

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

60411200-Marketing bakalavriat ta'lim yo'nalishining
MALAKA TALABI

Toshkent-2024



ISHLAB CHIQLIGAN VA KIRITILGAN:

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

TASDIQLANGAN VA AMALGA KIRITILGAN:

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining
2024-yil “25” iyun dagi 218 – 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

T/r	bet
1. Umumiy tavsifi	4
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
2. Kasbiy kompetensiyalariga qo’yiladigan talablar	8
3. Amaliyotlarga qo’yiladigan talablar	9
4. Fanlar katalogining tuzilishi.....	9
Bibliografik ma’lumotlar	11
Kelishuv varag’i	12

1. Umumiy tavsifi

60411200 — Marketing ta’lim yo‘nalishi bo‘yicha bakalavrlar tayyorlash kunduzgi, kechki, sirtqi va masofaviy shakllarida amalga oshiriladi. Barcha ta’lim shakllari bo‘yicha o‘qitish kredit-modul tizimi asosida tashkil qilinadi (Oliy harbiy ta’lim muassasalari bundan mustasno). Kunduzgi ta’limda bakalavriat dasturining me‘yoriy muddati 4 yil.

1.1. Qo‘llanish sohasi

1.1.1. Malaka talabining qo‘llanilishi.

Malaka talablari 60411200 — Marketing 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‘nalishi 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;

ta’lim yo‘nalishining o‘quv rejasi va o‘quv 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. Kasbiy faoliyatlarining tavsifi.

1.2.1. Kasbiy faoliyatining sohalari.

“Biznes, boshqaruv va huquq” ta’lim sohasiga oid yo‘nalish bo‘lib, u turli mulk shakllariga tegishli tarmoq, sohalarning xo‘jalik yurituvchi subyektlari, moliya, kredit va sug‘urta muassasalari, davlat hamda mahalliy hokimiyat organlari, akademik va tarmoq, ilmiy tadqiqot tashkilotlari, maktabgacha, umumta’lim, o‘rta maxsus va oliy ta’lim muassasalarining iqtisodiy, moliya, marketing, ishlab chiqarish – iqtisodiy va tahlil xizmatlarini o‘z ichiga oladi, tarmoqlar va korxonalarni rivojlantirishga, istiqbolini belgilashga, kasbiy ko‘nikmaga, mutasaddilik qobiliyatiga yo‘naltirilgan inson faoliyatining vositalari, usullari, metodlari va uslublari bilan bog‘liq kompleks masalalar majmuasini qamrab oladi.

1.2.2. Kasbiy faoliyatlarining obyektlari.

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 sohalarda vaziyatli va tizimli yondashuv tamoyillarini

tatbiq etish, davlat va mahalliy boshqaruv qarorlarini amalga oshirish jarayonlari; tashkilot va korxonalarda zamonaviy boshqaruv tizimini tashkil etish, tashkiliy tuzilmalarni optimallashtirish, boshqaruv samaradorligini oshirish, mehnatni rag‘batlantirish jarayonlari; firma va kompaniyalar, shuningdek, turli mulk shaklidagi korxonalarni boshqarish, ilmiy tadqiqot muassasalari va mahalliy davlat organlarida iqtisodiy faoliyatni ta’minlash; ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish jarayonlari.

60411200 — *Marketing* bakalavriat ta’lim yo‘nalishi bo‘yicha bitiruvchilar pedagogik qayta tayyorlashdan o‘tgan taqdirda, professional ta’lim muassasalarida ta’limning vakolatli boshqaruv organlari tomonidan aniqlanadigan umum-kasbiy va ixtisoslik fanlarini o‘qitish bo‘yicha pedagogik faoliyati bilan shug‘ullanish huquqiga ega bo‘ladi.

1.2.3. Kasbiy faoliyatlarining turlari:

- *ilmiy-tadqiqot;*
- *tashkiliy-boshqaruv;*
- *axborot-tahliliy faoliyat;*
- *ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish;*
- *tadbirkorlik.*

1.2.4. Kasbiy vazifalari.

60411200 — *Marketing* ta’lim yo‘nalishi bo‘yicha Milliy malaka ramkasining 6-malaka darajasi hamda bakalavr kasbiy faoliyatlarining sohalari, obyektlari va turlariga muvofiq, bakalavriat bitiruvchisi quyidagi kasbiy vazifalarni samarali bajarishga qodir bo‘lishi lozim:

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 korxonalariga 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.

