

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI**  
**OLIV TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

***70411201-Marketing magistratura mutaxassisligining***  
***MALAKA TALABI***

**Toshkent-2024**

**UZR OTM**  
**Buyruq № 277**  
**2024 yil "01" 08**



**ISHLAB CHIQLIGAN VA KIRITILGAN:**

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

**TASDIQLANGAN VA AMALGA KIRITILGAN:**

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining  
2024-yil “12” 08 dagi 277 – sonli buyrug‘i bilan.

**JORIY ETILGAN:**

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

Mazkur Malaka talablari “Oliy ta’limning davlat ta’lim standarti. Asosiy qoidalar”, “Oliy ta’limning 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

<b>T/r</b>		<b>bet</b>
<b>1.</b>	<b>Umumiy tavsifi.....</b>	<b>4</b>
1.1.	Qo‘llanish sohasi .....	4
1.1.1.	Malaka talabining qo‘llanilishi .....	4
1.1.2.	Malaka talablarining asosiy foydalanuvchilari.....	4
1.2.	Kasbiy faoliyatlarining tavsifi .....	4
1.2.1.	Kasbiy faoliyatining sohalari .....	4
1.2.2.	Kasbiy faoliyatlarining obyektlari .....	4
1.2.3.	Kasbiy faoliyatlarining turlari.....	5
1.2.4.	Kasbiy vazifalari .....	5
<b>2.</b>	<b>Kasbiy kompetensiyalariga qo‘yiladigan talablar .....</b>	<b>8</b>
<b>3.</b>	<b>Amaliyotlarga qo‘yiladigan talablar .....</b>	<b>9</b>
<b>4.</b>	<b>Fanlar katalogining tuzilishi .....</b>	<b>10</b>
	<b>Bibliografik ma’lumotlar .....</b>	<b>11</b>
	<b>Kelishuv varag‘i.....</b>	<b>12</b>

## **1. Umumiy tavsifi**

70411201-Marketing mutaxassisligi bo'yicha magistratlar tayyorlash kunduzgi ta'lim shaklida amalga oshiriladi. Kunduzgi ta'limda magistratura dasturining me'yoriy muddati 2 yil.

### **1.1. Qo'llanish sohasi**

#### **1.1.1. Malaka talabining qo'llanilishi.**

Malaka talablari 70411201-Marketing mutaxassisligi bo'yicha magistratlar tayyorlovchi barcha oliy ta'lim muassasalari uchun talablar majmuyini ifodalaydi.

#### **1.1.2. Malaka talablarining asosiy foydalanuvchilari:**

Mazkur mutaxassislik bo'yicha malaka talablari, o'quv reja va o'quv dasturlarini 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 muassasalarining boshqaruv xodimlari (rektor, prorektorlar, o'quv bo'limi boshlig'i, dekanlar va kafedra mudirlari) va professor-o'qituvchilari;

mutaxassislikning o'quv rejasi va o'quv dasturlarini o'zlashtiruvchi oliy ta'lim muassasasining talabalari;

magistratura 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 bakalavriat bitiruvchilari, ularning ota-onalari va boshqa manfaatdor shaxslar.

### **1.2. Kasbiy faoliyatlarining tavsifi.**

#### **1.2.1. Kasbiy faoliyatining sohalari.**

Barcha ta'lim muassasalarida mutaxassislikka oid fanlarni o'qitish, O'zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi va tarmoq ilmiy tadqiqot institutlari, markazlari, ilmiy ishlab chiqarish birlashmalarida ilmiy tadqiqot faoliyatini yuritish, turli mulkchilik shaklidagi korxonalar, nodavlat va notijorat tashkilotlari, markaziy va mahalliy davlat boshqaruv organlari, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarida marketing faoliyatni tashkil etish va takomillashtirish bilan bog'liq kasbiy sohalar majmuasini qamrab oladi.

#### **1.2.2. Kasbiy faoliyatlarining obyektlari.**

Davlat va nodavlat tashkilot, korxonalar va muassasalar, kompaniyalar (firmalar), ishlab chiqarish birlashmalari va soha korxonalarida iqtisodchi.

