

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
CHIRCHIQ DAVLAT PEDAGOGIKA UNIVERSITETI**



**STRATEGIK MENEJMENT
O'QUV DASTURI**

Bilim sohasi:	100000 - Ta'lim
Ta'lim sohasi:	110000 - Ta'lim
Ta'lim yo'nalishi:	60411200 - Menejmenti

Chirchiq-2023

Fan/modul kodi STRMAN6		O'quv yili 2025-2026	Semestr 5	ECTS - Kreditlar 6	
Fan/modul turi Majburiy		Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 6	
1.	Fanning nomi		Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama a (soat)
	STRATEGIK MENEJMENT		90	90	180
2.	I. Fanning mazmuni Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarga bozor raqobati sharoitida korxonani boshqarish, uning raqobatbardoshligini ta'minlash usullarini o'rganishdir. Strategik menejment strategik boshqarishning strategiya ishlab chiqish g'oyasi tug'ilishidan boshlab, uni amalga oshirishgacha bo'lgan barcha muolajalarni o'rganadi. Fanning vazifasi - korxonalarni atrof-muhit o'zgarishlariga mos ravishda boshqarishni, turli vaziyatli holatlardan chiqish yo'llarini rejalashtirish, innovatsion menejmentni tashkil qilishni o'rganishdan iboratdir. II. Nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari) II. I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi: 1-mavzu. "Strategik menejment" fanining predmeti va boshqaruv jarayoni. Strategiya tushunchasi, uning mazmuni. Strategiyaning rejadan farqi. Firmani boshqarish vazifalari, ularning asosiy turlari. "Strategik menejment" fanining predmeti, vazifalari. Firma kompaniya strategiyasini ishlab chiqish bo'yicha menejerlarning vazifalari. Kompaniya missiyasi va strategik qarashlarini belgilash. Kompaniya strategiyasining asosiy savollari. Strategik boshqarish maqsadi. Maqsadlarning turlari: qisqa muddatli, uzoq muddatli, moliyaviy, strategik. Strategiyaning belgilashga ta'sir etuvchi omillar: ichki omillar, tashqi omillar. Strategiyaga aniqliklar, o'zgartirishlar kiritish. Strategiyaning baholash uchun qo'yiladigan savollar. Strategiyaning amalga oshirish bo'yicha ma'muriyatning vazifalari. Strategik boshqarishning besh vazifasi.				

Strategiyani amalga oshirishda ijrochi direktorning o'rnini. Kompaniya strategiyasini belgilashda prezidentning o'rnini va vazifalari. Vitse-prezidentlarning vazifalari. Turli darajadagi menejerlar va ularning vazifalari. Rejalashtirish bo'limi va uning vazifalari.

Kompaniyani boshqarishda direktorlar kengashining o'rnini va vazifalari. Strategik fikrlash va uning afzalliklari.

Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida strategik menejmentning ahamiyati.

2-mavzu. Strategiya yaratishning vazifalari.

Firma faoliyati yo'nalishlarini belgilash omillari. Kompaniya missiyasi, strategik ko'ra bilish, faoliyat yo'nalishini tanlash o'rtasidagi bog'liqlik.

Faoliyat yo'nalishini belgilash usullari: umumiy, batafsil. Ixtisoslashgan va diversiyalangan firmalar faoliyati doiralari. Missiyani vazifalarga aylantirish. Hal qiluvchi natijalar va ularning turlari. Reja ko'rsatkichlariga qo'yiladigan talablar. Strategik boshqarish tamoyillari.

Strategiyani ishlab chiqish uslubi: Maqsadlarga qanday erishish mumkin? Raqobatchilarni qanday engish mumkin? Firma mavqeini qanday mustahkamlash mumkin? kabi savollarning javoblari. "Qiyin, ammo bajarish mumkin" mezonini strategiyani ishlab chiqish piramidasi.

