Marketing (kimyo va oziq-ovqat sanoati)

Ta'lim shakli, ta'lim davri:
240 kredit to'planadi, sirtqi ta'lim shakli, 5 yil o'qiladi

Ta'lim klasifikatori:
marketolog

Ilmiy izlanish qamrovi:
kimyo va oziq-ovqat sanoati

Fakultet:
Menejment va professional ta'lim

Mutaxassislik kodi:
60412500

Kafedra mudiri:
Xo'jamurodov Asqarjon Jalolovich simk@tkti.uz

O'quv dasturining maqsad(lar)i:

Mehnat bozori talablariga javob beradigan, oliy ma'lumotli, yuqori professional malaka va ko'nikmalarga ega bo'lgan Marketing (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) bo'yicha mutaxassislarni (bakalvr va magistr) tayyorlash hisoblanadi.

Professional faoliyatga kirish:

bakalavriat sirtqi ta'lim yo'nalishi– O'zbekiston kimyo va oziq ovqat sanoati korxonalari bilan o'zaro mustahkam aloqalar o'rnatilgan bo'lib, korxonalarda marketing dasturlarini tahlil qilish, rejalashtirish va boshqarish yuzasidan muammolarga yechim topish maqsadida ilmiy ishlar olib borilmoqda. Magistratura talabalariga korxonalardagi mavjud muammolarga asoslangan dissertatsiya mavzulari berilgan, ular asosan, korxonadagi mavjud marketing faoliyati dasturlarini hamda iste'molchilarga qiymat yaratish va yetkazib berish jarayonlarini muvaffaqiyatli boshqarish imkonini beradi. Marketologning kasbiy faoliyati ishlab chiqarish va xizmatlarni rivojlantirish bilan bog'liq bo'lib, mahsulot assortimentini tanlash va o'zgartirish, tadbirkorlik faoliyati samaradorligini ta'minlash, shuningdek, mahsulot va narx siyosatini boshqarish salohiyatini yanada oshirishga ko'maklashishga yo'naltirilgan.

Marketing (kimyo va oziq-ovqat sanoati)

1-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SO'EYT1104	O'zbekistonning eng yangi tarixi	4
SIQTN1106	Iqtisodiyot nazariyasi	6
SMARK1104	Marketingga kirish	4
SXT1106	Xorijiy til	6
SMAT1106	Amaliy matematika	6

2-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SO'RT1204	O'zbek (rus) tili	4
SXT1204	Xorijiy til	4
SMAT1206	Amaliy matematika	6
SITT1206	Iqtisodiy ta'limotlar tarixi	6
SIAKT1206	Iqtisodiyotda axborot kommunikatsion texnologiyalar va tizimlar	6

3-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SDIN2304	Dinshunoslik	4
SRQI2306	Raqamli iqtisodiyot	6
SMARK2306	Marketing asoslari	6
SSTAT2304	Statistika	4
SMIKI2304	Mikro iqtisodiyot	4

4-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SMEN2406	Menejment	6
SBUX2406	Buxgalteriya	6
SJIXI2406	Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar	6
SITA2406	Iqtisodiy tahlil va audit	6

Marketing (kimyo va oziq-ovqat sanoati)

5-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SJIXI3506	Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar	6
SSTRM3506	Strategik menejment	6
SMAKI3504	Makro iqtisodiyot	4
SINVM3504	Innovatsion menejment	4
Tanlov fanlar		
SKBT3504/	Kichik biznes va tadbirkorlik/	4
SMERCh3504	Merchandayzing	4

6-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SFAL3604	Falsafa	4
SBRB3604	Brendni boshqarish	4
SIXA3606	Iste'molchi xulq atvori	6
Tanlov fanlar		
SQQB3604/ SMLA3604	Qimatli qog'ozlar bozori/ Moliya asoslari	4
SYTO'R3602	Yangi tahrirdagi O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi	2