70411201-Marketing magistratura mutaxassisligi bo'yicha bitiruvchilar oliy ta'lim, qayta tayyorlash va malaka oshirish, professional ta'lim muassasalarida pedagogik faoliyat professional ta'lim muassasalarida ta'limning vakolatli boshqaruv organlari tomonidan aniqlanadigan umumkasbiy va ixtisoslik fanlarini o'qitish bo'yicha pedagogik faoliyati bilan shug'ullanish huquqiga ega bo'ladi.



Fanlar akademiyasi va tarmoq ilmiy-tadqiqot institutlari va markazlarida hamda oliy ta’lim muassasalarida ilmiy-tadqiqot faoliyati va jarayonlar;

real sektor korxonalarining rivojlanishi strategiyasini ifodalovchi iqtisodiy ko’rsatkichlar tizimi;

davlat va shaxs hamda xo’jalik faoliyati sub’ektlarining iqtisodiy rivojlanishini ta’minlash, iqtisodiyot sohasidagi fundamental va amaliy tadqiqotlar, tajriba-konstruktorlik ishlari;

davlat va mahalliy boshqaruv organlari, iqtisodiyot va savdo sohaslarida boshqaruv jarayonlari;

iqtisodiyotning tarmoqlari, ishlab chiqarish va noishlab chiqarish majmualari, turli mulkchilik shaklidagi assotsiatsiyalar, korporatsiyalar, konsernlar, firma, kompaniyalar, xolding, ishlab chiqarish birlashmalarida marketing faoliyatni tashkil etish va boshqarish jarayonlari;

aksiyadorlik jamiyatlari, xolding kompaniyalari, assotsiatsiyalar, konsernlar, uyushmalarning marketing bo’limlari, qo’shma korxonalar, xorijiy korxonalar, sug’urta va lizing kompaniyalari bozor faoliyatini tashkil etish;

iste’mol tovarlari va xizmatlar bozori subyektlari;

ishlar chiqarish va xizmat ko’rsatish korxonalarining marketing bo’limlarida marketing tadqiqotlarini tashkil etish, strategik rejalashtirish va boshqarish bilan bog’liq marketing xizmatlarini tashkil etish;

birjalar, bitimlar, shartnomalar va kontraktlar;

mas’uliyati cheklangan jamiyatlar, xususiy korxonalar, kichik korxonalarining marketing bo’limi;

ilmiy tadqiqot markazlari va loyihalash institutlari, ilmiy ishlab chiqarish birlashmalarida ilmiy tadqiqot ishlari, nazariy konsepsiya va ishlanmalar yaratish.

### **1.2.3. Kasbiy faoliyatlarining turlari:**

- *ilmiy-tadqiqot;*
- *pedagogik;*
- *moliyaviy-iqtisodiy;*
- *hisob, tahlil va nazorat;*
- *tashkiliy-boshqaruv;*
- *ishlab chiqarish va xizmat ko’rsatish;*
- *konsalting xizmati;*
- *axborot-tahliliy faoliyat;*

### **1.2.4. Kasbiy vazifalari.**

70411201-Marketing mutaxassisligi bo’yicha Milliy malaka ramkasining 7-malaka darajasi hamda magistr kasbiy faoliyatlarining sohalari, obektlari va turlariga muvofiq, magistratura bitiruvchisi quyidagi kasbiy vazifalarni samarali bajarishga qodir bo’lishi lozim:

#### **Ilmiy-tadqiqot va pedagogik faoliyatida:**

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

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;

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

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

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

oliy ta’lim, qayta tayyorlash va malaka oshirish, professional ta’lim muassasalarida mutaxassisligi bo‘yicha pedagogik va o‘quv-uslubiy faoliyat yuritish;

o‘quv jarayonini va ilmiy faoliyatni tashkil qilish, zamonaviy axborot va pedagogik texnologiyalardan, o‘qitishning texnik vositalaridan foydalanib o‘quv mashg‘ulotlarini o‘tkazish;

elektron (e-learning), mobil (m-learning), masofaviy axborot texnologiya va o‘quv-metodik majmualarni mukammal o‘zlashtirish;

pedagogik va ilmiy mahorati hamda malakasini muntazam oshirib borish.