Tashkil etish strategiyasi. Strategiyaning tashkiliy darajalari. Korporativ strategiya. Ishbop strategiya. Funksional strategiya. Amaliy strategiya. Strategiya turlarining o'zaro bog'liqligi.

Strategiyani belgilovchi omillar: ahloq-odob me'yorlari, jamiyat manfaatlari, ijtimoiy manfaatlar, jamiyat talablari, tartibga soluvchi me'yorlar, aksionerlar va umumiy jamiyat manfaatlari, kompaniyaning fuqarolik mavqei.

Tarmoqning jozibadorligi va raqobat darajasi. Kompaniya yaxshi bajara oladigan ishlar. Menejerlarning biznes falsafasi.

Strategiya va ma'naviyat. Kompaniyaning ta'minotchilar oldidagi burchi. "Yaxshi fuqaro" tushunchasi.

Strategiyani ishlab chiqishga yondoshuv turlari. Bosh strategik yondoshuv. Vakolatlarni boshqalarga o'tkazish. Birgalikda kolloboratsion yondoshuv. Tashabbuskor yondoshuv. Strategiya yaratishda missiya, maqsadlar, strategiyalar birligi.

G'olib strategiya mezonlari. Muvofiq kelish darajasi. Raqobat kurashida ustunlik. Ishlarning jadallashuvi.

Strategik menejmentni jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida

ishlab chiqish.

3-mavzu. Tarmoqdagi umumiy vaziyat va undagi raqobatning tahlili

Tarmoqlar va ularning iqtisodiy tavsiflari. Tarmoqdagi raqobat va rivojlanish istiqbollari. Texnologik taraqqiyot sur'atlari. Talabning oshishi yoki pasayishi.

Tarmoqdagi umumiy vaziyat va raqobatni baholovchi savollar. Tarmoq bozorining hajmi. Raqobat miqyoslari. Bozorning o'sish sur'atlari. Raqobatchilar tarifi. Raqobatchilarning moliyaviy imkoniyatlari. Tarmoqdagi integratsion jarayon yo'nalishi. Texnologik o'zgarishlar. Tarmoqqa kirish va chiqish xususiyatlari. Tahlil natijalarini ifodalash. Maxsulot birligi tanarxiga tajriba egri chizig'ining ta'siri.

Tarmoqdagi raqobat va uning turlari. M.Porter ta'rificha bozordagi beshta raqobatchi kuchlar. Raqobatchi beshta kuch modeli.

Bozorga kirishdagi to'siqlar va ularning turlari.

Bozor vaziyatini o'zgartiruvchi kuchlar. Bozor muhitini o'rganish usullari. Delfi usuli.

Raqobatchi kuchlarning bozordagi mavqeini o'rganish. Strategik guruhlar xaritasi va uni tuzish uslubiyoti. Raqobatchilar strategiyasini aniqlash. Kelajakda tarmoqda ilg'or mavqe egallashi mumkin bo'lgan firmalarni aniqlash. Raqiblarning navbatdagi qadamini oldindan ko'ra bilish. Tajovuzkor kompaniyalarni aniqlash. Raqiblarning maqsadlari va strategiyalarini turkumlash.

Muvaffaqiyatning kalit omillari. Tarmoqdagi vaziyatni umumiy baholash.

4-mavzu. Kompaniya ahvolining tahlili

Kompaniya ahvolini tahlil qilish uslubiyoti. Tahlil uchun qo'yiladigan savollar. Tahlil vositalari: SWOT – tahlil, qadriyatlar zanjiri tahlili, xarajatlar tahlili, raqobatbardoshlik bahosi. SWOT- kuch, zaiflik, imkoniyatlar, taxdid so'zlarining yig'indisi.

Strategiyani amalga oshirish tahlili. Tahlil qilinadigan asosiy ko'rsatkichlar.

Kompaniyaning kuchli va zaif tomonlari. Kuchli va zaiflik. ularning mazmuni va ko'rsatkichlari. Kuch va zaiflikning umumiy natijalarini ifodalash.

