omma oldida chiqishlarning ahamiyati. Ekzit-pol. Cherchil va N.Mandelaningsiyosiyadolat va tenglik haqidagi fikrlari. A.Merkelning siyosiy tajribasi. Obamaning siyosiy qarashlari. Sinzo Abening siyosiy fikrlari. Sh.Mirziyoyevning siyosiy portreti.
M18	Saylov kompaniyalarini o'tkazishning umumiy tavsifi va texnologiyalari "Saylov" tushunchasi va uning asosiy tamoyillari, tizimlari. "Saylov kampaniyasi" tushunchasi va tasnifi. Saylov kampaniyasida rasmiy "o'yin qoidalarini" ni baholashda huquqiy me'yorlar va madaniy an'analarni hisobga olish. Siyosiy raqiblarga arshi saylov oldi kurash taktikasi. Saylov kampaniyalarining strategiyasi va taktikasi, resurslari, yo'nalishlari va bosqichlari. Saylov kampaniyasini analitik qo'llab-quvvatlash. Saylov kampaniyasi texnologiyalari. Ommaviy axborot vositalari bilan muloqot va targ'ibot ishlari. "Siyosiy reklama" tushunchasi. Siyosiy reklamaning ijtimoiy tabiati
M19	Siyosiy qarorlarni qabul qilishda xolislik tamoyilining mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari Qaror muqobil variantni oqilona tanlash va siyosiy harakatning ideal modeli sifatida. Siyosiy qarorlarning o'ziga xosligi va turlari. Davlat va jamoat tashkilotlarida qaror qabul qilish xususiyatlari. Siyosiy qarorlar qabul qilish sikllari va asosiy bosqichlari. Qaror qabul qilishning asosiy turlari: individual, guruhli, ommaviy. Qaror qabul qilishning ratsional- universal usuli, tarmoq usuli va aralash-skanerlash usuli. Siyosiy qaror lobbizm obyekti sifatida. Bosim guruhlarining turlari.
III. Mashg'ulotlar shakli: Seminar mashg'uloti 3-semestr. Siyosiy menejment. (40)	
S1	Siyosiy menejment faniga kirish.
S2	Asoschilarning saboqlari. Kampaniya siyosati biznes sifatida.
S3	Raqamli siyosat.
S4	Tadqiqot shablonlari.
S5	Strategik xabarlar, narrativlar va argumentatsiya.
S6	Tashviqot kampaniyalari va davlat masalalari. Siyosiy uchrashuvlar va jalb qilinish.
S7	Saylov tashviqotlari va jamoat tashkilotlari.
S8	Siyosiy frustratsiyani boshqarish.
S9	Muzokaralarga kirish. Simulyatsiya qilingan sammit.
S10	Malakali siyosatchilar tajribasi.
S11	Siyosiy lobbichilik
S12	Demokratiya uchun kampaniyalar.
S13	Saylov tashviqotlari va jamoat tashkilotlari.
S14	Tashviqot kampaniyalari va davlat masalalari. Siyosiy uchrashuvlar va jalb qilinish.
S15	Siyosiy kampaniyalardagi ommaviy tadbirlar.
S16	Siyosiy kampaniyalarda media-texnologiyalar va internet texnologiyalari

S17	Strategik siyosiy aloqa.
S18	Saylov kompaniyalarini o'tkazishning umumiy tavsifi va texnologiyalari
S19	Siyosiy qarorlarni qabul qilishda xolislik tamoyilining mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari
S20	Yangi O'zbekistonda Siyosiy kompaniyalarini tashkil etish strategiyasi va texnologiyalari

Mustaqil ta'limni bajarish bo'yicha talablar:
“Siyosiy menejment” fani bo'yicha mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular
vamustaqil ishlarning kalendar tematik rejasi