7-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SKOOM4704	Oziq - ovqat maxsulotlarini ishlab chiqarish asoslari	4
SBRB4706	Brendni boshqarish	6
SMTS4706	Marketingda tovar siyosati	6
Tanlov fanlar		
STUK4704/ SSPSS4704	Tadqiqot usullari va ko'nikmalari SPSS ga kirish	4
SMKM4704/ SMLB4704	Marketing menejmenti/ Moliya bozori	4

8-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SSM4804	Sifat menejmenti	4
Tanlov fanlar		
SXQM4804/ SRQM4804	Xalqaro marketing/ Raqamli marketing	4
SKOOM4804/ SKOOS4804	Kimyo va oziq ovqat maxsulotlarini ishlab chiqarish asoslari/ KOOS korxonalari iqtisodiyoti	4
SMARA4806/ SREKI4806	Marketing analitikasi/ Reklama ishi	6

Marketing (kimyo va oziq-ovqat sanoati)

9-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SMNS5906	Marketingda narx siyosati	6
SSMM5906	SMM marketing	6

Tanlov fanlar

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SSRMM5906/ SINTM4906	SRM marketing/ Internet marketing	6
SXTI5904/ SXQS5904	Xalqaro tijorat ishi/ Xalqaro savdo	4

10-semestr

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SEHFH5104	Ekologiya va hayot faoliyati havfsizligi	4

Tanlov fanlar

Fan kodi	Fan nomi	Kredit miqdori
SINVB5104/ SYIQ5104	Investitsiyalarni boshqarish/ Yashil iqtisodiyot	4
SRSM5104/ SMKT5104	Risk menejmenti/ Marketing tadqiqotlari	4

Marketing (kimyo va oziq-ovqat sanoati)

O‘rganish natijalari:

Bilim va tushunchalar

A1 Marketinga oid fanlar, ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohasidagi raqamli marketing fanlarni o‘rganadi

A2 Tarmoqlar va sohalar korxonalari, tashkilotlar, xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarida marketing faoliyatini tashkil etishga oid tushunchalarni o‘rganadi va tadbiq etadi

A3 Ishlab chiqarishni va xizmat ko‘rsatishda marketing faoliyatini tashkil etish, bajarayotgan faoliyati bo‘yicha ish rejasini tuzish va uni bajarish, nazorat qilish va amalga oshirilgan ishlarning natijalarini baholashni bajaradi

A4 Korxona va kompaniyalarda marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish; korxonada marketing loyihalarni rejalashtirish va boshqarishmarketing bo‘limini tarkibiy tuzilishining optimal variantlarini tanlash, kompaniya, korxonalarda marketing boshqaruv tizimini loyihalashtirish kabi bilam va ko‘nikmaga ega bo‘ladi

Texnologik tahlil

B1 Marketing faoliyatni tashkil etish va amalga oshirish qobiliyatiga ega

B2 Marketing tizimi, korxonalarining marketing siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirish jarayonlari tushuntirish qobiliyatiga ega

B3 Korxonalar marketing-boshqaruv faoliyatida qabul qilinadigan qarorlarni ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik mezonlari asosida ishlab chiqishda hamda qarorlarni muqobil variantini tanlab olishni asoslashda ishtirok etish tushuntirish qobiliyatiga ega bo‘ladi

B4 Aniq marketing loyihani bajarish uchun tashkil etilgan jamoa va guruhlarni tezkor ravishda boshqarish, ishlab chiqarish tarmoqlari va industrial tarmoq korxonalariga investitsiyalarni jalb etish loyihalarini ishlab chiqish va uni boshqarishni amalga oshiradi.

Texnologik dizayn

C1 Yechilayotgan ilmiy muammolarlarning konseptual hamda nazariy marketing modellarini ishlab chiqish bo‘yicha ishlanmalarni amaliyotga tatbiq etishning faoliyat ko‘lamini qamrab oladigan masalalarni hal qiladi.