**Moliyaviy-iqtisodiy hamda hisob, tahlil va nazorat faoliyatida:**

davlat, mahalliy hukumat va xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar iqtisodiy faoliyatini samarali tashkil etish va boshqarish bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi qonunlari hamda me‘yoriy-huquqiy hujjatlarni bilishi va ulardan o‘z faoliyatida foydalana olish;

iste‘mol tovarlari va xizmatlar bozorini miqdor va sifat me‘zonlari, bozor konyunkturasi holatini o‘rganish, marketing tadqiqotlarini olib borish hamda kritik holatining indikatorlarini aniqlash;

barqaror iqtisodiy rivojlanish sohasida yechilayotgan ilmiy muammolar va topshiriqlarning konseptual hamda nazariy modellarini ishlab chiqish va ilmiy-tadqiqot natijalari bo‘yicha tavsiyalar va ishlanmalarni amaliyotga tatbiq etish;

bozor sub’ektlarining moliyaviy barqarorligini oshirish va uni rivojlantirish yo‘llarini ishlab chiqish;

O‘zbekistondagi hamda xorijdagi mikro va makro darajada sodir bo‘ladigan, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar hamda hodisalarni xarakterlaydigan ko‘rsatkichlarni tahlil qilish va qiyoslash, tovarlar bozorini rivojlanishga tahdid soluvchi xavf-xatarlarni aniqlash;

byudjet tizimi va byudjet parametrlari, byudjetdan tashqari turli jamg‘armalarning shakllanishi hamda bajarilishini nazorat qilish, davlat va mahalliy resurslaridan samarali foydalanish choralarini ko‘rish;

moliya operatsiyalari, moliya bozori faoliyati monitoringini olib borish, davlat va mahalliy tashkilotlar, korxonalarda ichki nazorat va audit tizimining samarali faoliyat ko‘rsatishini baholash, qonunbuzarliklarni aniqlash va ularni bartaraf etish choralarini ko‘rish.



## **Tashkiliy-boshqaruv hamda ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish faoliyatida:**

korxonalar marketing faoliyatini tashkil etish va boshqarish;

fan va texnika yutuqlarini bozor jarayoniga tatbiq etish;

korxonalar marketing faoliyatini samarali amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan munosabatlar va jarayonlarni rejalashtirish;

zamonaviy raqamli marketing kommunikatsiya tizimini yaratish va ularning natijalari asosida strategik qarorlar qabul qilish, korxonalar marketing bozor faoliyatini o‘ranish

tovarlar bozorida monitoringi amalga oshirish va tovarlar sifatini baholash usullari va mexanizmlarini ishlab chiqish hamda amalga tatbiq etish;

- korxonalar marketing faoliyatini atrof-muhitni muhofaza qilish va barqaror rivojlanish talablariga mos kelishi borasida ishlab chiqarish jarayonlarini nazorat qilishda ishtirok etish

- tashkilot, korxonalar va ularning alohida marketing bo‘linmalarining tashkiliy tuzilmasini optimallashtirish, xodimlarning professional tayyorgarlik darajasini oshirib borishni tashkil qilish va boshqarish, mehnat salohiyatidan samarali foydalanishni rejalashtirish, mehnatni rag‘batlantirish tizimini yo‘lga qo‘yish;

- reja, hisob-kitob hujjatlarini yuritish, yangi texnika va texnologiyalarni joriy etish, iqtisodiy rivojlanish sohasida ratsionalizatorlik takliflar va ixtirolar bo‘yicha iqtisodiy samaradorlikni aniqlash;

- qabul qilinadigan qarorlarni iqtisodiy, ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik mezonlari asosida ularni xavf-xatar va oqibatlarini hisobga olgan holda boshqaruv qarorlari variantlarini ishlab chiqishda hamda tanlab olishni asoslashda ishtirok etish;

