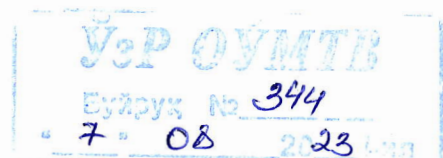


O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi

**60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) bakalavriat ta'lim
yo'nalishining malaka talablari**

Toshkent



ISHLAB CHIQILGAN:

- Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

TASDIQLANGAN VA AMALGA KIRITILGAN:

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining
2023 yil «7» 08 dagi 344 - sonli buyrug‘i bilan
tasdiqlangan.

JORIY ETILGAN:

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi.

Mazkur Malaka talablari “Oliy ta’lim davlat ta’lim standarti. Asosiy qoidalar”, “Oliy ta’lim davlat ta’lim standarti. Oliy ta’lim yo‘nalishlari va mutaxassisliklari klassifikatori”, O‘zbekiston Respublikasi Milliy va tarmoq malaka doiralari (ramkasi), kasbiy standartlar va kadrlar buyurtmachilari takliflariga muvofiq ishlab chiqilgan va rasmiy me‘yoriy-uslubiy hujjat hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi hududida Malaka talablarini rasmiy chop etish huquqi O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligiga tegishlidir.

MUNDARIJA

T/r		bet
1.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> bakalavriat ta'lim yo'nalishining umumiy tavsifi	4
1.1.	Qo'llanish sohasi	4
1.1.1.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha malaka talabining qo'llanishi.....	4
1.1.2.	Malaka talablarining asosiy foydalanuvchilari.....	4
1.2.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatlarining tavsifi	4
1.2.1.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatining sohalari.....	4
1.2.2.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatlarining ob'ektlari.....	4
1.2.3.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatlarining turlari.....	5
1.2.4.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlarning kasbiy vazifalari.....	5
2.	<i>60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)</i> ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlarning kasbiy kompetensiyalariga qo'yiladigan talablar.....	6
2.1.	Umumiy kompetensiyalar.....	6
2.2.	Kasbiy kompetensiyalar.....	7
2.3.	Umumiy va kasbiy kompetensiyalarni egallashni ta'minlaydigan fanlar va amaliyotlarga qo'yiladigan talablar.....	7
2.4.	Kvalifikatsiya.....	8
	Bibliografik ma'lumotlar.....	9
	Kelishuv varag'i	10

1. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) bakalavriat ta'lim yo'nalishining tavsifi

60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar tayyorlash kunduzgi, kechki, sirtqi va masofaviy ta'lim shakllarida amalga oshiriladi. Barcha ta'lim shakllari bo'yicha o'qitish kredit-modul tizimi asosida tashkil qilinadi. Kunduzgi ta'limda bakalavriat dasturining me'yoriy muddati 4 yil.

1.1. Qo'llanish sohasi.

1.1.1. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi Malaka talabining qo'llanilishi.

Malaka talabi **60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)** ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar tayyorlovchi barcha oliy ta'lim muassasalari uchun talablar majmuini ifodalaydi.

1.1.2. Malaka talablarining asosiy foydalanuvchilari:

- mazkur ta'lim yo'nalish bo'yicha malaka talablari, o'quv reja va fan, dasturlari (sillabus)ni ishlab chiqish va yangilash, ular asosida o'quv jarayonini samarali amalga oshirish uchun mas'ul hamda o'z vakolat doirasida bitiruvchilarning tayyorgarlik darajasiga javob beradigan oliy ta'lim muassasasining boshqaruv xodimlari (rektor, prorektorlar, o'quv bo'limi boshlig'i, dekanlar va kafedra mudirlari) va professor-o'qituvchilari;

- ta'lim yo'nalishining o'quv rejasi va fan dasturlarini o'zlashtiruvchi oliy ta'lim muassasasining talabalari;

- bakalavriat bitiruvchilarining tayyorgarlik darajasini baholashni amalga oshiruvchi Davlat attestatsiya komissiyalari;

- ta'limni boshqarish bo'yicha vakolatli davlat organlari;

- oliy ta'lim muassasalarini moliyalashtirishni ta'minlovchi organlar;

- oliy ta'lim tizimini akkreditatsiya va sifatini nazorat qiluvchi vakolatli davlat organlari;

- kadrlar buyurtmachilari va ish beruvchi tashkilot va korxonalar;

- oliy ta'lim muassasalariga o'qishga kirayotgan abituriyentlar, ularning ota-onalari va boshqa manfaatdor shaxslar.