Firma xarajatlari raqobatbardoshligini baholash. Xarajatlar darajasiga ta'sir etuvchi omillar. Raqobat kuchiining tortilmagan va

tortilgan baholari.

Qadriyatlar zanjiri. Asosiy faoliyatdagi qadriyatlar zanjiri. Yordamchi faoliyatdagi qadriyatlar zanjiri. Muvaffaqiyatning kalit omillari. Muvaffaqiyatning kalit omillari ro'yxatini tuzish tartibi.

Muammolarni aniqlash va ifodalash. Muammolarni aniqlash uchun qo'yiladigan savollar. Kompaniya avvalgi strategiyasini amalga oshira oladimi?

Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida kompaniyalar axvolini taxlili.

5-mavzu. Strategiya va raqobatchilik ustunligi

Raqobat strategiyasini belgilovchi omillar. Raqobat strategiyasining boshqa strategiyalar bilan bog'liqligi. Raqobat kurashiga yondoshuvlar. Xarajatlar bo'yicha ilg'orlik strategiyasi. Keng tabaqalashtirish strategiyasi. Optimal xarajatlar strategiyasi. Fokuslanish strategiyasi. Ifodalangan strategiya.

Raqobat ustunligiga erishish yo'llari. Xujumkor strategiya. "Mevalarning samarasini ko'rish" davri. Xujumkor strategiyaning asosiy turlari. Raqobat ustunligini himoya qilish yo'llari. Mudofaa strategiyalarining turlari. Raqobatchining zaif tomonlaridan foydalanish. Bir vaqtning o'zi da bir necha yo'nalishda xujumga o'tish. Bo'shliqlarni egallash.

Vertikal integratsiya. Vertikal integratsiya turlari. Vertikal integratsiya kamchiliklari. Vertikal integratsiyaning kuchli va zaif tomonlari. Integratsiya yo'nalishini tanlash.

"Qaldirg'och" firmaning yutuqlari va muammolari. Qaldirg'orlikda muvaffaqiyatga erishish shartlari.

6-mavzu. Marketing strategiyasini mavjud vaziyatga moslashtirish

Firma strategiyasini mavjud vaziyatga ko'niktirish. Unga ta'sir etuvchi omillar. Ichki va tashqi omillar. Tarmoq ahvolini ta'riflovchi omillar. Raqobat shartlarini tavsiflovchi omillar. Tarmoqdagi vaziyatning beshta klassik varianti. Yangi va tez o'sayotgan tarmoqlardagi raqobat. Yetuklik bosqichida bo'lgan tarmoqlardagi raqobat. Depsinish yoki tushkunlik holatida bo'lgan tarmoqlardagi raqobat. Bo'lib tashlangan tarmoqlardagi raqobat. Xalqaro bozorlardagi raqobat.

Firma ahvolining variantlari. Bozor etakchilari. Ikkinchi o'rindagi firmalar. Zaif yoki talofat ko'rgan firmalar.

Yangi tarmoq tushunchasi. Yangi tarmoq firmalar oldiga qo'yadigan muammolar. Yangi tarmoqda tavsiya etiladigan strategiyalar.

Yetuklik bosqichida bo'lgan tarmoqlarda qo'llaniladigan raqobat strategiyalari. O'sish sur'ati past bo'lgan tarmoqlarda qo'llaniladigan raqobat strategiyalari.

Bo'lib tashlangan, tarqoq tarmoqlarning belgilari. Bunday tarmoqlardagi raqobat xususiyatlari. Tarqoq tarmoqlarda qo'llaniladigan raqobat strategiyalari.

Xalqaro bozorlarga chiqish sabablari. Xalqaro operatsiyalarning xususiyatlari. Xalqaro raqobat shakllari. Global va ko'p millatli raqobat. Global raqobat kelib chiqishining shartlari. Xalqaro bozorga chiqishning istiqbollari.

