

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TERMIZ IQTISODIYOT VA SERVIS UNIVERSITETI




“STRATEGIK MENEJMENT VA STRATEGIK MARKETING”

O'QUV DASTURI

Bilim sohasi: 100 000- TA'LIM
Ta'lim sohasi: 110 000- Ta'lim
Ta'lim yo'nalishi: 60112500 - Maktab menajmenti

Fan/modul kodi SMenSMar308	O'quv yili 2024-2025	Semestr 6	ECTS-kreditlar 8,0
Fan/modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 8
1.	Fanning nomi STRATEGIK MENEJMENT VA STRATEGIK MARKETING	Auditoriya mashg'ulotlari (soat) 30	Jami yuklama (soat) 240
2.	<p>1. Fanning mazmuni - Strategik menejment va strategik marketing iqtisodiyot sohasidagi yo'nalish bo'lib, u davlat, aksionerlik va xususiy kompaniyalar (firmalar), ishlab chiqarish birlashmalari, iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlarini boshqarish, ularni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish istiqbollari belgilash bo'yicha iqtisodiy, tashkiliy masalalar yechimlarini menejmentning rivojlanish qonuniyatlari va zamonaviy kontseptsiyalari asosida ishlab chiqish va amalga oshirishni o'z ichiga oladi.</p> <p>Ana shu masalalar bo'yicha haqiqiy ahvolni atroficha o'rganishimiz, hozirgi vaqtda mutaxassislar tayyorlanayotgan har qaysi ixtisoslik yo'nalishi real hayot talablariga qay darajada javob berishi, unga nafaqat bugungi, balki yaqin istiqbolida qanday ehtiyoj borligini har tomonlama chuqur aniqlashimiz lozim.</p> <p>Fanning maqsadi – talabalarga strategik menejment va strategik marketing asoslarini makro va mikro iqtisodiy 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.</p> <p>Fanning vazifasi - iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida strategik boshqaruv to'g'risida umumiy ma'lumotlar, strategik rejani yaratishning muammolari bozor iqtisodiyotida va kompaniyada marketingning roli, strategiya va raqobatbardoshlik, strategiya va kompaniya vaziyatini muvofiqlash, marketing strategiyasini tanlash, globalashuv davrida raqobatli strategiyalar, tovar siyosatida strategik qarorlar, strategiyani amalga oshirish: kompetentlik, qayta tashkil etish va struktura, strategiyani tadbiiq etish: smetalar, siyosat, ilg'or tajriba, qo'llab-quvvatlovchi tizimlar va rag'batlantirishlarni o'rganishdir.</p>		

9.	<p>IX ADABIYOTLAR Asosiy adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ricky W. Griffin. Fundamental of management. 8 th Edition. 2015.-510 p. 2. М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури Основы менеджмента (перевод с английского под. Общая редакция Л.И.Евченко Москва «Дело» 1997. 492 с.) 3. Бронникова Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2012. - 208 стр.. 4. Sharifxodjaev M., Abdullayev Yo. Menejment.Darslik. T.: O'qituvchi, 2002 y.-464 b. 5. Xo'rdjamaratov G.Yu., Azlarova M.M. "Menejment.Marketing" Darslik. T. "Iqtisodiyot", 2019-359 b. <p>Qo'shimcha adabiyotlar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi 28.01.2022-yildagi PF-60-sonli Farmoni 2. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash-yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. Toshkent, O'zbekiston nashriyoti, 2017. 3. Richard L.Daft. Management. Ninth edition. 2010. y. 699 p. 4. Глухов В.В. Менеджмент: Учебник. 3- изд.- СПб Питер, 2009.- 608. 2 элс. <p>Axborot manbaalari</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. www.lex.uz 2. www.uz.uz 3. www.unilibrary.uz 4. www.economics.ru 5. www.ziyounet.uz
10	<p>O'quv dasturi Oliy ta'lim yo'nalishlari va mutaxassislari bo'yicha O'quv-uslubiy birlashmalar faoliyatini Muvoziqlashiruvchi Kengashining 2023-yil 29-avgustdagi 4-sonli bayonnomasi bilan ma'qullangan namuna asosida ishlab chiqilgan va Termiz iqtisodiyot va servis universiteti Kengashining 2024 yil "30" avgustdagi 1/3-sonli bayonnomasi bilan tasdiqlangan.</p>
11	<p>Fan/modul uchun mas'ul: Pardayev A.Y. – TISU, "Iqtisodiyot" kafedrasi o'qituvchisi.</p> 
12	<p>Taqrizchilar: Xatamov O.Q. – Termiz davlat universiteti "Kompyuter va dasturiy injenering" kafedrasi mudiri, i.f.d., professor. Abdulxoeva G.M. – Termiz davlat universiteti "Turizm va mehmonxona xo'jaligi" kafedrasi mudiri, i.f.f.d., dotsent.</p>