1.2. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatlarining tavsifi.

1.2.1. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatining sohalari:

60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) – bakalavriat ta'lim yo'nalishi – fan, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohasidagi yo'nalish bo'lib, u korxonalarda marketing faoliyatini tashkil etish, boshqarish, rejalashtirish, nazorat qilish, marketing kompleksi, bozorni segmentlash va pozitsiyalashtirish, marketing tadqiqotlari o'tkazish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, korxonalarining marketing strategiyasini ishlab chiqish, tovar, narx, sotish, siljitish siyosatini amalga oshirish, yangi tovarlarni bozorga kiritish, korxonalarni tashqi bozorlarga chiqish usullari, turli mulkchilik shaklidagi korxonalar va tashkilotlarda marketing faoliyatini rivojlantirish istiqbolini belgilash bilan bog'liq kasbiy sohalar majmuini qamrab oladi.

1.2.2. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatlarining ob'ektlari:

- davlat va nodavlat tashkilot, korxonalar va muassasalar, kompaniyalar (firmalar), ishlab chiqarish birlashmalari va boshqalar;

- iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlarida tashkilot, korxonalar va muassasalar samaradorligi va natijadorligini oshirish jarayonlari;

- iqtisodiyotning turli tarmoq va sohalarida marketing tamoyillarini tatbiq etish, davlat va nodavlat korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish;

- tashkilot va korxonalar bozor faoliyatida zamonaviy marketing tizimini tashkil etish,

marketing tadqiqotlari o'tkazish, marketing boshqaruvi samaradorligini oshirish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish..

60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavriat bitiruvchilari pedagogik qayta tayyorlashdan o'tgandan keyin, professional ta'lim muassasalarida ta'limning vakolatli boshqaruv organlari tomonidan aniqlanadigan umumkasbiy va ixtisoslik fanlarini o'qitish va kaspga o'rgatish faoliyatlari bilan shug'ullanish huquqiga ega bo'ladi.

1.2.3. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlar kasbiy faoliyatlarining turlari:

- tashkiliy-boshqaruv.
- ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish:
- axborot-tahliliy faoliyat;
- ilmiy-tadqiqot faoliyati;
- tadbirkorlik.

1.2.4. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlarning kasbiy vazifalari.

60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha Milliy malaka ramkasining 6-malaka darajasi hamda bakalavr kasbiy faoliyatlarining sohaları, ob'ektlari va turlariga muvofiq bakalavriat bitiruvchisi quyidagi kasbiy vazifalarni bajarishga qodir bo'lishi lozim:

Tashkiliy-boshqaruv hamda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish faoliyatida:

- tovarlar va xizmatlar bozorida marketing faoliyatini va mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarishni tashkil etish;
- ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarini faoliyatini rivojlantirishda marketing tamoyillarini tatbiq etish;
- ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida marketing faoliyatini axborot bilan ta'minlash, bozorning jozibadorligini tahlil etish, bozorni segmentlash vositasida ehtiyojlarni tahlil etish;
- korxonalarda marketing faoliyatini samarali boshqarish;
- zamonaviy marketing kontseptsiyalarini amaliyotga tatbiq etish, tovar, narx, sotish, kommunikatsiya bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish;
- sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, marketing tadqiqotlari o'tkazishni tashkil etish;
- tovarlar va xizmatlar bozorini rivojlanish tendentsiyasini o'rganish;
- marketing sohasiga oid me'yoriy – huquqiy hujjatlarni, iqtisodiyotning rivojlanish xususiyatlari va qonuniyatlarini bilish;
- ichki va tashqi bozor kon'yunkturasini tahlil etish va prognozlash;
- maqsadli segmentni tanlash, firmaning raqobatbardoshligini tahlil etish va marketing strategiyasini tanlash, taqsimot kanallarini belgilash;
- tovarlar raqobatbardoshligini oshirish, yangi tovarlar ishlab chiqarish, marketing innovatsiyalarini amaliyotga joriy etish;
- bozorni qamrab olish strategiyasi, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarini rivojlantirish bo'yicha marketing rejasi, korxonaning rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish;
- korxonalarda marketing faoliyatini rejalashtirish, marketing nazorati va auditini o'tkazish, marketing byudjetini aniqlash;
- tovarlar va xizmatlar bozorida reklama faoliyatini tashkil etish;
- ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish va uni amalga oshirish;
- tovar va xizmatlar bozorida marketing faoliyati samaradorligini aniqlash..