- shartnomalarni tuzish uchun zarur bo‘lgan hujjatlarni to‘plash, tezkor va statistik hisobotni olib borishni tashkil etish, hisobotlarni tuzish tartiblarini aniqlash;

- tarmoqlar va sohalar bo‘yicha korxonalar marketing tovar ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish hamda mehnat resurslaridan samarali foydalanishni rejalashtirish va amalga oshirish;

- loyihaviy va dasturiy hujjatlarni ishlab chiqish, bajarilayotgan nazariy va amaliy ishlar mavzusi bo‘yicha matematik, informatsion va imitatsion modellarni ishlab chiqish va tatbiq etish;

- iqtisodiyot tarmoq va sohalar korxonalarida yangi marketing innovatsiyalarini va texnologiyalarini tatbiq qilinishini tashkil etish.

### **Konsalting xizmati faoliyatida:**

iqtisodiy faoliyat sohasida mavjud holatning tahliliy sharhini ishlab chiqish;

iqtisodiy faoliyat sohasida mutaxassislikka mos bo‘lgan mavzulardagi loyihalarni ekspertiza qilish bo‘yicha ekspert guruhlarida rais (ishtirokchi) sifatida qatnashish;

mutaxassislikka mos mavzular bo‘yicha konsalting xizmatlarini ko‘rsatish;

marketing konsalting xizmatlarini ko‘rsatish;

### **Axborot-tahliliy faoliyatida:**

bozor axborotlarini yig‘ish va ularni qayta ishlash;



bozor konyunkturasi, iste'molchilar va raqobat muxitini o'zgarishlarini aniqlash va omillar ta'sirini sifat va miqdor jihatdan tahlil qilish, oqibatlarini baholash;

marketing tadqiqotlari va faoliyati natijalari bo'yicha hisobot tayyorlash;  
o'zlashtirilgan bilimlarni ijodiy tanqidiy ko'rib chiqish va tahlil qilish, ulardan ilmiy faoliyatda foydalana olish;

korxonalarining bozordagi muammolarini yechish, maxalliy brendlar bo'yicha ijtimoiy fikrni shakllantirish hamda milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari nuqtayi nazarini o'rganish borasida tahliliy ishlar olib borish;

marketing faoliyatini samaradorligini baholash qobiliyatlariga ega bo'lishi lozim.

## **2. Kasbiy kompetensiyalariga qo'yiladigan talablar.**

ilmiy dunyoqarashga doir bilimlar tizimini egallagan bo'lishi, umummetodologik fanlar asosi, iqtisodiy muammolar va jarayonlarni mustaqil tahlil qilish qobiliyatiga ega bo'lishi;

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 bilish;

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

o'z faoliyatida me'yoriy-huquqiy hujjatlardan foydalana olishi, o'zining kasbiy faoliyatida asosli mustaqil qarorlar qabul qila bilishi;

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'lishi;

raqamli marketing texnologiyalaridan foydalana olish, axborotlashgan jamiyat sharoitida raqamli marketingning mohiyati va ahamiyatini tushunish, mijozlar bilan onlayn muloqot qilish usullari va vositalarini aniqlash;

marketing tadqiqotlari olib borish, tadqiqot natijalarini qayta ishlash va ular asosida ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish, ilmiy maqolalar tayyorlash va tahrir qilish, ilmiy seminar, konferensiya va simpoziumlarni tashkil etish, o'tkazish, ilmiy loyihalarni ishlab chiqish ko'nikmalariga ega bo'lish;

pedagogik faoliyatida axborot va pedagogik texnologiyalardan foydalanishni bilish;

ta'lim sifati va samaradorligini oshirishga innovatsion yondashishni bilish;

ilmiy faoliyati natijalari bo'yicha davlat va xorijda e'lon qilingan loyihalarda ishtirok etish uchun loyiha tayyorlash;

davlat, nodavlat va notijorat tashkilotlari tomonidan e'lon qilingan loyihalarda ishtirok etish uchun loyiha tayyorlash;

barqaror rivojlanish maqsadlariga yo'naltirilgan savdo va logistika tizimlarini joriy etish;