II.	<p>Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)</p> <p>II.1. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:</p> <p>I-mavzu. Strategik boshqaruv to'g'risida umumiy ma'lumotlar</p> <p>Amaliy strategiya. Boshqaruv rejasi. Strategik boshqaruvning vazifalari. Kompaniyaning strategik ko'rinishini (tasavvurini) va missiyasini yaratish. Strategik tasavvur. Tashkilot missiyasi. Maqsadlarni aniqlash. Moliyaviy maqsadlar. Strategik maqsadlar. Uzoq muddatli maqsadlar. Qisqa muddatli maqsadlar. Strategiyani yaratish. Strategiya. Strategik reja. Strategiyani shakllantirish. Strategiya va tadbirkorlik. Kompaniya strategiyasi elementlari. Strategiyani amalga oshirish. Boshqaruvga "strategik yondashuv"ning ijobiy tomonlari. Yuqori darajali strategik fikrlash va boshqarish</p>
2-	<p>mavzu. Strategik reja ni yaratishning muammolari</p> <p>Strategik tasavvurni va missiyani takomillashtirish: birinchi strategik vazifa. Biznesni aniqlash va tasvirlash. Maqsadlarni aniqlash: ikkinchi strategik vazifa. Strategiyani yaratish: uchinchi strategik vazifa. Strategiyani yaratish jarayoni. Korporativ strategiya. Biznes strategiya. Funktsional strategiya. Operativ strategiya. Strategiyani shakllantirishda kuchlarni birlashtirish. Kompaniya strategiyasini belgilovchi omillar. Ijtimoiy, siyosiy, huquqiy va insoniy omillar. Kompaniya tarmog'ining jozibadorligi va raqobat shartlari. Tashkilotning kuchli va kuchsiz tomonlari va raqobatbardoshligi. SHaxsiy obro'talablik (ambitsiya), biznes falsafasi va rahbarlarning etik prinsiplari Kompaniyaning insoniy va madaniy qadriyatlarini strategiyaga ta'siri. Strategiyani etika bilan bog'liqligi. Strategiyani samaradorlik tekshiruv. Muvofiqlik testi. Raqobatbardoshlik testi. Mehnat unumdorligi testi. Strategiyani shakllantirishga yondashuvlar. Asosiy strateg yondashuvi. Boshqalarga vakolatni berish yondashuvi. Hamkorlikka asoslangan yondashuv. Musobaqaviy yondashuv.</p>
3-	<p>mavzu. Bozor iqtisodiyotida va kompaniyada marketingning roli</p> <p>Marketingning g'oyaviy asoslari. Iste'mol marketingi, Industrial marketing yoki firmalararo marketing, Ijtimoiy marketing, J. J. Lamben Kompaniyada marketingning roli Operatsion marketing. Strategik marketing Integratsiyalangan marketing jarayoni. Bozor iqtisodiyotida marketingning roli. Ayirboshlash jarayonini tashkil qilish. Holat foydaliligi. Makon foydaliligi. Davriy foydalilik. Kommunikatsiya oqimlarini tashkil qilish. Marketing roli ustuvorligining o'zgarishi. Passiv marketing. Tashkiliy marketing. Faol marketing. Texnologik taraqqiyot Korxonada faoliyatida qaror qabul qilish sohalari. Inson ehtiyojlari. Absolut va nisbiy ehtiyojlar. Keyns. Kottia. Gelbreyt. Ebbot Yakka iste'molchining motivatsiyasi. "stimul-reaksiya" nazariyasi. Faollashtirish konsepsiyasi. Rag'batlantirishga bo'lgan ehtiyoj.</p>