Axborot-tahliliy faoliyatida:

- zamonaviy axborot texnologiyalardan boshqaruvda foydalanish, ishlab chiqarish jarayonlari monitoringi va sifatini baholash usullari va mexanizmlarini ishlab chiqish;

- ishlab chiqarish va boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun tashkilotning tashqi va ichki muhiti omillari to'g'risidagi ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va tahlil qilish;
- qaror qabul qilish, faoliyatni rejalashtirish va boshqarish uchun ma'lumot to'plash, tashkilotning ichki axborot tizimini yaratish va uning ishlashini boshqarish;
- tashkilotning ichki hujjat aylanishi tizimini ishlab chiqish va boshqarish, tashkilotlar faoliyatining turli ko'rsatkichlari bo'yicha ma'lumotlar bazasini yuritish;
- loyihalar samaradorligini baholash;
- mulkchilik shaklidan qat'i nazar korxonalar faoliyatini xalqaro amaliyot mezonlari, me'yorlari va talablari asosida tahlil qilish;
- tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalar ko'rsatkichlari o'zgarish tendensiyalari va dinamikasini tahlil qilish;
- tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalar moliyaviy va statistik hisobotlarini tuzish hamda ularni sharhlash;
- tahliliy masalalarni hal qilishda zamonaviy axborot texnologiyalari va texnik vositalardan foydalanish
- axborot-tahlil faoliyati natijalari bo'yicha hisobot tayyorlash.

Ilmiy-tadqiqot faoliyatida:

- ilmiy tadqiqot institutlari va ilmiy markazlarda iqtisodiyotning dolzarb yo'nalishlari yuzasidan ilmiy tadqiqot ishlarini amalga oshirishda qatnashish;
- kichik ilmiy xodim va yordamchi lavozimlarda ilmiy-tadqiqot ishlari olib borishi;
- ilmiy-uslubiy va boshqa texnik ishlarni bajarish;
- ilmiy-tadqiqot va ishlab chiqarish jamoasi tarkibida (ta'lim yo'nalishi xususiyatlariga mos ravishda) kasbiy faoliyat masalalarini yechish;
- ilmiy-amaliy seminarlar, konferensiyalarni tashkil etish hamda ilmiy, tahliliy ommabop nashrlarda maqolalar bilan qatnashish;
- ilmiy va ilmiy-uslubiy faoliyat turlari bo'yicha axborot-resurs kataloglarini tuzish va ulardan foydalanish;
- tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalarda ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etish bo'yicha ilmiy tadqiqot ishlarini amalga oshirishda qatnashish;
- tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalar tegishli mamlakatdagi va xorijiy davlatlardagi fan-texnika yutuqlari, maxsus adabiyotlar va boshqa ilmiy-texnik axborotlarni o'rganish;
- tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalaridagi muammolar mavzulari bo'yicha iqtisodiy axborotlarni yig'ish, qayta ishlash, tahlil qilish va tizimlashtirish ishlarini amalga oshirish;
- internet tarmog'ida eng yangi ilmiy yutuqlar haqidagi ma'lumotlarni maqsadga yo'nalgan holda qidirish va topish;
- ilmiy tadqiqot ishlanmalarini tayyorlash, soha adabiyotlari ekspertizasini amalga oshirishda qatnashish;
- tadqiqot natijalari va ishlanmalarni tatbiq etishda qatnashish bo'yicha faoliyat olib borish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim.

Tadbirkorlik faoliyatida:

- yangi biznes-loyihalarni shakllantirish va amalga oshirish;
- biznesni tashkil etish, biznes-rejalarni ishlab chiqish va amalga oshirish;
- o'z biznesini yaratish qobiliyatiga ega bo'lishi lozim.

2. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavrlarning kasbiy kompetensiyalariga qo'yiladigan talablar

2.1. Umumiy kompetensiyalar:

- davlat siyosatining dolzarb masalalarini bilishi, ijtimoiy-iqtisodiy muammolar va jarayonlarni mustaqil tahlil qila olish;
- mantiqiy fikrlashlarni rivojlantirish, to'g'ri xulosa chiqarish, matematik madaniyatni

shakllantirish;

- xorijiy tillardan birida kasbiy faoliyatiga oid hujjatlar va ishlar mohiyatini tushunishi, tabiiy ilmiy fanlar bo'yicha kasbiy faoliyati doirasida zaruriy bilimlarga ega bo'lishi hamda ulardan zamonaviy ilmiy asosda kasb faoliyatida foydalana bilish;

- axborot texnologiyalarini kasbiy faoliyatida qo'llay bilishi, axborotlarni yig'ish, saqlash, qayta ishlash va ulardan foydalanish usullarini egallagan bo'lishi, faoliyatida mustaqil asoslangan qarorlar qabul qila olish;

- yangi bilimlarni mustaqil egallay bilishi, o'z ustida ishlashi va mehnat faoliyatini ilmiy asosda tashkil qila olish;

- sog'lom turmush tarzi va unga amal qilish zaruriyati to'g'risida tassavvurga ega bo'lish.

2.2. Kasbiy kompetensiyalar:

- me'yoriy-huquqiy hujjatlarni izlash, tahlil qilish va ulardan kasbiy faoliyatida foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lish;

- korxonalarda marketing faoliyatini tashkil etish, marketing faoliyatini boshqarish, iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, marketingni rejalashtirish va amalga oshirish ko'nikmalariga ega bo'lish;

- ijodiy fikrlash, muzokaralar, uchrashuvlar, ishbilarmonlik yozishmalarini olib borish va onlayn aloqalarni amalga oshirishni bilish;

- korporativ axborot tizimlarini, bozor faoliyati tahlili va marketing tadqiqotlari natijalari bo'yicha xulosalar tayyorlash, ma'lumotlar bazasini yuritishni bilish;

- strategik rejalashtirish, marketing xizmatini tashkil etish, boshqarishning zamonaviy texnologiyalarini, xodimlar jamoasiga yetakchilik qilishni bilish;

- marketing faoliyatini strategik tahlil qilish, korxonaning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish ko'nikmalariga ega bo'lish;

- korxonaning tovar, narx, sotish va kommunikatsiya siyosatini ishlab chiqish va ular bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish;

- biznes-rejalar va shartnomalarni shakllantirish va boshqarish, ijrochilar faoliyatini muvofiqlashtirish ko'nikmalariga ega bo'lish;

- marketingni tashqi va ichki muhitini, bozor va unga xos xatarlarni, raqobat muhitini tahlil qilish va baholash ko'nikmalariga ega bo'lish;

- marketingni faoliyatini tashkil etish, iste'molchilar bilan munosabatlar o'rnatish, kommunikatsiyani samarali amalga oshirish usullarini qo'llash o'quviga ega bo'lish;

- yangi bozor imkoniyatlarini aniqlash va egallash (maqsadli bozor va maqsadli segment bo'yicha) va ularda samarali faoliyat yuritish uchun marketing strategiyalarini ishlab chiqish ko'nikmalariga ega bo'lish.

2.3. Umumiy va kasbiy kompetensiyalarni egallashni ta'minlaydigan fanlar va amaliyotlarga qo'yiladigan talablar.

Talabalar umumiy va kasbiy kompetensiyalar, bilim va ko'nikmalarni egallashi o'quv rejasiga mantiqiy ketma-ketligda kiritiladigan majburiy va tanlov fanlarni o'zlashtirish, amaliyotlarni o'tish hamda boshqa o'quv mashg'ulot va akademik vazifalarni bajarish yordamida amalga oshiriladi.

Majburiy fanlar – bakalavriat ta'lim yo'nalishi bo'yicha bevosita umumiy va kasbiy kompetensiyalarni egallashga qaratilgan, zarur tayanch bilim va ko'nikmalarni ta'minlaydigan fanlar majmuasidir.

Tanlov fanlari – ta'lim yo'nalishi doirasida ixtisoslashuvdan kelib chiqib chuqurlashtirilgan, qo'shimcha bilim berish, bevosita ixtisosligi uchun zarur kompetensiyalarni kengaytirishga xizmat qiladigan, shuningdek, talabaning shaxsiy qiziqishlari, ijodiy yondashuvlari va iqtidorini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan fanlar majmuasidir.

Ta'lim yo'nalishi bo'yicha malakaviy amaliyot o'tkaziladi:

malakaviy amaliyot – umumkasbiy va ixtisoslik fanlaridan nazariy bilimlarni mustahkamlash va amaliy (ishlab chiqarish) jarayonlari bilan uyg'unlashtirish, tegishli amaliy ko'nikmalar, kompetensiyalar va malakalarni shakllantirishga qaratiladi.