tashkilot, korxonalar va ularning alohida bo'linmalari tashkiliy tuzilmasini optimallashtirish, xodimlarning professional tayyorgarlik darajasini oshirib borishni

tashkil qilish va boshqarish, mehnat salohiyatidan samarali foydalanishni rejalashtirish, mehnatni rag‘batlantirish tizimini yo‘lga qo‘yish;

marketing tadqiqotlarida axloqiy masalalarni, tadqiqotchilarning mijozlar oldidagi majburiyatlarini anglash va samarali qaror qabul qilishni bilish;

marketing tadqiqotlari va unga oid muammolarni, global marketing tadqiqotlari hamda jahon bozorida marketing tadqiqotlarini tashkil etishni va unga doir muammolarni samarali hal etish;

barqaror raqobatdosh ustunlikka erishish uchun strategik rejalashtirish, bozor ma‘lumotlari, mijozlarga yo‘naltirilganlik va texnologik mahoratni oshirishga yordam beradigan vositalar taqdim eta olish;

xizmatlar bozoridagi o‘zgarishlarni, miqdoriy va sifatiy o‘zgarishlarni tahlil qila olishni, ular asosida samarali marketing karorini qabul qilish;

bozorida qo‘llaniladigan raqamli marketing strategiyalari bo‘yicha ilmiy, uslubiy va amaliy yechimlarini taqdim eta olish;

turli mulkchilik shaklidagi savdo korxonalarida marketing, tovar, narx va kommunikatsiya siyosati doirasidagi iqtisodiy tamoyillarni qo‘llay bilishi;

korxonalarining tovar siyosatini boshqarish, logistika tizimini yo‘lga yo‘lga qo‘yish, shartnomalar imzolash, narx siyosatini ishlab chiqish, marketing kommunikatsiya vositalaridan foydalanish, raqamli marketing texnologiyalarini qo‘llash;

marketing jarayonlarini samarali amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan moddiy va nomoddiy resurslarini rejalashtirish va ulardan optimal foydalanish bo‘yicha strategik qarorlar qabul qilish;

tovarlar va xizmatlar bozorida raqobat muhitini shakllantirishning bozor mexanizmlarini joriy etish, iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish va iste‘mol madaniyatini shakllantirish;

me‘yoriy-huquqiy hujjatlarni iqtisodiy ekspertizadan o‘tqazishni bilish;

mijozlarni maqsadli segmentlash, mijozlar xatti-harakatlarini tushunish, tendensiyalarni bashorat qilish, kompaniya samaradorligini o‘lchash va marketing strategiyalarini optimallashtirish, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) tizimlaridan foydalanish, asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlarini (KPI) kuzatish;

iste‘molchilarning xatti-harakatlarini tushunish orqali korxonalar mijozlarini jalb qiladigan va ushlab turadigan holatini o‘rganishni, iste‘molchilar bilan ishonch va tushunishga asoslangan munosabatlarni o‘rnatish orqali korxonalar uzoq muddatli sodiqlikni yaratish dasturlarini ishlab chiqish;

### **3. Amaliyotlarga qo‘yiladigan talablar.**

Ilmiy amaliyot – umumkasbiy va ixtisoslik fanlaridan nazariy bilimlarni mustahkamlash va amaliy (ishlab chiqarish) jarayonlari bilan uyg‘unlashtirish, tegishli ilmiy-tadqiqot va amaliy ko‘nikmalar, kompetensiyalar va malakalarni shakllantirishga qaratiladi.