№	Mavzu nomi
1.	Siyosiy menejment faniga kirish.
2.	Siyosiy kompaniyani boshqarish.
3.	Turli ommaviy axborot vositalari, jumladan nutqlar, reklamalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali kompaniya xabarlarini ishlab chiqish va yetkazish. Kompaniya tadbirlari uchun fandrizing bo'yicha sa'y-harakatlarni tashkil etish va amalga oshirish.
4.	Siyosiy xabar yoki siyosiy pozitsiyani samarali yetkazadigan nutqlarni tayyorlash va yetkazish.
5.	Davlat organlari faoliyatini nazorat qilish va samarali boshqaruvni ta'minlash.
6.	Fan asoschilarining saboqlari. Kompaniya siyosati biznes sifatida.
7.	Jeyms Karvil va Karl Rov kabi dastlabki siyosiy strateglarning aniq strategiya va qarashlarga ega bo'lish muhimligi haqidagi qarashlari.
8.	Franklin D. Ruzvelt va uning kompaniya menejeri Lui MakHenri Xau kabi shaxslar tomonidan olib borilgan kompaniyalar.
9.	Zamonaviy siyosiy kompaniyalar. Maykl Blumberg qarashlari. Richard Niksonning siyosatdagi brending tushunchasi.
10.	Jon F. Kennedining innovatsiya va moslashuvchanlik haqidagi qarashlari.
11.	Strategik siyosiy aloqa. Raqamli siyosat.
12.	Strategik siyosiy muloqot. Demografik, qiziqishlar va siyosiy imtiyozlar asosida auditoriyani aniqlash va segmentlash.
13.	Maqsadlar, asosiy xabarlar, taktikalar va vaqt jadvallarini ko'rsatadigan keng qamrovli aloqa rejasini ishlab chiqish. Turli auditoriyalarga kirish va ular bilan muloqot qilish uchun
14.	Facebook, Twitter, Meta, Instagram kabi platformalardan foydalanish. Google Ads va Facebook Ads kabi platformalar orqali onlayn reklamalarni yaratish va joylashtirish.
15.	Onlayn forumlar, tele-debatlar, ijtimoiy media sharhlari va jonli savol-javob sessiyalari orqali saylovchilar bilan bevosita muloqot qilish.
16.	Tadqiqot shablonlari.
17.	Tadqiqot muammosi yoki savoli. Mavzuga oid mavjud tadqiqotlarga umumiy nuqtai-nazar.
18.	Ma'lumot to'plash usullari (so'rovlar, suhbatlar, eksperimentlar).
19.	Ma'lumotlarni taqdim etish (jadvallar, diagrammalar, grafiklar).
20.	Kelajakdagi tadqiqotlar uchun tavsiyalar.
21.	Strategik xabarlar, narrativlar va argumentatsiya.

22.	Strategik xabarlar. Maqsadni belgilash.
23.	Samaradorlikni oshirish uchun fikr-mulohaza va ishlash ko'rsatkichlari.
24.	Siyosiy auditoriyalar bilan bog'lanish uchun hissiy elementlardan foydalanish.
25.	Tashviqot kompaniyalari va davlat masalalari. Siyosiy uchrashuvlar va jalb qilinish.
26.	Targ'ibot kompaniyalari. Maqsadli auditoriyani aniqlash. Strategiyalarni ishlab chiqish.
27.	Kompaniya maqsadlarini ilgari surishda yordam bera oladigan ko'ngillilar, faollar va ittifoqchilar tarmog'ini yaratish.
28.	Siyosiy qarorlar qabul qilish uchun ma'lumotlarni to'plash va ma'lumotlarni tahlil qilish.
29.	Davlat dasturlari, qoidalar va tashabbuslar orqali siyosatni amalga oshirish.
30.	Shaffoflik va tezkorlikni oshirish uchun qarorlar qabul qilish jarayonida jamoatchilik ishtiroki va fikr-mulohazalariga ko'maklashish.
31.	Saylov tashviqotlari va jamoat tashkilotlari.
32.	Saylov tashviqotlari. Keng qamrovli kompaniya strategiyasini yaratish.
33.	Televideniye, radio, ijtimoiy media, bosma ommaviy axborot vositalari va ommaviy tadbirlar kabi samarali aloqa kanallarini yaratish.
34.	Saylovchilarning asosiy demografiyasi va mintaqalarini aniqlash uchun ma'lumotlar tahlilidan foydalanish.
35.	Xizmatlar, targ'ibot dasturlari va jamoatchilik maslahatlari orqali fuqarolar bilan muloqot qilish.
36.	Siyosiy frustratsiyani boshqarish. Demokratiya uchun kompaniyalar.
37.	Siyosiy frustratsiyani boshqarish. Frustratsiya manbalarini aniqlash.
38.	Siyosiy frustratsiyani bartaraf etish strategiyalari.
39.	Turli siyosiy qarashlarga ega bo'lgan shaxslar o'rtasida ochiq va o'zaro hurmatga asoslangan muloqot uchun forumlar yaratish. Turli siyosiy qarashlarga ega bo'lgan shaxslar o'rtasida ochiq va o'zaro hurmatga asoslangan muloqot uchun forumlar yaratish.
40.	Demokratik huquq va majburiyatlar haqidagi ma'lumotlarni tarqatish uchun ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy platformalardan foydalanish.
41.	Muzokaralarga kirish. Simulyatsiya qilingan sammit.
42.	Muzokaralar jarayonida pozitsiyalarni aniqlashtirish va o'zaro munosabatlarni o'rnatish.
43.	Asosiy ishtirokchilarni va ularning qiziqishlari, tashvishlari va afzalliklarini aniqlash.
44.	Muzokaralarni yaxshilash va murakkab ma'lumotlarni yanada qulayroq qilish uchun diagrammalar, grafiklar va slaydlar kabi vizual vositalardan foydalanish.
45.	Iqlim o'zgarishi bo'yicha kelishuv bo'yicha muzokara olib borayotgan davlatlar o'rtasida simulyatsiya qilingan sammit.
46.	Emissiyani qisqartirish maqsadlari, moliyalashtirish mexanizmlari va texnologiyalar transferi bo'yicha konsensus va kompromisga erishish.
47.	Malakali siyosatchilar tajribasi.
48.	Siyosatchilarning yangi ishlamalar va ilg'or tajribalardan xabardor bo'lishlarida seminarlar va trening dasturlarining o'rni.
49.	Siyosat sohalari va qonunchilik tartib-qoidalar bo'yicha tajribani rivojlantirishga yordam berish mexanizmlari.
50.	Jamoatchilik fikrini boshqarish va asosiy xabarlarini tarqatishda OAV bilan aloqalar va omma oldida chiqishlarning ahamiyati. Cherchil va N.Mandelaning siyosiy adolat va tenglik haqidagi fikrlari.
51.	A.Merkelning siyosiy tajribasi.
52.	Obamaning siyosiy qarashlari. Sinzo Abening siyosiy fikrlari.
53.	Sh.Mirziyoyevning siyosiy portreti.