2.3.1. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi uchun ajratilgan o'quv fanlari, bloklar bo'yicha soatlar va kreditlar:

O'quv fanlari, bloklar va faoliyat turlarining nomlari	Kunduzgi ta'lim shakli uchun fanlarga ajratilgan soat	Ajratilgan kredit
Majburiy fanlar	4320	144
Tanlov fanlar	1800	60
Malakaviy amaliyot	720	24
Yakuniy davlat attestatsiyasi	360	12

2.3.2. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) bakalavriat ta'lim yo'nalishi bo'yicha ta'lim dasturining tuzilishi:

T.r.	Fanning malakaviy kodi	O'quv fanlari, bloklar va faoliyat turlarining nomlari	Umumiy yuklamani ng hajmi, soatlarda	Kredit miqdori	Semestri
1.00		Majburiy fanlar	4320	144	
1.01	APPMAT16	Amaliy matematika 1	180	6	1
1.02	ECOTHE6	Iqtisodiyot nazariyasi	180	6	1
1.03	ICTECO6	Iqtisodiyotda axborot kommunikatsion texnologiyalar va tizimlar	180	6	2
1.04	APPMAT26	Amaliy matematika 2	180	6	2
1.05	FORLAN16	Xorijiy til 1(ingliz, fransuz, nemis, koreys)	300	10	1,2
1.06	LANGUA4	O'zbek(rus) tili	120	4	1
1.07	HISSET2	Iqtisodiy ta'limotlar tarixi	120	4	2
1.08	PHILOS4	Falsafa	120	4	2
1.09	MRHUZ4	O'zbekistonning eng yangi tarixi	120	4	1
1.10	RELST4	Dinshunoslik	120	4	2
1.11	FUNMAR6	Marketing asoslari	180	6	1
1.12	TRABUS6	Birja ishi	180	6	4
1.13	MICROE6	Mikroiqtisodiyot	180	6	3
1.14	MACROE6	Makroiqtisodiyot	180	6	4
1.15	INTECON6	Ekonometrikaga kirish	180	6	3
1.16	BREMAN6	Brendni boshqarish	180	6	4
1.17	STATIS6	Statistika	180	6	3
1.18	MARKET6	Marketing	180	6	4
1.19	MARCOM6	Marketing kommunikatsiyasi	180	6	3
1.20	MARRES6	Marketing tadqiqotlari	180	6	5
1.21	STRMAR6	Strategik marketing	180	6	6
1.22	INNMAR6	Innovation marketing	180	6	6
1.23	INTMAR6	Xalqaro marketing	180	6	6
1.24	DIGMAR6	Raqamli marketing	180	6	5
1.25	RESMS6	Tadqiqot usullari va ko'nikmalari	180	6	8
2.00		Tanlov fanlar	1800	60	
2.00		<i>Tanlov fanlar (10)</i>	1800	60	3,4,5,7
		Jami	6120	204	
		Malakaviy amaliyot	720	24	6,8
		Yakuniy davlat attestatsiyasi	360	12	8
		Jami	1080	36	
		HAMMASI	7200	240	

2.4. Kvalifikatsiya: iqtisodchi marketolog

Bibliografik ma'lumotlar

UDK 002: 651. 1/7

Guruh T 55

OKS 01.040.01

Tayanch so'zlar:

kasbiy faoliyat turi, kompetensiya, ta'lim yo'nalishi, kasbiy faoliyat ob'ekti, kasbiy faoliyat sohasi, bakalavriatning asosiy o'quv reja va fan dasturlari, profil, uqib-o'rganish natijalari, tarmoqlar va sohalar, malaka talablari, bakalavriatning o'quv jarayoni, sifatni baholash va nazorat, mustaqil ta'lim, ishlab chiqarish, kompetensiya, tashkiliy-boshqaruv faoliyati, malakaviy amaliyot, bitiruv malakaviy ishi, davlat attestatsiyasi, o'quv fanlari bloki, oliy ta'lim muassasasi, ta'lim jarayoni, kredit-modul tizimi, xizmat ko'rsatish, ijodiy fikrlash, loyihalash, ilmiy tadqiqot jarayoni.