C2 Iqtisodiyotning tarmoqlari, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish majmualari, korporatsiyalar, konsernlar, xolding, ishlab chiqarish birlashmalari marketing faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha amaliy ko‘nikmalar shakllantiradi

Tadqiqot

D1 Ilmiy, amaliy tadqiqotlarni o‘tkazish, tajriba natijalarini tahlil qilish va ular asosida ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish, ilmiy yangiliklarni kashf etish;

D2 Ilmiy maqolalar, ma’ruzalar, risola, o‘quv adabiyotlar tayyorlash va tahrir qilish, o‘tkazilayotgan tadqiqotlar mavzusi bo‘yicha ilmiy sharhlarni ishlab chiqish, referatlar va bibliografiyalarni tuzish

D3 Ilmiy adabiyotlar va internet tarmog‘ida eng yangi ilmiy, konstruktorlik, texnologik va ekspluatatsion yutuqlar haqidagi ma’lumotlarni maqsadga yo‘nalgan holda qidirish va topish;

D4 Ilmiy seminar, konferensiya va simpoziumlarni tashkil etish, o‘tkazish hamda faol ishtirok etish;

D5 Mos mutaxassislik mavzusi bo‘yicha ilmiy loyihalarni ishlab chiqish, yechilayotgan ilmiy muammolar va topshiriqlarning konseptual va nazariy modellarini ishlab chiqish;

D6 Ilmiy faoliyatni tashkil qilish, zamonaviy axborot va pedagogik texnologiyalardan, o‘qitishning texnik vositalaridan foydalanib o‘quv mashg‘ulotlarini o‘tkazish

Amaliy tadbirlar

E1 Namunaviy marketing jarayonlarni ishlab chiqish va ularni qo‘llash;

E2 Ilmiy va amaliy faoliyatda sohaga mos tizimni rivojlantirish va ulardan foydalanish;

E3 Marketing faoliyati natijalari bo‘yicha ma’lumotlarni qayta ishlash usullaridan foydalanish va monitoringini olib borish;

E4 Fan va texnika yutuqlarini marketing jarayoniga tadbiq etish;

E5 Iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlikni baholash ko‘nikmalariga ega bo‘lishi;

E6 Amaliy faoliyatda instrumental vositalarni va ishlab chiqarish muhitini takomillashtirish qobiliyatlariga ega bo‘lishi lozim.

Shaxsiy ko‘nikmalar

F1 Ilmiy dunyoqarashga doir bilimlar tizimini egallagan bo‘lishi, umummetodologik fanlar asosi, iqtisodiy muammolar va jarayonlarni mustaqil tahlil qilish qobiliyatiga ega bo‘ladi

F2 Xorijiy tillardan birida kasbiy faoliyatiga oid hujjatlar va ishlar mohiyatini tushunishi, ilmiy tadqiqot va pedagogika metodologiyasini bilishi va kasbiy faoliyati undan zamonaviy ilmiy asosda kasb faoliyatida foydalana biladi.

F3 Yangi bilimlarni mustaqil egallay bilishi, o‘z ustida ishlashi va mehnat faoliyatini ilmiy asosda tashkil qila oladi

F4 O‘zlashtirilgan bilimlarni ijodiy tanqidiy ko‘rib chiqish va tahlil qilishi, ulardan ilmiy faoliyatida foydalana oladi

F5 O‘z faoliyatida me’yoriy-huquqiy hujjatlardan foydalana olishi, o‘zining kasbiy faoliyatida asosli mustaqil qarorlar qabul qila biladi

F6 Internet tarmog‘idan axborotlarni olish, saqlash, qayta ishlashning asosiy usullari va vositalariga ega bo‘lishi, axborotni boshqarish vositasi sifatida kompyuter bilan ishlash ko‘nikmalariga ega bo‘ladi;

F7 Raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan foydalana olish, axborotlashgan jamiyat sharoitida raqamli iqtisodiyotning mohiyati va ahamiyatini tushunish, axborot xuruji xavfi va tahdidlarini anglash, axborot xavfsizligining asosiy talablariga rioya qilish qobiliyatiga ega bo‘ladi