“Siyosiy menejment” fani bo'yicha mustaqil ta'lim mavzulari uning mazmunini yoritish maqsadida tanlangan va talabada shu haqida bilim ko'nikmasini shakllantirish nazarda tutilgan. siyosiy madaniyat, mafkura va antropologiyaning mazmuni, mohiyati, tasnifi, uning rivojlanishi, nazariyalari bir-biri bilan bog'liq jihatlari to'g'risida tasavvurga ega bo'lishi; siyosiy madaniyatning xulq-atvor jihati: shakllari va stereotiplar, siyosiy mafkura hokimiyat munosabatlarini aks ettiruvchi omil ekanligini, liberalizm va neoliberalizm, konservatizm va neokonservatizm, sotsial demokratiyaga doir xususiyatlarni bilishi va ulardan foydalana olishi; rivojlangan mamlakatlar siyosiy madaniyati, mafkurasini siyosiy tahlil qila oladi, hokimiyat va davlatning kelib chiqishi, antropologiyasi haqidagi bilimlar asosida mushohada yuritish olish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak. Ushbu mavzu haqida keyingi tadqiqotlar olib borgan ekspeditsiya faoliyati ham keng ma'lumotlar berib ular haqida ham o'quvchilar bilim ko'nikmasiga ega bo'ladi. Shu mazmunda MT da nazarda tutilgan mavzular haqida talabalar ish olib borishadi. Barcha keltirilgan mavzularni har biri to'g'risida talabalar qay tarzda o'zlashtirish, bilim ko'nikmasiga ega bo'lish mexanizmi fanning sillabusida ochib beriladi.

3.	V. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar) Fanni o'zlashtirish natijasida talaba: - “Siyosiy menejment” fanidan talabalar, ushbu davrda tarixiy tadqiqotlar ko'lamini, davrning o'z dolzarb muammosini tadqiqotlarning metodologik asoslari haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; - Talaba “Siyosiy menejment” fanining alohida fan sifatida mavqeyiga ega bo'lishi, o'rganilayotgan davr va bugungi kun tarix fanining dolzarb muammolarini to'g'ri talqin qilish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak</i>. - Talaba o'zlashtirayotgan fan bo'yicha egallagan bilimlarini tahlil qilish to'plangan tarixiy tajribani ilmiy va pedagogik amaliyotda samarali qo'llash <i>malakalariga ega bo'lishi kerak</i>.
4.	VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • interfaol keys-stadilar; • munozara, • o'z-o'zini nazorat. • “Aqliy hujum”; • “Muammo”; • Krossvord • Annogrammalar • Ko'chma dars mashg'ulotlari
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 nazorat shakllari, hamda mustaqil ta'limda berilgan vazifa topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat ishini topshirish