<p>Vundt (Wundt) egri chizig'i. Iste'molchilar farovonligining determinantlari.</p>	<p>4-mavzu. Strategiya va raqobatbardoshlik</p> <p>Asosiy raqobatli strategiyalar. Past xarajatlar asosida sardorlik strategiyasi. Differensiyalash yoki individuallash strategiyasi. Eng yaxshi narx strategiyasi. Xarajatlar bo'yicha raqobat ustunligini yaratish. Xarajatlarga ta'sir qiladigan omillarni boshqarish. Xarajatlarning biznes tuzilmasi omillari. Xarajatlarning boshqaruv omillari. Xarajatlar zanjirining tuzilmasini qayta qurish. Differensiyalash va individuallash strategiyasi. Raqobatbardoshlikni saqlash uchun hujumkorlik strategiyasidan foydalanish. Raqobatning kuchli tomonlarini yengish. Raqobatning kuchsiz tomonlariga hujum. Bir vaqtda ko'p yo'nalishlarda hujum qilish. Aylanma manyovrlar. «Partizanlik» hujumlari. Preventiv harakatlar. Hujum qilish obyektini tanlash. Raqobat ustunligini saqlash uchun himoya strategiyalaridan foydalanish.</p> <p>5-mavzu. Strategiya va kompaniya vaziyatini muvofiqlash</p> <p>Yangi paydo bo'layotgan tarmoqlardagi raqobatli strategiyalar. Etuk tarmoqlardagi raqobatli strategiyalar. Xarajatlarni pasaytirishga ko'proq e'tiborni qaratish. Raqobatchi firmalarni arzon narxlarda sotib olish. Xalqaro bozorga chiqish. Strategik qopqonlar. Turg'un va so'nib borayotgan tarmoqlardagi strategiya. Tarqoqlashgan tarmoqlardagi raqobat. Xalqaro bozorlardagi raqobatli strategiyalar. Ko'p millatli va global raqobatlar. Xalqaro strategiyalarning namunalari. Valyuta kurslarining o'zgarib turishi. Davlatning tashki savdo siyosati. Ko'p millatli yoki global strategiyalar. Strategik alyanslar. Strategik niyatlar, foyda «qo'riqxonalar» va almashlab moliyalash. Kritik bozorlar Tarmoq etakchilari uchun strategiyalar. Hujumkor strategiyani saqlash. Mustahkamlash va himoyalash strategiyasi. Sardorga ergashish strategiyasi. Ta'qib etuvchi kompaniyalar uchun strategiyalar. Vakant sigment strategiyasi. Ixtisoslashuv strategiyasi «Hammasidan bizning mahsulotimiz yaxshi» strategiyasi. Sotib olish hisobiga o'sish strategiyasi. Individual imij strategiyasi. Zaif bizneslar uchun strategiyalar. To'liq yangilanish strategiyasi. Strategiyani qayta kurib chiqish. Umumiy tushumlarni oshirish. Xarajatlarni pasaytirish. Aktivlarni sotish. Strategiyalar kombinatsiyasidan foydalanish. Muvaffaqiyatli strategiyani yaratishning prinsiplari.</p> <p>6-mavzu. Marketing strategiyasini tanlash</p> <p>Faoliyat yo'nalishi portfelining imkoniyatlarini tahlil qilish. Rivojlanishning asosiy strategiyalari. Xarajatlarni iqtisod qilish hisobiga liderlik strategiyasi. O'sish strategiyalari Bozordagi o'z mavqeyini himoya qilish. Bozorni ratsionallashirish. Bozorni tashkil qilish. regressiv integratsiya. Progressiv integratsiya. Gorizontal integratsiya. Diversifikatsion o'sish, konsentrik diversifikatsiya, gorizontal diversifikatsiya. Konglomerat diversifikatsiya. Raqobat strategiyalari Kurashga chaqiruvchi. Hujum strategiyasi. Front bo'yicha hujum. Qanot hujumi. O'rab olish orqali hujum.</p>
---	--