Mutaxassislik bo‘yicha quyidagi amaliyot o‘tkaziladi:

1. Ilmiy-pedagogik ish va malaka amaliyoti
2. Ilmiy tadqiqot ishi va magistrlik dissertatsiyasini tayyorlash



**4. Fanlar katalogining tuzilishi:**

<b>T.r.</b>	<b>Fanning malakaviy kodi</b>	<b>O'quv fanlari, bloklar va faoliyat turlari</b>	<b>Umumiy yuklamaning hajmi, soatlarda</b>	<b>Kredit miqdori</b>	<b>Semestri</b>
<b>1.00</b>		<b>Majburiy fanlar</b>			
1.01	ITM1105	Ilmiy tadqiqot metodologiyasi	150	5	1
1.02	MFO'M1105	Maxsus fanlarni o'qitish metodikasi	150	5	1
1.03	XMR1105	Xizmatlar marketingi	150	5	1
1.04	BBMR1105	B2B marketing	150	5	1
1.05	QQMRT1205	Qaror qabul qilish uchun marketing tadqiqotlari	150	5	2
1.06	IT1205	Iste'molchini tushunish	150	5	2
<b>2.00</b>		<b>Tanlov fanlar</b>	<b>900</b>	<b>30</b>	<b>2,3</b>
<b>2.00</b>		Tanlov fanlar	<b>900</b>	<b>30</b>	2,3
	<b>Kvalifikatsiya</b>	<b>Marketolog (pedagog-tadqiqotchi)</b>			
		<b>Jami</b>	<b>1800</b>	<b>60</b>	
		Ilmiy-pedagogik ish va malaka amaliyoti	600	20	1,2,3,4
		Ilmiy tadqiqot ishi va magistrlik dissertatsiyasini tayyorlash	1200	40	1,2,3,4
		<b>Jami</b>	<b>1800</b>	<b>60</b>	
		<b>HAMMASI</b>	<b>3600</b>	<b>120</b>	



## Bibliografik ma'lumotlar

UDK: 002:651.1/7

Guruh T 55

OKS 01.040.01

---

### **Tayanch so'zlar:**

Kasbiy faoliyat turi, mutaxassislik, kasbiy faoliyat obyekti, kasbiy faoliyat sohasi, magistraturaning asosiy o'quv reja va o'quv dasturlari, profil, o'qib-o'rganish natijalari, tarmoqlar va sohalar, malaka talablari, magistraturaning o'quv jarayoni, iqtisodiyot, mustaqil ta'lim, ishlab chiqarish, ilmiy-tadqiqot jarayoni, tashkiliy-boshqaruv, moliyaviy-iqtisodiy, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish, hisob, tahlil va nazorat, konsalting xizmati, axborot-tahliliy faoliyat, malaka amaliyoti, davlat attestatsiyasi, o'quv fanlari bloki, oliy ta'lim muassasasi, ta'lim jarayoni, boshqaruv jarayoni, ishlab chiqarish, loyihalash, axborot-kommunikativ tizimlar, zamonaviy tadqiqot usullari, axborot va zamonaviy pedagogik texnologiyalar, ilmiy tadqiqotlarni tashkil qilish, virtual elektron bilim manbalari, didaktika, nazariya.

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

**ISHLAB CHIQILGAN:**

**Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti**  
Rektor T.Z. Teshabayev  
2024 yil "14" \_\_\_\_\_  
M.O'



**KELISHILDI:**

**O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy ta'limni rivojlantirish tadqiqotlari markazi**  
Direktor M. Boltabayev



2024 yil "25" \_\_\_\_\_ 06

M.O'

**"O'zto'qimachilik sanoat" uyushmasi**  
rais o'rinbosari



M. Djumaniyazov

2024 yil "20" \_\_\_\_\_ 06

M.O'

**O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi**  
raisi o'rinbosari

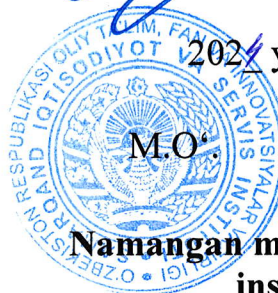


A. Qayumov

2024 yil "19" \_\_\_\_\_ 06

M.O'

**Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori**



M. Po'latov

2024 yil "20" \_\_\_\_\_ 06

M.O'

**Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat instituti prorektori**



X. Kamilova

2024 yil "21" \_\_\_\_\_ 06

M.O'

**Namangan muhandislik-texnologiya instituti rektori**



O. Mamatkarimov

2024 yil "19" \_\_\_\_\_ 06

M.O'