Ikkinchi o'rinda bo'lgan firmalarning bozordagi mavqei. Ularning xususiyatlari. Bunday firmalar qo'llaydigan raqobat strategiyalari. Aylanma xujum strategiyasi. Himoya va mustahkamlash strategiyasi. Tezlik bilan chekinish strategiyasi. "Hosil yig'ish strategiyasi".

7-mavzu. Diversiyalashning korporativ strategiyalari

Kompaniyaning rivojlanish bosqichlari. Boshlang'ich bosqich belgilari. Geografik ekspansiya bosqichi. Mahalliy bozordan xududiy-milliy va xalqaro bozorlarga chiqish. Tor ixtisoslashish va uning qulayliklari. Tor ixtisoslashishning kamchiliklari va xatarli jihatlari. Diversiyalanishga undovchi omillar. "Bozorni o'sish sur'atlari/ raqobatchilik mavqei" matritsasi.

Diversiyalanishning maqsadi. $2+2=5$ samarasi. Diversiyalanish uchun tarmoq tanlash mezonlari. Jozibadorlik mezonlari. Kirim xarajatlari mezonlari. Qo'shimcha manfaatlar mezonlari.

Yangi tarmoqqa kirish strategiyalari. "Yutib yuborish" strategiyasi. Yangi kompaniya tuzish strategiyasi. Qo'shma korxona tuzish strategiyasi.

Turdosh tarmoqlarga diversiyalanish strategiyalari va uning avzalliklari. Turdosh tarmoqlarga diversiyalanish shartlari.

Noturdosh tarmoqlarga diversiyalanish strategiyalari. Qisqartirish va tugatish strategiyalari. Qayta tarkiblashtirish, qayta tiklash va tejamkorlik strategiyalari. Qayta tarkiblashga ehtiyoj tug'ilish holatlari.

Diversiyalanishning ko'p millatli strategiyalari. Millatlararo

kompaniyalar. Diversiyalangan millatlararo kompaniyalar.

8-mavzu. Diversiyalangan kompaniyalarning strategik tahlili

Kompaniyaning mavjud strategiyasi va faoliyatini baholash. Diversiyalanish darajasi va firma portfeli. Kompaniya faoliyatining miqyosi. Korporativ boshqaruv samaradorligi. Diversiyalangan kompaniya faoliyatini baholash. Xo'jalik faoliyati matritsasi. Matritsaning juft ko'rsatkichlari. "O'sish/ulush" matritsasi, "tarmoqning jozibadorligi/raqobat mavqei" matritsasi, tarmoqning hayotiy sikli matritsasi. Ishbop faollik portfeli matritsasi. "Murakkab bolalar", "Yulduzlar", "Sog'in sigirlar", "Itlar" kvadrantlari. Portfelning hozirgi va kelajakdagi holati matritsasi. Portfelning hayotiylik sikli matritsasi.

O'rta korxonalar evolyusiyasi matritsasi. Strategik moslik tahlili. Firmalarni investitsiya qobiliyatiga ko'ra tabaqalashtirish. Diversiyalangan korporatsiya strategiyasini aniqlash. Korporativ strategiyani ishlab chiqish. Ishchanlik faolligi mezonlari.

Tarmoq jozibadorligini baholash yo'nalishlari. Xo'jalik bo'linmalarining kompaniya biznesiga mos kelish darajasi. Kompaniya portfelining korxonalar, tarmoqlar bo'yicha tahlili. Tahlil natijalariga ko'ra tashkiliy xulosalar yasash. Kompaniya xo'jalik portfelini qayta ko'rib chiqish.

9-mavzu. Strategiyani tadbiq etish.

Funksional strategiyalar, ularning tarkibi mazmun-mohiyati, Kompaniyaning operatsion faoliyati, NIOKR sohasidagi funksional strategiya, strukturani tanlash, vizual auditoriya yaratish, strategiyani baholash va nazorat qilish.