Tashkiliy-boshqaruv faoliyatida:

fuqarolik jamiyatining dolzarb masalalarini bilishi, O'zbekiston rivojlantirish strategiyasiga asoslangan faol hayotiy nuqtayi nazarga;

dunyoqarash bilan bog'liq falsafiy bilimlarga tizimli ega bo'lishi, mustaqil tahlil qila olishi, kasbiy faoliyatida ularni hisobga ola bilishi;

Vatan tarixini bilishi, ma'naviy milliy va umuminsoniy qadriyatlar masalalari yuzasidan o'z fikrini bayon qila olishi va ilmiy asoslay bilishi, milliy istiqlol g'oyasiga asoslangan faol hayotiy nuqtayi nazarga ega bo'lishi;

xo'jalik yurituvchi subyektlarning bozor faoliyatini rejalashtirish, hisob-kitob va tahlil qilish bo'yicha uslubiy ko'rsatmalar, huquqiy hamda me'yoriy-huquqiy hujjatlar; rejalashtirish ishlarini tashkil etish;

xo'jalik yurituvchi subyektini xo'jalik-moliyaviy va ishlab chiqarish hamda bozor faoliyati bo'yicha istiqbolli va joriy rejalarni (dasturlarini) ishlab chiqish;

xo'jalik yurituvchi subyektlarni bozor faoliyatini oqilona tashkil etishda mamlakatimiz va xorij tajribasini o'rganish;

ishlab chiqarishni texnologik asoslarini bilish;

xo'jalik yurituvchi subyektlarni texnika-iqtisodiy hisob-kitoblar va xo'jalik faoliyati tahlilini olib borishda axborot-kommunikatsiya vositalaridan foydalanish;

mehnatni muhofaza qilish me'yor va qoidalariga amal qilish.

tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalar faoliyati sifatini boshqarish jarayonlarini ishlab chiqish va tatbiq qilish;

tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalarda marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish jarayonlari va resurslarini rejalashtirish;

zamonaviy axborot texnologiyalari tizimini yaratish va ulardan foydalanish bilan bog'liq bo'lgan marketing faoliyatini monitoringi va sifatini baholash metodlari va mexanizmlarini ishlab chiqish;

tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalarining bozor faoliyatini samaradorligini ta'minlash bo'yicha ilmiy tadqiqotlar yechimlarini amaliyotga tatbiq etish;

fikrlar har xil bo'lgan sharoitda boshqaruv qarorini qabul qilish;

tarmoqlar va sohalar bo'yicha korxonalarining bozor faoliyatini tashkil qilish va uni boshqarish;

bajarayotgan faoliyati bo'yicha ish rejasini tuzish va uni bajarish, nazorat qilish va amalga oshirgan ishining natijalarini baholash;

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;

mulkdilik shaklidan qat’i nazar korxonalar faoliyatini xalqaro amaliyot mezonlari, me’yorlari va talablari asosida tahlil qilish;

iste’mol tovarlari va xizmatlari bozorida axborot to’plash, qayta ishlash va undan foydalanish usullarini va vositalarini ishlab chiqish;

bozor axborotlarni qayta ishlashda zamonaviy texnologiyalar va dasturiy paketlardan foydalanish, bozor konyunkturasining o’zgarish tendensiyalari va dinamikasini tahlil qilish;

tarmoqlar va sohalar bo’yicha korxonalarining marketing, savdo, moliyaviy va statistik hisobotlarini tuzish hamda ularni sharhlash;

korxonalarining bozordagi muammoli masalalarni hal qilishda zamonaviy axborot texnologiyalari va texnik vositalardan foydalanish;

axborot-tahlil faoliyati natijalari bo’yicha hisobot tayyorlash.

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 kontsepsiyalarini amaliyotga tatbiq etish, tovar, narx, sotish, kommunikatsiya bo’yicha strategik qarorlar qabul qilish;

ichki va tashqi bozor kon’yunkturasini tahlil etish va prognozlash, bozordagi raqobat muhitini, iste’molchilar xulq-atvorini o’rganish, bozor va marketing tadqiqotlari o’tkazishni tashkil etish;

tovarlar va xizmatlar bozorini rivojlanish tendensiyasini o’rganish;

marketing sohasiga oid me’yoriy – huquqiy hujjatlarni, iqtisodiyotning rivojlanish xususiyatlari va qonuniyatlarini bilish;

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;

korxonalarda brend yaratish jarayonlari boshqarish, strategik brend menejmentini yo’lga qo’yish, mahalliy va xalqaro bozorlarda brendlarni samarali ilgari surishga qaratilgan faoliyatlarni amalga oshirish;

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 marketing kommunikatsiya kompleksidan samarali foydalanish, reklama va sotishni rag‘batlantirishning eng samarali usullarini ishlab chiqish va faoliyatni tashkil etish;

ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish korxonalarida raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish va uni amalga oshirish, elektron tijoratni rivojlantirish va elektron savdo maydonchalarida mijozlar bilan munosabatlarni samarali tashkil etishning usullarini, vositalarini va texnologiyalarini joriy etish;

tovar va xizmatlar bozorida marketing faoliyati samaradorligini aniqlash usullarini yaratish va marketing faoliyati samaradorligini oshirishga qaratilgan yondashuvlarni ishlab chiqish va amalga oshirish;

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. Kasbiy kompetensiyalariga qo‘yiladigan talablar.

