O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZILIGI

NAMANGAN MUHANDISLIK-QURILISH INSTITUTI

NamMQI
O‘quv-uslubiy boshqarma
№ 94
«__» ______ 20__ y.

“Tasdiqlayman”
Namangan muhandislik-qurilish instituti rektori
________ Sh.T.Ergashev
2024 yil “____” ________

ISHLAB CHIQARISHNI TASHKIL ETISH
FANNING O‘QUV DASTURI

Bilim sohalari:	400 000 -	Biznes, boshqaruv va xuquq
Ta’lim sohalari:	410 000 -	Biznes va boshqaruv
Mutaxasislik:	70410102 -	Iqtisodiyot

Namangan - 2024

Fan/modul kodi ICHTE1105	O'quv yili 2024-2025	Semestr 2	Kreditlar 5	
Fan modul turi Majburiy	Ta'lim tili O'zbek		Haftadagi dars soatlari 5	
1. Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)		Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
Ishlab chiqarishni tashkil etish	74 (30-a / 44-m)		76 Kurs ishi -1	150

2.

I. Fanning mazmuni

Fanni o'qitishdan maqsad - ishlab chiqarish tushunchasi va o'ziga xos xususiyatlari, ishlab chiqarishni rivojlantirishning ilmiy-uslubiy asoslari, ishlab chiqarishni tarmoq va sohalari, ularning rivojlanishi, hozirgi ahvoli va istiqboli bo'yicha nazariy va amaliy bilimlar berishdan iborat.

Fanning vazifasi – talabalarga mamlakatimizning milliy innovatsion tizimini rivojlantirish, ishlab chiqarish menejmentini tashkil qilish, ishlab chiqarish strategiyalarining turlari va ko'rinishlari, innovatsiyalarni moliyalashtirishning manbalari va shakllarini o'rgatishdan iborat.

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)

II.I. Fan tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:

1-mavzu. "Ishlab chiqarishni tashkil etish" fanining nazariy asoslari

Innovatsiyaning mohiyati va mazmuni. Ishlab chiqarishga innovatsiyalarni joriy etishning iqtisodiy mexanizmi. Ishlab chiqarish tushunchasi va o'ziga xos xususiyatlari. Ishlab chiqarishni rivojlantirishning ilmiy-uslubiy asoslari. Ishlab chiqarishni tarmoq va sohalari, ularning rivojlanishi, hozirgi ahvoli va istiqboli. Ishlab chiqarish faoliyati infratuzilmasining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari.

2-mavzu. Ishlab chiqarishni tashkil etishga ta'sir etuvchi omillar

Ishlab chiqarishni rivojlantirish omillari. ishlab chiqarishni tashkil etishda inson omilini faollashtirish. ishlab chiqarishni tashkil etishda xizmatlar bozorini rivojlantirish.

iqtisodiyotda innovatsion texnologiyalar va xorijiy tajribalardan foydalanish. innovatsiyalarning sohalar bo'yicha turlari. iqtisodiyotda innovatsion texnologiyalardan samarali foydalanish.

3-mavzu. Ishlab chiqarishni tashkil etishda xorijiy tajribalardan foydalanish

Korxonalarda eksport salohiyatni oshirishda innovatsion marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish. Mamlakatimizning milliy innovatsion

tizimini rivojlantirish. O'zbekiston milliy innovatsion tizimi. Intellektual kapital, intellektual mulkni shakllantirish va boshqarish. Ilmiy kashfiyotlar, ixtirolar va litsenziyalash.

4-mavzu. Ishlab chiqarishni samarali boshqarish va uni moliyalashtirish

Innovatsion iqtisodiyotda menejment strategiyalari. Innovatsion marketing faoliyatini takomillashtirish.

Innovatsion loyihalarni moliyalashtirish tizimi. Iqtisodiyotda innovatsion klasterlarni shakllantirish zaruriyati. Investitsiya loyihalarining moliyaviy va iqtisodiy samaradorligini baholash, innovatsiya faoliyatini moliyalashtirish.

5-mavzu. Iqtisodiyotni ishlab chiqarishni tashkil etishda innovatsion logistika faoliyati

Innovatsion faoliyat infratuzilmasi va uni innovatsion logistika rivojlanishiga ta'siri. Innovatsion logistik faoliyatining mohiyati, turlari va uning kontseptsiyalari. Innovatsion logistika fanini o'qitishning maqsad va vazifalari. Logistik innovatsion tizim. Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish sharoitida innovatsion logistika faoliyatni boshqarish uslubiyoti. Innovatsion logistik jarayonning chiziqli modeli va uni amaliyotga joriy qilish shartlari. Innovatsion logistik faoliyatni boshqarishning iqtisodiy qonuniyatlari.