10-mavzu. Innovatsion menejment asoslari va xorij tajribasi.

Innovatsion menejment asoslari, innovatsion menejment fanining predmeti va uslublari, innovatsion menejmentning maqsad va vazifalari, tashkil etish shakllari, innovatsiyaning klassifikatsiyasi, investitsion menejmentning mohiyati, ilmiy-konstruktorlik faoliyatini tashkil etish, xorij innovatsiyasi va innovatsion menejment tajribasi.

11-mavzu. Innovatsiya jarayoni va modeli

Korxonalarda innovatsion faoliyatining davriy dinamik o'sishi, Innovatsiya jarayonlari, vazifalari va bosqichlari, innovatsiya jarayoni modelining shakllanishi, innovatsiya faoliyatining asosiy.

12-mavzu. Tashkilotlarda innovatsion jarayonni boshqarish

Korxonalarning barqaror rivojlanishi, korxonaning raqobatbardoshligi, innovatsiya asosida rivojlanish, innovatsion jarayonlarni boshqarish strategiyasi, innovatsiya jarayonlarini samarali boshqarish, innovatsiya jarayonlarini boshqarishda tizimli yondashish.

13-mavzu. Innovatsiya faoliyatining iqtisodiy samaradorligini baholash .

Innovatsiya faoliyati iqtisodiy samaradorligini baholash, korxonalar innovatsion faoliyati iqtisodiy samaradorligini baholash ko'rsatgichlari, korxonaning innovatsion salohiyatini baholash, innovatsion jarayonlarni boshqarish samaradorligini baholash.

14-mavzu. Korxonalarda innovatsion faoliyatining tashkiliy strategiyasi.

Rivojlanishning tayanch strategiyasi, intensiv o'sish strategiyasi, integral o'sish strategiyasi, divesifikatsiyalangan o'sish strategiyasi, investitsion o'sish strategiyasi, himoyalanih strategiyasi, optimal va past harajatlar strategiyasi, korxonalarning rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish, korxona faoliyatini investitsion rejalashtirish.

15-mavzu. Innovatsion rivojlanish strategiyasi.

Innovatsion rivojlanish strategiyasini mohiyati, innovatsion strategiya va yangiliklarning hayotiy davri, innovatsion faoliyatni davlat tomonidan tartibga solish, korxona menejmenti tizimida innovatsion yondashuvni joriy etish, uzoq muddatda mo'ljallangan rivojlanish ustuvorligini kompleks prognozlash, korxonani rivojlantirishning innovatsion tahlili, innovatsion rivojlanish strategiyasining shakllanishi.

III. Seminar mashg'ulotlari bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Seminar mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. "Strategik menejment" fanining predmeti va boshqaruv jarayoni.
2. Strategiya yaratishning vazifalari
3. Tarmoqdagi umumiy vaziyat va undagi raqobatning tahlili
4. Kompaniya ahvolining tahlili
5. Strategiya va raqobatchilik ustunligi
6. Marketing strategiyasini mavjud vaziyatga moslashtirish

7. Diversiyalashning korporativ strategiyalari
8. Diversiyalangan kompaniyalarning strategik tahlili
9. Strategiyaning tadbiq etish
10. Innovatsion menejment asoslari va xorij tajribasi.
11. Innovatsiya jarayoni va modeli
12. Tashkilotlarda innovatsion jarayonni boshqarish
13. Innovatsiya faoliyatining iqtisodiy samaradorligini baholash
14. Korxonalarda innovatsion faoliyatining tashkiliy strategiyasi
15. Innovatsion rivojlanish strategiyasi
16. Innovatsion loyihalarni baholash va innovatsion jarayon
17. Tashkilotning texnologik strategiyasi
18. Tadqiqotlar dasturlari, innovatsiya ishlari dasturini shakllantirish va innovatsion loyihalarga talablar.
19. Innovatsion menejmentning ijtimoiy yo'nalishi.
20. Innovatsion loyihalar xavf-xatarini boshqarish.
21. Ilmiy va ishlab chiqarish korxonalarining nazariy va amaliy innovatsiya faoliyati.
- Korxonada marketingning roli
22. Marketing va ehtiyojni qondirilishi
23. Bozor segmentatsiyasi vositasida ehtiyojlar tahlili
24. Bozorning jalb etuvchanligi tahlili
25. Firmaning raqobatbardoshligi tahlili
26. Marketing strategiyasini tanlash
27. Yangi tovarlar ishlab chiqarish yo'li bilan rivojlanish
28. Sotish kanali bo'yicha strategik qarorlar
29. Narxni tashkil etish bo'yicha strategik qarorlar
30. Kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar

Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'limni baholash – bu talabalarning jamoaviy tartibda va yakka tartibda berilgan loyihalarni bajarishlari orqali amalga oshiriladi. Bunda har bir talabaga bitta jamoaviy loyiha va ikkita yakka tartibda bajariladigan loyiha beriladi. Talaba berilgan loyihaning maqsad va vazifalarini, mohiyatini tushungan holda qo'yilgan masalani o'rganib, izlanishlar olib boradi. Olingan natijalarni tahlil qilib, hulosalari bilan taqdimotlar tayyorlab himoya qiladi. Ishchi fan dasturida loyihalarning soni, mavzusi, mazmuni bajarish usullari va topshirish muddatlari to'liq ochib beriladi.

	Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular: 1. "Kompaniyada marketingni roli. 2. Strategik va operatsion marketing jarayonlari. 3. Tovarning hayotiylik davri 4. Bozor kon'yunkturasini tahlil qilish. 5. Bozorning jalb etuvchanligi tahlili. 6. A. Maslou, Z. Freyd va boshqa olimlarning inson ehtiyojlari tipologiyasi. 7. Tovar assortimentini shakllantirish. 8. O'sish strategiyalari: intensiv, integratsion va diversifikatsion o'sish. 9. Bozor segmentatsiyasi va uning tamoyillari. 10. M.Porterning raqiblikning kengaytirilgan konsepsiyasi. 11. Marketing strategiyasini tanlash. 12. Merchindayzing va uning vazifalari. 13. Kommunikatsiya siyosati va strategik qarorlar. 14. Narx strategiyalari va strategik qarorlar. 15. Tovarni bozorda joylashtirish. 16. "Bozor ulushi – o'sish" BKG matritsasi. 17. Korxonada marketing rejasini ishlab chiqish. 18. Iste'mol tovarlari turkumlari va tovarlar klassifikatsiyasi. 19. Oziq-ovqat tovarlari marketing strategiyasi. 20. Chakana savdo tizimi. 21. Ulgurji savdo tizimi va savdo agentliklari. 22. Korxonalarida marketing strategiyasini ishlab chiqish. 23. Franshiza tizimi. 24. Korxonaning brendini yaratish. 25. Pablik rileyshnz va kommunikatsiya. 26. Korxonada reklama samaradorligini oshirish. 27. Kichik korxonalarda marketing dasturini ishlab chiqish. 28. Diversifikatsiya strategiyasi va uni korxonalarga qo'llash. 29. Bozor distribyuterlari va brokerlari. 30. Sanoat xaridorlari motivatsiyasi.
3.	V. Ta'lim natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar) Fanni o'zlashtirish natijasida talaba: • bozor raqobati sharoitida korxonani boshqarish, uning raqobatbardoshligini ta'minlash usullari, tashkil etish strategiyasi, strategiyaning tashkiliy darajalari, korporativ strategiya haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; • boshqarishni konkret vaziyatlarida mustaqil ish olib bora bilish, korxonalarni atrof-muhit o'zgarishlariga mos ravishda boshqarishni, turli vaziyatli holatlardan chiqish yo'llarini