ta’lim yo‘nalishi ixtisoslik fanlarni o‘rganish va chuqur egallash uchun zarur bo‘lgan fundamental umumkasbiy bilimlarni, amaliy ko‘nikma va uquvlarni shakllantirishi; ta’lim yo‘nalishiga muvofiq kasb faoliyati sohalarida erishilgan asosiy yutuqlar, muammolar va ularning rivojlanish istiqbollari haqida tasavvur hosil qilishi;

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.

marketing faoliyatini modellashtirish, bozordagi raqobat muhiti va ijtimoiy sharoitlarini baholash, yangi bozor imkoniyatlarini aniqlash va yangi biznes modellarini shakllantirishni bilish;

marketing innovatsiyalarini (faoliyat yo‘nalishlari, mahsulotlari) yaratish va rivojlantirish uchun biznes rejalashtirish bo‘yicha ilmiy bilimlar, amaliy mahorat va ko‘nikmalarga ega bo‘lishi kerak.

3. Amaliyotlarga qo‘yiladigan talablar.

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.

Ta’lim yo‘nalishi bo‘yicha quyidagi amaliyotlar o‘tkaziladi:

1. O‘quv tanishuv amaliyoti;
2. Ishlab chiqarish amaliyoti;
3. Bitiruv oldi amaliyoti

4. Fanlar katalogining tuzilishi:

T.r.	Fanning malakaviy kodi	O‘quv fanlari, bloklar va faoliyat turlari	Umumiy yuklamaning hajmi, soatlarda	Kredit miqdori	Semestri
1.00		Majburiy fanlar			
1.01	AMAT11210	Amaliy matematika 1,2	300	10	1, 2
1.02	IQN11210	Iqtisodiyot nazariyasi 1,2	300	10	1, 2
1.03	IAKTT1105	Iqtisodiyotda axborot kommunikatsion texnologiyalar va tizimlar	150	5	1
1.04	XT11106	Xorijiy til 1 (ingliz, fransuz, nemis, koreys, yapon, xitoy)	180	6	1
1.05	XT21204	Xorijiy til 2 (ingliz, fransuz, nemis, koreys, yapon, xitoy)	120	4	2
1.06	O‘RT1204	O‘zbek (rus) tili	120	4	2
1.07	BK1105	Biznesga kirish	150	5	1
1.08	O‘EYT1104	O‘zbekistonning eng yangi tarixi	120	4	1
1.09	DIN1204	Dinshunoslik	120	4	2
1.10	JMS1204	Jismoniy madaniyat va sport	120	4	2
1.11	AKKK1204	Akademik ko‘nikmalar va kasbiy kompetentlik	120	4	2
1.12	FAL1304	Falsafa	120	4	3
1.13	STAT1306	Statistika	180	6	3
1.14	EKMET1310	Ekonometrika	150	5	3
1.15	MIKIQ1310	Mikroiqtisodiyot	150	5	3
1.16	MR13410	Marketing	300	10	3-4
1.17	MEN1504	Menejment	150	5	4
1.18	ITT1405	Iste‘mol tovarlari tovarshunosligi	150	5	4
1.19	MRK1405	Marketing kommunikatsiyasi	150	5	4
1.20	MRT1405	Marketing tadqiqotlari	150	5	4
1.21	IRB1505	Inson resurslarini boshqarish	150	5	5
1.22	IXA1505	Iste‘molchi xulq atvori	150	5	5

1.23	BB1505	Brendni boshqarish	150	5	5
1.24	RM1505	Raqamli marketing	150	5	5
1.25	BH2305	Buxgalteriya hisobi	150	5	6
1.26	SMR1605	Strategik marketing	150	5	6
1.27	XM1605	Xalqaro marketing	150	5	6
1.28	BMIU1606	Barqaror marketing va ijtimoiy o‘zgarishlar	150	5	6
2.00		Tanlov fanlar	1800	60	3-7
2.00		Tanlov fanlar	1800	60	3-7
	Kvalifikatsiya	Marketing			
		Jami	6300	210	
		Malakaviy amaliyot	600	20	8
		Yakuniy davlat attestatsiyasi	300	10	8
		Jami	900	30	
		HAMMASI	7200	240	

Bibliografik ma’lumotlar

UDK: 002:651.1/7

Guruh T 55

OKS 01.040.01

Tayanch so‘zlar:

Kasbiy faoliyat turi, ta’lim yo‘nalishi, kasbiy faoliyat obyekti, kasbiy faoliyat sohasi, bakalavriatning asosiy o‘quv reja va fan dasturlari, profil, o‘qib-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 CHIQILGAN:

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Rektor  **T.Z. Beshabayev**

2024 yil " 13 " _____

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 " 21 " _____ 06

M.O.



Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori

 **M. Po'latov**

2024 yil " 14 " _____ 06

M.O.



Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat instituti prorektori

 **X. Kamilova**

2024 yil " 20 " _____ 06

M.O.



Namangan muhandislik-texnologiya instituti rektori

 **O. Mamatkarimov**

2024 yil " 19 " _____ 06

M.O.