6-mavzu. Ishlab chiqarish menejmenti

Ishlab chiqarish menejmentining asosiy tushunchalari. Ishlab chiqarish menejmentining mohiyati va vazifalari. Ishlab chiqarish menejmentining maqsadlari, vazifalari va usullarining xususiyatlari.

Ishlab chiqarish menejmentini tashkil qilish. Ishlab chiqarish menejmentida kommunikatsiyalar jarayoni. Ishlab chiqarish menejmentida nazorat.

7-mavzu. Ishlab chiqarish faoliyatining tashkiliy shakllari

Yangi turdagi tashkilotlardagi integratsiyalashish va har tomonlama rivojlanish jarayonlari. Kompaniyaning har tomonlama rivojlanishi strategiyasi. Innovatsion faoliyatning yangi tashkiliy shakllari. Innovatsion markazlar.

Korxonalarda ishlab chiqarish faoliyatini tashkll qilish. Korxonalardagi ishlab chiqarish faoliyatining zarurligi. Innovatsiyalarni tashkil qilish tushunchasi. Ilmiy-texnik va innovatsion sohadagi tashkilotlarning tasnifi. Innovatsion rivojlanishning tashkiliy shakllari. Kelajakdagi innovatsion tashkilotlarning xususiyatlari

8-mavzu. Korxonadagi ishlab chiqarish strategiyasini tanlash

Ishlab chiqarish strategiyasining mohiyati, uning korxona umumiy strategiyasi bilan aloqasi. Korxonaning ishlab chiqarish strategiyasini shakllantirish.

Ishlab chiqarish strategiyalarning turlari va ko'rinishlari. Ishlab chiqarish menejmentida qarorlar qabul qilinishi.

9-mavzu. Korxonada investitsiyalar va innovatsiyalar portfelini shakllanishi

Investitsiyalar va innovatsiyalarning iqtisodiy mazmuni va mohiyatini, investitsiya va innovatsiya faoliyati va investitsiya siyosati, iqtisodiyotni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning roli, investitsiya faoliyatini rivojlantirishda investitsiya muhitining o'rni, davlat investitsiya dasturi.

Investitsiyalar portfelini boshqarishning mazmuni, maqsadi va vazifalari. Investitsiyalar kiritish qoidalari. Innovatsiyalar portfellarini shakllanishi. Sarmoyalarning narxi va o'rtacha o'lchangan qiymatini belgilash. Investitsion loyihaning biznes – rejasi, uni tuzish.

10-mavzu. Innovatsiyalarni ishlab chiqarishga tashkiliy-texnologik tayyorlash asoslari

Texnologiyalarning rivojlanish tendensiyalari va ularning tasnifi. Ishlab chiqarish tashkiliy-texnik darajasining vazifalari, xususiyatlari va bosqichlari. Ishlab chiqarish tashkiliy-texnik darajasini tahlil qilish va bashoratlash. Ishlab chiqarish tashkiliy-texnik darajasining iqtisodiy masalalari. Ilmiy tadqiqot, ishlanma va texnologiyalarni natijalarini tijoratlashuvi strategiyasini ishlab chiqishda maqsadli bozor tahlili.

11-mavzu. Xodimlarni innovatsion boshqarish tizimini tashkil etish

Mehnat resurslari, ularni shakllantirishda davlatning roli. Kadrlarni rejalashtirish va ishga qobiliyatli jamoani yaratishning ma'naviy-psixologik jihatlarini o'rganish. Ishlab chiqarish korxonalarida ish haqini tashkil etish va mehnatga haq to'lash tizimi.

Innovatsion tashkilotlarda hodimlarni boshqarish xususiyatlari. Innovatsion menejerdan talab etiladigan sifatlar. Ijtimoiy boshqaruvning yangi texnologiyalari. Loyihaviy guruhlarning o'zaro ijtimoiy hamkorligi. Jahon ijtimoiy rivojlanish omili sifatida.

12-mavzu. Korxonada innovatsiyalar marketingini tashkil etish

Marketing nazariyasi konsepsiyasi va uning evolyutsiyasi. Marketing

elementlari tarkibi va marketing-miks tushunchasi.

Korxonada innovatsiyalar marketingini tashkil etish. Marketing faoliyatini boshqarishni tashkil etish. Innovatsion marketingning turlari. Strategik innovatsion marketing. Operativ innovatsion marketing.

13-mavzu. Ishlab chiqarishni moliyalashtirish

Innovatsiyalarni moliyalashtirishning manbalari va shakllari. Xo'jalik shartnomalari, qisqa va uzoq muddatli bank kreditlari, qarz mablag'lari, ichki va tashqi investitsiyalar.

Xorijda innovatsion faoliyatni moliyalashtirish usullari. Innovatsion faoliyatni loyihaviy moliyalashtirish.