Asosiy adabiyotlar	
A1.	Jumayev R.Z. va boshq. Siyosiy tahlil. O'quv qo'llanma. -T.: TDSHU, 2020 -148b. Jumayev R.Z., Yovqochev Sh. Siyosiy texnologiyalar. - T.: TDSHU, 2018. 232 b. Qirg'izboyev M. Siyosatshunoslik. O'quv qo'llanma. ADU. -T., Yangi asr avlodi, 2013. Shirinov A.Q. Davlat boshqaruvi asoslari. -T.: Lesson press, 2023. 354 b.

Tavsiya qilinadigan qo'shimcha adabiyotlar	
Q1.	O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. - T.: O'zbekiston, 2020.
Q2.	Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - T.: “O'zbekiston”, 2017. - 488 b.
Q3.	Mirziyoyev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild. -T.: “O'zbekiston”, 2017. - 592 b.
Q4.	Mirziyoyev Sh.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. T.: “O'zbekiston”, 2018. - 508 b.
Q5.	Mirziyoyev Sh.M. Niyati ulug' xalqining ishi ham ulug', hayoti yorug' va kelajagi farovon bo'ladi. 3-jild. -T.: “O'zbekiston”, 2019. - 400 b.
Q6.	Mirziyoyev Sh.M. Milliy tiklanishdan - milliy yuksalish sari. 4-jild - T.: “O'zbekiston”, 2020. - 452 b.
Q7.	Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston Strategiyasi. - T.: “O'zbekiston”, 2021.
Q8.	Utamuradov A.va boshq. Fuqarolik jamiyati (O'quv qo'llanma) — T.: “Mumtoz so'z”, 2018.
Axborot manbalari:	
A1	www.prezident.uz O'zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti
A2	www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali.
A3	www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
A4	www.ziynet.uz - Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi Ta'lim portali
8.	Fan dasturi Samarqand davlat universiteti O'quv uslubiy Kengashining 2024 yil “_” dagi 1-son bayonnomasi bilan ma'qullangan.
9.	Fan/modul uchun mas'ul: Raximova M. – Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti, Psixologiya va ijtimoiy siyosiy fanlar fakulteti, “Falsafa va milliy g'oya” kafedrasida dotsenti
10.	Taqrizchilar: - Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti, Psixologiya va ijtimoiy siyosiy fanlar fakulteti, “Falsafa va milliy g'oya” kafedrasida dotsenti (ichki) J.Taniqulov Samarqand davlat chet tillar institute Gumanitar fanlar va axborot texnologiyalari kafedrasida professor v.b. (DSc) Ya.O.Xoloqov

Universitetning 2024-yil 16- avgustdagi 301-ij buyrug'i asosida
Fan dasturlari va mustaqil ta'lim topshiriqlarini ishlab chiqishga ma'sul ishchi guruhi:

Rais – M.Normamatova

Falsafa va milliy g'oya
kafedra mudiri

prof. A.Samadov

Psixologiya va Ijtimoiy-siyosiy fanlar
fakulteti dekani

prof. A.Q. Aymatov

SamDU o'quv ishlari
bo'yicha prorektor

prof. A.Soleev

Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti, Psixologiya va ijtimoiy siyosiy fanlar fakulteti, "Falsafa va milliy g'oya" kafedrasining "Siyosiy menejment" faniga tayyorlangan fan dasturiga

TAQRIZ

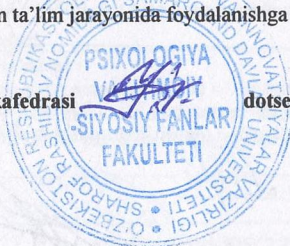
"Siyosiy menejment" fan dasturida talabalar ongida hozirgi rivojlanayotgan siyosat, unga doir asosiy konsepsiyalar sharhi orqali ochib berilgan. Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarning siyosiy menejment sohasidagi ilmiy-nazariy bilim va ko'nikmalarini oshirish, siyosiy jarayonlarni to'g'ri baholash, tahlil qilish va rivojlantirish bo'yicha bilimlarga ega bo'lish, siyosiy menejmentga xos asosiy tushunchalar, kategoriyalarni, siyosiy menejmentning va tamoyillarini o'rgatish hamda ularni amaliyotda tatbiq etish ko'nikmasini hosil qilishdan iborat.