<p>30. Tovarning hayotiylik davri modeli.</p> <p>31. Talabni tahlil qilishning asosiy konsepsiyalari.</p> <p>32. Talabni bashorat qilish uslublar.</p> <p>33. „Raqobat ustunligi“ tushunchasi.</p> <p>34. Raqobatlashuvning kengaytirilgan konsepsiyasi.</p> <p>35. Raqobatli vaziyatlar tahlili.</p>	<p>VI. Fan o'qitilishining natijalari (shakllanadigan kompetensiyalar)</p> <p>Fanni o'zlashtirish natijasida talaba:</p> <ul style="list-style-type: none"> - talabalarga strategik menenjment va strategik marketing asoslarini makro va mikroiqtsodiy darajada o'rgatish asosida ularning yetuk va yuqori malakali mutaxassis bo'lishlarini hamda olingan bilimlari asosida o'qish va ilmiy izlanishlarini davom yetirishlarini ta'minlashdir; - iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida strategik boshqaruv to'g'risida umumiy ma'lumotlar, strategik rejani yaratishning muammolari bozor iqtisodiyotida va va kompaniyada marketingning roli, strategiya va raqobatbardoshlik, strategiya va kompaniya vaziyatini muvofiqlash, marketing strategiyasini tanlash, globallashtirish davrida raqobatli strategiyalar, tovar siyosatida strategik qarorlar, strategiyani amalga oshirish: kompetentlik, qayta tashkil etish va struktura, strategiyani tadqiq etish: smetalar, siyosat, ilg'or tajriba, qo'llab-quvvatlovchi tizimlar va rag'batlantirishlarni o'rganishdir;
<p>7.</p>	<p>VII. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma'ruzalar; • real vaziyatga asoslanadigan amaldagi ishlarni baholash; • esse, tezis va maqolalar yozish; • vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) yechish; • jarayonli-yo'naltirilgan ta'lim; • muhokamalarda qatnashish; • kichkina guruhlarda ishlash; • loytha ishi bajarish; • mustaqil ishlarni baholash; • taqdimot tayyorlash; • turli darajadagi testlarni o'tkazish;
<p>8.</p>	<p>VIII. Kreditlarni olish uchun talablar:</p> <p>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,oralq nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishni muvaffaqiyatli topshirish kerak.</p>

mutaxassis o'z fikrlarini aniq va ravon bayon qila olishi, kiritayotgan takliflarini ilmiy va nazariy jihatdan asoslay bilishi, iqtisodiy terminlarni o'z o'rnida to'g'ri ishlata bilishi, kerakli ma'lumotlarni to'play olishi va qayta ishlay olishi, ularni atroflicha tahlil qilish va umumlashtirish ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.

Kurs ishi talaba tomonidan mustaqil ravishda bajariladi va ma'lum ma'noda, ilmiy izlanish olib borishning kichik bir shaklidir. Ayrim iqtidorli talabalar kurs ishini bajarish jarayonida birmuncha chuqur va keng qamrovli ilmiy izlanishlar olib boradilar, ularning mustaqil ravishda bajargan kurs ishlari talabalar ilmiy to'garaklarida, ilmiy konferentsiyalarda va tanlovlarda ilmiy ma'ruza qilish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

V. **Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar**

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Strategik boshqaruv asoslari.
2. Strategik rejaning maqsadlarni aniqlash.
3. Biznes strategiya.
4. Tarmoqdagi raqobat vaziyatini tahlil etish.
5. Kompaniya vaziyatini tahlil etish.
6. Diversifikatsiyalash strategiyalari.
7. Yangi biznesga kirish strategiyasi.
8. Jarayoniy korporativ strategiyani aniqlash.
9. Kompaniyaning resurslarini taqsimlash.
10. Biznes modellar va internet-iqtisodiyot.
11. Internet texnologiyalar va bozor tuzilmasi.
12. Elektron tijoratning muvofiqiyatini ta'minlovchi omillar.
13. Strategiyani tadbir etish: madaniyat va sardorlik.
14. Kompaniya madaniyatining ahamiyati.
15. Kompaniya madaniyati manbalari.
16. Tashkilotni aylanish orqali boshqarish.
17. Kompaniya siyosatiga munosabat.
18. Etik axloq talablari.
19. Segmentlash strategiyasini amalga oshirish.
20. Sotish kanallarining iqtisodiy roli.
21. Sotish kanalining vertikal tuzilishi.
22. Savdo firmasi marketingi.
23. Interaktiv yoki bevosita marketing.
24. Marketing strategiyasidagi narxning roli.
25. Yangi tovarlar uchun narx strategiyasi.
26. Marketingda kommunikatsiy aning roli.
27. Shaxsiy muloqot.
28. Reklama kommunikatsiyasi jarayoni.
29. Strategik mo'ljal va maqsadlarni tanlash.