14-mavzu. Ishlab chiqarishni tashkil etishda marketingni shakllantirishning nazariy asoslari

Ishlab chiqarishni boshqarishning nazariy asoslari. Innovatsion rivojlanish muammolari. Marketingga yangicha qarashlar tizimi. Innovatsion marketing – xo'jalik yurituvchi sub'yektlar samaradorligini oshiruvchi vosita sifatida. Ishlab chiqarish marketingining o'ziga xos xususiyatlari. Innovatsiyalarga xizmat ko'rsatishni tashkil etish – innovatsion marketingning muhim tarkibiy qismi sifatida.

15-mavzu. Ishlab chiqarishda marketing brending nazariyasi konsepsiyasi va marketing texnologiyasi

Brendingga metodologik yondashuv – korxonaning raqobatli ustunligini rivojlantirishning yangi bosqichi sifatida. Maqsadli auditoriyani segmentlash uslubiyoti. Ishlab chiqarish brendni shakllantirish mexanizmi.

Zamonaviy raqobat sharoitida innovatsion marketing texnologiyalarining shakllanishi. Innovatsiyalar bozorida marketing tadqiqotlari. Innovatsiyalarga talab va potensial sanoat iste'moli tahlili. Iste'molchi nuqtai-nazaridan innovatsiyalar tahlili. Bozorlardagi raqobat tahlili va innovatsiyalarni bozorda joylashtirish. Innovatsiyalar bozorini sinab ko'rish (test o'tkazish) va talabni shakllantirish

Marketingda strategik rejalashtirishning maqsadi va vazifalari. Marketingda taktik rejalashtirishning roli va o'rni.

III. Amaliy mashg'ulotlari bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

III.I. Amaliy mashg'ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. "Ishlab chiqarishni tashkil etish" fanining nazariy asoslari
2. Ishlab chiqarishni tashkil etishga ta'sir etuvchi omillar
3. Ishlab chiqarishni tashkil etishda xorijiy tajribalardan foydalanish

4. Ishlab chiqarishni samarali boshqarish va uni moliyalashtirish
5. Iqtisodiyotni ishlab chiqarishni tashkil etishda innovatsion logistika faoliyati
6. Ishlab chiqarish faoliyati infratuzilmasi
7. Ishlab chiqarish menejmenti
8. Ishlab chiqarish menejmentida kommunikatsiyalar jarayoni
9. Ishlab chiqarish faoliyatning tashkiliy shakllari
10. Korxonalarda innovatsion faoliyatni tashkil qilish
11. Korxonadagi ishlab chiqarish strategiyasini tanlash
12. Korxonada investitsiyalar va innovatsiyalar portfelini shakllanishi
13. Innovatsiyalarni ishlab chiqarish tashkil etishga tashkiliy-texnologik tayyorlash asoslari
14. Xodimlarni innovatsion boshqarish tizimini tashkil etish
15. Innovatsiyalarga xizmat ko'rsatishni tashkil etish
16. Korxonada innovatsiyalar marketingini tashkil etish
17. Ishlab chiqarishni moliyalashtirish
18. Ishlab chiqarish tashkil etishda klasterlarning o'rni va ahamiyati
19. Ishlab chiqarishni tashkil etish va rivojlantirish yo'nalishlari
20. O'zbekiston Respublikasida zamonaviy innovatsion marketing strategiyalari
21. Ishlab chiqarishni tashkil etishda marketingni shakllantirishning nazariy asoslari
22. Ishlab chiqarish marketing tizimida brending nazariyasi konsepsiyasi va marketing texnologiyasi

Amaliy mashg'ulotlar 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.

IV. Fan bo'yicha kurs ishi rejalashtirilmagan

Kurs ishini tashkil etish bo'yicha uslubiy ko'rsatmalar

Kurs ishi talabalarning dastlabki ilmiy ishi hisoblanadi. Kurs ishlari talabalar mustaqil ishlarining bir shakli bo'lib, uni muvaffaqiyatli bajarish uchun fan to'g'risida aniq tassavurlarga ega bo'lishlari kerak. Talabalar kurs ishining ilmiy, nazariy, g'oyaviy darajasiga, shuningdek, uning yozilishi va rasmiylashtirish tartibiga e'tibor berishlari lozim.

Kurs ishi fan mavzulariga taalluqli masalalar yuzasidan talabalarga yakka tartibda tegishli topshiriq shaklida beriladi. Kurs hajmining hajmi, rasmiylashtirish shakli, baholash mezonlari ishchi fan dasturida va tegishli kafedra tomonidan belgilanadi. Kurs ishini bajarish talabalarda fanga oid bilim, ko'nikma va malakalarni shakllantirishga xizmat qilishi kerak.