	rejalashtirish, innovatsion menejmentni tashkil qilish <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; • innovatsiya ishlari dasturini shakllantirish, innovatsiya loyihalari tanlovini tashkil qilish tartibi, loyihalarni ko'rib chiqish va ekspertizaga tayyorlash tartibi, imtiyozli kreditlar ajratish tartibi, dasturni amalga oshirish va innovatsiya loyihalarini hissadorlik asosida moliyalashtirish tartibi, boshqarish va tashkilotchilik jarayonlarni tahlil qilish <i>malakasiga ega bo'lishi kerak</i>.
4.	VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • interfaol keys-stadilar; • seminarlar (mantiqiy fiklash, tezkor savol-javoblar); • guruhlarda ishlash; • taqdimotlarni qilish; • individual loyihalar; • jamoa bo'lib ishlash va himoya qilish uchun loyihalar.
5.	VII. Kreditlarni olish uchun talablar: Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to'la o'zlashtirish, tahlil natijalarini to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oraliq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha variantlar asosida yozma topshiriqlarni bajarishi zarur.
6.	Asosiy adabiyotlar 1. Yo'ldoshev N.K, va b. Strategik menejment. O'quv qo'llanma. - T.: TDIU, 2003 . 2. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2010. 3. Маленков Ю.А. Стратегический менеджмент. Учебник. – М.: Проспект, 2009. 4. Ergashxo'jayeva Sh.J. Strategik marketing. O'quv qo'llanma. T.: TDIU, 5. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Qosimova M.S.,Yusupova. Marketing. Darslik.Iqtisodiyot nashr. 2018 y.284 b. Qo'shimcha adabiyotlar 1.O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi - T.: O'zbekiston. 2023. -

43 b.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi, 2017 yil, 22 dekabr.
3. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. - 488 b.
4. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. - Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. - 56 b.
5. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash -yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. - Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017.-48 b.
6. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. -Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. - 104 b.
7. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 29 dekabrda "O'zbekiston Respublikasining 2018 yilgi asosiy makroiktisodiy ko'rsatkichlari prognozi va Davlat byudjeti parametrlari to'g'risida"gi NK-3454-son qarori.
9. Bazarova F.T. Marketing. T.: -"Iqtisod-moliya", 2015 yil, - 445 b.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебное пособие. -М.: Вильямс, 2016. 656 с.
11. Маркетинг: теория, методика, практика: Учебное пособие /Т.С.Бронникова. М.: КНОРУС, 2010. - 208 с.
12. Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борьбы. Учебное пособие. - М.: Издательски торговая корпорация «Дашков и К ». 2016.- 256 с.
13. Xerbert. N. Kesson. Marketing-savdo san'ati.T.Yangi asravlodi. 2016 y. - 187 b.
14. Filipp Kotler. Gary Armstrong. (15 th edition) "Principles of marketing" Pearson, 2014 y. p.719
15. Нагапетьянц Р.Н. Развитие маркетинга в сфере услуг. Вестник ЮУрГУ. Серия "Экономика и менеджмент" 2014 г. 247 с.

	Axborot manbaalari 1. www.gov.uz 2. www.lex.uz 3. www.tradingeconomics.com 4. www.cspi.uz 5. www.cer.uz 6. www.uza.uz 7. www.ziyonet.uz
7.	Chirchiq davlat pedagogika universiteti tomonidan ishlab chiqilgan va universitet Kengashining 2023 yil “ <u>29</u> ” <u>08</u> ”dagi qarori bilan tasdiqlangan
8.	Fan/modul uchun ma’sullar: I.X.Xakimova - Chirchiq davlat pedagogika universiteti “Maktab menejmenti” kafedrası o’qituvchisi.
9.	Taqrizchilar: J.E.Usarov - Chirchiq davlat pedagogika universiteti “Pedagogika” fakulteti dekani, pedagogika fanlari doktori, professor B. Sh.Shodmonov - Toshkent Moliya instituti “Iqtisodiy xavfsizlik” kafedrası v.b dotsenti