Chetlab o'tish hujumi. Partizan hujumi

7-**mavzu. Globallashuv davrida raqobatli strategiyalar**

Yangi mijozlarni jalb qilish. Xarajatlarni kamaytirish va raqobatbardoshlikni oshirish. Tayanch malakani yuqorigi hisobiga erishiladigan ustunlik. Bozor ulushini kengaytirish hisobiga tavakkalchilikni pasaytirish. Xalqaro va global raqobatning farqlanishi. Kompaniyani qulay joylashuvi. Valyuta kurslarining o'zgarishi. Davlat boshqaruvi. Multimiilliy yoki global raqobat. Tashqi bozorlarga chiqish strategiyalari va uning raqobatli vaziyatlari. Ekspert qilish strategiyasi. Lisenziya strategiyasi. Franchayzing strategiyasi. Multimiilliy yoki global strategiya. Multimiilliy va global strategiyalarning farqlanishi. Multimiilliy strategiyaning raqobat ustunligi. Hududiy qulay joylashuvning ustunliklari. Yuqori malakani va raqobatli imkoniyatlarni xorijga ko'chirish. Xorijdagi faoliyatni muvofiqlashtirish. Foyda markazlari, foyda olish va global strategik hujumlar. Foydani ko'chirish strategik hujumning bir qismi sifatida. Strategik alyanslar va xorijiy hamkorlar bilan qo'shma korxonalar tuzish. Strategik alyanslarni xorijiy kompaniyalar bilan hamkorlik jarayonidagi xavf-xatari. Xorijiy kompaniyalar bilan strategik hamkorlikning samaradorligi. Hamkorning ishonchiligi. Madaniy farqlarni inobatga olish. Alyansning hamma qatnashchilar uchun manfaati bo'lishi. Barcha tomonlarni o'z majburiyatlarini bajarishi. Tezkorlikni ta'minlash uchun samarali qaror qabul qilish jarayonini tashkil etish. Foyda markazlari.

8-**mavzu. Tovar siyosatida strategik qarorlar**

Taklif etilayotgan tovarning jozibadorligini shakllantirish strategiyasi. Tovar liniyasi. Tovar nomenklaturasi yoki tovar miksi. Tovar innovatsiyasi. Tovar variatsiyasi. Tovar eliminatsiyasi. Tovar differentsiatsiyasi. Tovarining qulaylik darajasi. Tovarining ishonchiligi. Tovarining chidamliligi. Tovarining ta'mirlanuvchanligi. Tovar dizayni. Yangi tovarni ishlab chiqish va bozorga kiritish. Yangi tovarni rejalashtirish vazifasi. Majburiy munosabatlar (birikuvlar) uslub. Morfologik uslub. Miya hujumi uslub. Sinektika usuli. Yangi tovarning iqtisodiy tahlili. Tovar dizayni. Marka. Ishlab chiqaruvchi markasi. Xususiy marka. Tovarlar o'rovi. Tovar variatsiyasi. Tovar modifikatsiyasi. Tovar eliminatsiyasi.

9-**mavzu. Strategiyani amalga oshirish: kompetentlik, qayta tashkil etish va struktura.**

Strategiyani tadbir etish chegaralari. Strategiyani amalga oshirishni boshqarish. Samarali tashkilotni shakllantirish. Tayanch lavozimlarga kadrlarni tanlash. Bilimdonlikni (kompetentlikni) oshirish. Ishchilarni o'qitish. Strategiyani tashkiliy tuzilmaga moslashuvi. Hisobotlarni va funksiyalarni o'zaro muvofiqlashtirish. Vakolatlarni va har bir bo'limning mustaqilligini aniqlash. Tuzilmaning strategiyaga bo'yusinishi. Tashkiliy tuzilmalarning strategik ustunliklari va kamchiliklari. Funksional tashkiliy tuzilmalar