Fan dasturida fanning vazifasi siyosiy menejment tizimi va jarayonlariga xos nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, uslubiy yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashni shakllantirish, davlat boshqaruvi shakllari, rivojlanish xususiyatlarining mazmun-mohiyatini bilish, davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyati, davlat xizmati va xizmatchisini tayyorlash borasida talabada shaxsiy munosabatni shakllantirish orqali siyosiy madaniyatini oshirish. Talabalarning istiqbolda davlat va siyosat sohalarida tadqiqotlarni rivojlantirish va umumjahon siyosiy tamoyillarini baholay olish qobiliyatini egallashi uchun jahon siyosiy ta'limotini rivojlanishiga hissa qo'shgan mutafakkirlarning vakillari tomonidan ishlab chiqilgan siyosatga oid nazariyalarni mustaqil ravishda tahlil etish ko'nikmalarini shakllantirish; talabalarni fanni rivojlantirishga oid tahlil qilish va tizimli yondashuvga o'rgatish. tafakkur tarzining ko'rinishlari, ularning dolzarb muammolari va ilmiy tafakkur tarzining mohiyati xususida chuqur bilim olish, hamda ularda o'z-o'zini anglash va to'g'ri fikrlash mahorati, ko'nikma va malakalarini shakllantirishdan iborat. Yaratilgan fan dasturi oliy ta'lim tizimida bakalavr bosqichi talabalari uchun o'tilgan "Siyosiy menejment" fanining mazmuni va o'tilishi tartibini, talabalar tomonidan o'zlashtirilishi lozim bo'lgan bilim hamda ko'nikmalar hajmini belgilab beradigan rasmiy pedagogik hujjat hisoblanadi.

"Siyosiy menejment" fanidan tayyorlangan fan dasturi mazmunan va tuzilishi jihatidan OTM fan dasturlariga qo'yilgan talablarga javob beradi deb hisoblayman va uni barcha ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun ta'lim jarayonida foydalanishga tavsiya etaman.

"Falsafa va milliy g'oya" kafedrası

dotsenti J.Taniqulov



Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti, Psixologiya va ijtimoiy siyosiy fanlar fakulteti, "Falsafa va milliy g'oya" kafedrasining "Siyosiy menejment" faniga tayyorlangan fan dasturiga

TAQRIZ

"Siyosiy menejment" fan dasturida talabalarda qadimgi dunyodan hozirgi davrgacha evolyusiyaviy tarzda rivojlanayotgan siyosat, unga doir asosiy konsepsiyalar bilan tanishtirish ochib berilgan.

Fan dasturida fanning vazifasi - siyosiy menejment tizimi va jarayonlariga xos nazariy bilimlar, amaliy ko'nikmalar, uslubiy yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashni shakllantirish, davlat boshqaruvi shakllari, rivojlanish xususiyatlarining mazmun-mohiyatini bilish, davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyati, davlat xizmati va xizmatchisini tayyorlash borasida talabada shaxsiy munosabatni shakllantirish orqali siyosiy madaniyatini oshirish, asosiy yo'nalishlari, ularning o'ziga xos xususiyatlarini ochib berilgan.

Talabalarning istiqbolda davlat va siyosat sohalarida tadqiqotlarni rivojlantirish va umumjahon siyosiy tamoyillarini baholay olish qobiliyatini egallashi uchun jahon siyosiy ta'limotini rivojlanishiga hissa qo'shgan mutafakkirlarning vakillari tomonidan ishlab chiqilgan siyosatga oid nazariyalarni mustaqil ravishda tahlil etish ko'nikmalarini shakllantirish; talabalarni fanni rivojlantirishga oid tahlil qilish va tizimli yondashuvga o'rgatish. tafakkur tarzining ko'rinishlari, ularning dolzarb muammolari va ilmiy tafakkur tarzining mohiyati xususida chuqur bilim olish, hamda ularda o'z-o'zini anglash va to'g'ri fikrlash mahorati, ko'nikma va malakalarini shakllantirishdan iborat.

"Siyosiy menejment" fanidan tayyorlangan fan dasturi mazmunan va tuzilishi jihatidan OTM fan dasturlariga qo'yilgan talablarga javob beradi deb hisoblayman va uni barcha ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun ta'lim jarayonida foydalanishga tavsiya etaman.

Samarqand davlat chet tillar instituti

Gumanitar fanlar va axborot

texnologiyalari kafedrası professor v.b.

(DSc) Ya.O.Xoliqov