Ishlab chiquvchilar, kelishilgan asosiy turdosh oliy ta'lim muassasalari
hamda kadrlar iste'molchilari

ISHLAB CHIQLIGAN:



Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Rektor _____ K. Sharipov

202_ yil « _____ » _____

O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi huzuridagi
Loyihalar va import kontraktlarini kompleks ekspertiza qilish
markazi



Direktor M.A. Allabergenov

202_ yil « _____ » _____

M.O'.

KELISHILGAN:

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi
huzuridagi Oliy ta'limni rivojlantirish
tadqiqotlari markazi

Direktor Sh. Yakubov

202_ yil « _____ » _____

M.O'.

"O'zto'qimachilik sanoat" uyushmasi

Rais M. Djumaniyazov

202_ yil « _____ » _____

M.O'.

O'zbekiston Respublikasi tovar-xom ashyo
birjasi

Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti

Rektor M. Po'latov

Boshqaruv raisi
o'rinbosari N. Samadov

202_ yil « _____ » _____

M.O'.



Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) bakalavriat ta'lim
yo'nalishi malaka talablari va o'quv rejalarining ishlab chiquvchilar, turdosh
oliy ta'lim muassasalari va asosiy kadrlar iste'molchilari o'rtasida

KELISHUV DALOLATNOMASI

Toshkent shahri

“ _____ ” _____ 2023-yil

Biz quyida imzo chekuvchilar – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori K. Sharipov, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori M. Po'latov, “O'zto'qimachilik sanoat” uyushmasi raisi o'rinbosari M. Djumaniyazov, O'zbekiston Respublikasi tovar-xom ashyo birjasi boshqaruv raisi o'rinbosari N. Samadov birgalikda Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida ishlab chiqilgan quyidagi bakalavriat ta'lim yo'nalishlari va magistratura mutaxassisligining malaka talablari va o'quv rejalarini mazmuni bilan tanishib chiqib, kelishuv haqida ushbu dalolatnomani tuzdik:

1. 60412500-Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha);

Yuqoridagi bakalavriat ta'lim yo'nalishi bo'yicha malaka talablarning ishlab chiqilishida kadrlar iste'molchilari hamda turdosh oliy ta'lim muassasalari tomonidan qo'yilgan talablar inobatga olingan.

Shuningdek, malaka talablarini ishlab chiqilishida: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida” 2019-yil 8-oktabrdagi PF-5847-sonli, “2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasini “Insonga e'tibor va sifatli ta'lim yili”da amalga oshirishga oid Davlat Dasturi” 2023-yil 28-fevraldagi PF-27-sonli Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ma'muriy islohotlar doirasida oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar sohasida davlat boshqaruvini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida” 2023-yil 3-iyuldagi PQ-200-son Qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “2023/2024 o'quv yili uchun davlat oliy ta'lim muassasalariga o'qishga qabul qilishning davlat buyurtmasi parametrlari to'g'risida” 2023-yil 5-iyundagi F-31-son Farmoyishi, O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirining “Oliy ta'limning meyoriy-uslubiy hujjatlarini ishlab chiqish jarayonini takomillashtirish to'g'risida” 2023-yil 9-iyundagi 259-son buyrug'i hamda oliy ta'lim sohasini tartibga soluvchi boshqa normativ-huquqiy hujjatlarga asoslanib, shu bilan birga xalqaro tajribalarga muvofiq ishlab chiqilgan.

Bakalavriat ta'lim yo'nalishi bo'yicha tayyorlangan malaka talablari va o'quv rejalarini ishlab chiqish bo'yicha turdosh oliy ta'lim muassasalari hamda asosiy

kadrlar iste'molchilari bo'lgan vazirliklar, idoralar va boshqa korxonalar mutaxassislari tomonidan muhokamadan o'tkazilib, kelishildi.

Yuqoridagi ta'lim yo'nalishlari va magistratura mutaxassisligi bo'yicha malaka talablari o'quv reja va fan dasturlari (sillabus) hamda boshqa hujjatlarni yaratish uchun asos hisoblanadi.

Ishlab chiqilgan malaka talablarini o'rnatilgan tartibda tasdiqqa tavsiya etilishi maqsadga muvofiq.

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori

K. Sharipov

Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti rektori

M. Po'latov

“O'zto'qimachilik sanoat” uyushmasi raisi
o'rinbosari

M. Djumaniyazov

O'zbekiston Respublikasi tovar-xom ashyo
birjasi boshqaruv raisi o'rinbosari

N. Samadov