<p>Tashkiliy tuzilmalarning geografik shakllari. Markazlashmagan xo'jalik birliklari. Strategik biznes birliklar. Tashkilotning matrisali shakllari. Tayanch tashkiliy tuzilmani shakllantirish. Tashkiliy tuzilmalarni rivojlantirish istiqbolari. Zamonaviy tashkiliy analar.</p> <p>10-mavzu. Strategiyani tadbiq etish: smetalar, siyosat, ilg'or tajriba, qo'llab-quvvatlovchi tizimlar va rag'batlantirish.</p> <p>Strategiya va smetalarning uzviy bog'liqligi. Strategiyani tadbiq etishga xizmat qiladigan siyosat va proseduralarni yaratish. Ilg'or tajribani o'rganish va undan samarali foydalanish. Qo'llab – quvvatlovchi tizimlarni yaratish. Strategik axborotlarni to'plashni ta'minlash. Strategiyani qo'llab – quvvatlovchi mukofotlash tizimini yaratish. Rag'batlantirish usullari. Mukofotlar va rag'batlantirishlarTopshiriqlarni maqsad ko'rsatgichlari bilan bog'lash. Natijalar uchun mukofotlash. Rag'batlantirishning samaradorligini oshirish.</p>	<p>III. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar</p> <p>Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihatlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.</p> <p><i>Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi manzular tavsiya etiladi:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategik boshqaruv to'g'risida umumiy ma'lumotlar. 2. Strategik reja yaratishning muammolari. 3. Bozor iqtisodiyotida va kompaniyada marketingning roli. 4. Strategiya va raqobatbardoshlik. 5. Strategiya va kompaniya vaziyatini muvofiqlash. 6. Marketing strategiyasini tanlash. 7. Globalshuv davrida raqobatli strategiyalar. 8. Tovar siyosatida strategik qarorlar. 9. Strategiyani amalga oshirish: kompetentlik, qayta tashkil etish va struktura. 10. Strategiyani tadbiq etish: smetalar, siyosat, ilg'or tajriba, qo'llab-quvvatlovchi tizimlar va rag'batlantirish. <p>IV. Fan bo'yicha kurs ishi namunaviy mavzulari va bajarish bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompaniyaning operatsion va strategik boshqaruvining xususiyatlari. 2. Strategiyani amalga oshirish muvaffaqiyat va maqsadlarga erishishning kalitidir. 3. Kompaniya strategiyasini amalga oshirishda yuqori menejmentning hal qiluvchi roli. 4. Strategiyani bajarilishini baholash va nazorat qilish.
---	---

<ol style="list-style-type: none"> 5. Strategik boshqaruvning vazifalari va maqsadlarini aniqlash. 6. Kompaniya faoliyatini strategik rejalashtirishda atrof-muhitni tahlil qilish zarurati. 7. Tashkilot va tashqi muhit o'rtasidagi muvozanatni saqlash zarurati. 8. Vaziyatni tahlil qilish, uning xususiyatlari va mazmuni. 9. Kompaniyaning kuchli va zaif tomonlarini tahlil qilish. 10. Tashkilotning missiyasini keng va tor tushunish. 11. Missiya tarifi ta'sir qiluvchi omillar. Ular shakllantirishda maqsadlarga qo'yiladigan talablar. 12. Ishlab chiqarish xarajatlarini minimalashtirishda etakchilik. 13. Biznesni rivojlantirishning asosiy (etalon) strategiyalari. 14. Kompaniya strategiyasini tanlashda asosiy harakatlar va qadamlar. 15. Strategiyani amalga oshirishning asosiy bosqichlari. 16. Kompaniya strategiyasini amalga oshirish nuqtai nazaridan tashkiliy tuzilmam tahlil qilish. 17. Strategiyani amalga oshirishda tashkiliy madaniyatning roli. 18. Kompaniyaning bozorda joylashishi. 19. Firma strategiyasining ko'rinadigan va yashirin elementlari. 20. Kompaniyaning maqsadlari odamlarni birlashtirish usuli va strategik menejmentning eng muhim vazifasi sifatida. 21. Marketing faoliyatini strategik nazorat qilish va taftish rejasining mazmuni. 22. Yangi mahsulotlarni ishlab chiqish strategiyalari. 23. Marketing faoliyatining uzoq muddatli va qisqa muddatli ta'sirini baholash 24. Strategik marketing: yangi urg'ular va texnologiyalar 25. Zamonaviy brendlarni boshqarish strategiyalari Tovar kapitalini baholash: usullari va natijalari Sheriklik marketingi: boshqaruv va vositalarning o'ziga xos xususiyatlari 26. Biznesni tarmoq tashkilotida marketing. 27. Strategik menejmentning yangi vositalari: marketing komponenti 28. Kompaniyaning strategik maqsadlari tizimi va ularni ko'rsatkichlarga aylantirish 29. Biznesni tashkil etishning innovatsion shakllari: asosiy o'zgarishlarning dimamikasi 30. Mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatish strategiyasi. <p>Kurs ishi ushida ishlash davomida talaba o'quv jarayonida olgan nazariy bilimlari va mustaqil tadqiqot natijalarini yozma ravishda bayon qilish usulini, kelirilgan fikrlarning aniqligi, materiallarning joylashish ketma-ketligi, rasmiylashtirishga qo'yiladigan umumqabul qilingan talablarni hisobga olgan holda bayon qilish tajribasiga ega bo'lishi juda muhimdir. Bo'lajak iqtisodchi</p>
--