Tavsiya etilayotgan kurs ishi mavzulari:

1. Iqtisodiyotni ishlab chiqarishni tashkil etishda innovatsion logistika faoliyati
2. Korxonalarda innovatsion faoliyatni tashkil qilish

3. Xodimlarni innovatsion boshqarish tizimini tashkil etish
4. Ishlab chiqarishni tashkil etish va rivojlantirish yo'nalishlari
5. Ishlab chiqarish marketing tizimida brending nazariyasi konsepsiyasi
6. Korxonadagi ishlab chiqarish strategiyasini tanlash
7. Korxonada investitsiyalar va innovatsiyalar portfelini shakllanishi
8. Ishlab chiqarishni samarali boshqarish va uni moliyalashtirish

V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Ishlab chiqarishni tashkil etishda xorijiy tajribalardan foydalanish
2. Ishlab chiqarish faoliyati infratuzilmasi
3. Ishlab chiqarish menejmenti
4. Ishlab chiqarish faoliyatning tashkiliy shakllari
5. Innovatsiyalarga xizmat ko'rsatishni tashkil etish
6. Korxonada innovatsiyalar marketingini tashkil etish
7. Ishlab chiqarishni moliyalashtirish
8. Ishlab chiqarish tashkil etishda klasterlarning o'rni va ahamiyati
9. O'zbekiston Respublikasida zamonaviy innovatsion marketing strategiyalari
10. Ishlab chiqarishda marketing texnologiyasi

Mustaqil o'zlashtirilgan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan fanning xususiyatlarini hisobga olgan holda internet tarmoqlaridan foydalanib referat va uning taqdimoti, xorijiy tillardagi adabiyotlardan foydalanishi, keys-stadi, vaziyatli masalalar to'plami ishlab chiqishi tavsiya etiladi.

3.

VI. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari

Talaba bilishi kerak:

- ishlab chiqarish tushunchasi va o'ziga xos xususiyatlari, ishlab chiqarishni rivojlantirishning ilmiy-uslubiy asoslari, ishlab chiqarishni tarmoq va sohalari, ularning rivojlanishi, hozirgi ahvoli va istiqboli to'g'risida *tasavvurga ega bo'lishi.*
- ishlab chiqarish menejmentini tashkil qilish, ishlab chiqarish strategiyalarining turlari va ko'rinishlari, innovatsiyalarni moliyalashtirishning manbalari va shakllarini *bilishi va ulardan foydalana olishi.*
- innovatsion texnologiyalar va xorijiy tajribalardan foydalanish, investitsiya loyihalarining moliyaviy va iqtisodiy samaradorligini baholash, innovatsiya faoliyatini moliyalashtirish, ishlab chiqarish menejmentida qarorlar qabul qilish *ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak.*

4.

VII. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:

- ma'ruzalar;
- real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish;
- esse, tezis va maqolalar yozish;

- vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) yechish;
- jarayonli-yo‘naltirilgan ta’lim;
- muhokamalarda ishtirok etish;
- kichik guruhlarda ishlash;
- loyiha ishi bajarish;
- mustaqil ishlarni bajarish;
- taqdimot tayyorlash;
- turli darajadagi testlarni yechish;
- so‘rov o‘tkazish.

VIII. Kreditlarni olish uchun talablar:

Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to‘la o‘zlashtirish, taxlil natijalarini to‘gri aks ettira olish, o‘rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va nazorat uchun berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo‘yicha yozma ish yoki test sinovlarini topshirish.

Asosiy adabiyotlar

1. Aliev Y.E. Innovatsion iqtisodiyot. - Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2019.
2. Umarxodjayeva M.G‘., Yaxyayeva I.K. Ishlab chiqarish menejmenti. - Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2019.

Qo‘shimcha adabiyotlar

3. Ruzmetov Ya.O., Zaytvitdinov O.I. Ishlab chiqarish jarayonlarini tashkil qilish va rejalashtirish. - Toshkent: Innovatsion rivojlanish nashriyot matbaa uyi, 2020.
4. Ergashxodjayeva Sh.D. Innovatsion marketing. Darslik. - Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2019.
5. Yo‘ldoshev N.Q., Akbarxodjaeva Z.Z. Innovatsion menejment. - Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2019.

Axborot manbaalari

1. www.edu.uz – O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi
2. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi portali
3. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi Hukumati portali

Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan.

Fan/modul uchun mas’ullar:

Tuzuvchilar

O.Aripov – NamMQI “Iqtisodiyot” kafedrasi mudiri, i.f.d. DSc.

E.Jurayev – NamMQI “Iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, i.f.f.d. PhD.

Sh.Ibrogimov – NamMQI “Iqtisodiyot” kafedrasi katta o‘qituvchisi, i.f.f.d. PhD.

Taqrizchilar:

M.Isakov – NamMQI “Iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, i.f.n.

D.Boymirzayev – NamDU “Menejment” kafedrasi mudiri dotsent, i.f.f.d.