

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
ALISHER NAVOIY NOMIDAGI
TOSHKENT DAVLAT O'ZBEK TILI VA ADABIYOTI UNIVERSITETI



NOSHIRLIK ISHIDA MENEJMENT VA MARKETING
fanining ishchi o'quv dasturi

Bilim sohasi:	600000 – Xizmatlar sohasi
Ta'lim sohasi:	610000 – Xizmat ko'rsatish sohasi
Ta'lim yo'nalishi:	5611600 – Noshirlik ishi

Fan/modul kodi	Fan/modul turi	Ta'lim tili		Ishlab chiqilgan o'quv yili				
400.1NMM6M	majburiy	o'zbek		2023/2024				
Semestr	Har bir semestrdaagi fan/modulning nomi	ECTS - Kreditlar	Haftalik dars soatlari				Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
			O'quv mashg'ulotlari (soat)					
			Jami:	ma'ruza	seminar	Amaliy	laboratoriya	
7	Noshirlik ishida menejment va marketing	6	90	24	26	40	0	90
	Jami:	6	90	24	26	40	0	90
								180

1. FANNING MAZMUNI

“Noshirlik ishi menejmenti va marketing” fani talabalarga noshirlik ishi menejmenti va marketingning asosiy funksiyalari, shakllari, metodlari haqida ma'lumot berib, shu orqali ularda mahalliy va xorijiy amaliyotda qo'llaniladigan marketing siyosatining shakllari va usullari to'g'risidagi g'oyalarni ilgari suradi.

2. FANNI O'QITISH NATIJALARI VA SHAKLLANADIGAN KASBIY KOMPETENSIVALAR

Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga quyidagi talablar qo'yiladi. **Talaba:**

Menejment metodlari, menejmentda rejalashtirish, tashkilotni strategik boshqarish, menejment nazorati va samaradorligi, menejmentning zamonaviy nazariyalari, boshqaruvda sistem va situativ yondashuv, marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati, iste'mol bozorlari va xaridorlarning xatti-harakatlari, Bozor segmentatsiyasi, maqsadli segmentlarni tanlash va mahsulotni joylashishni aniqlash, mahsulot siyosati, assortiment tushunchasi, narx siyosati, savdo siyosati bozorda kitob mahsulotlarini sotish usullari, kommunikatsion siyosat. strategik marketing va b. haqida bilimlarga ega bo'lishi;

o'rganilgan nazariy tushunchalarni qo'llagan holda ulardan amaliyotda foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lishi;

o'rganilgan metod va strategiyalarni noshirlik faoliyatida o'ziga xosliklarni hisobga olgan holda qo'llash malakasiga ega bo'lishi talab qilinadi.

3. TALABALAR KREDITLARINI OLIISH TARTIBI

Talabalarining bilimni baholash va kreditlarni to'plash jarayoni O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirining 2018-yil 9-avgustdagi 19-2018-son buyrug'i bilan tasdiqlangan “Oliy ta'lim muassasalarida talabalar bilimni nazorat qilish va baholash tizimi to'g'risida”gi Nizom talablari asosida belgilanadi.

1. Nazoratlarni amalga oshirish tartibi.

Oraliq nazorat: o'tilgan mavzular asosida test shaklda o'tkaziladi.

Yakuniy nazorat: semestr davomida o'tilgan mavzular bo'yicha test shaklida o'tkaziladi.

Izoh: *Oraliq nazorat turi har bir fan bo'yicha fanning xususiyatidan kelib chiqqan holda 2 martagacha o'tkazilishi mumkin.*

Talabani oraliq nazorat turi bo'yicha baholashda, uning o'quv mashg'ulotlari davomida olgan baholari inobatga olinadi.

Nazoratlarning o'tkazilishi muddatlari muayyan o'quv yilida tasdiqlangan o'quv jarayoni jadvali asosida tashkil etiladi.

2. Talabalarining bilimni baholash mezonlari:

talaba mustaqil xulosa va qaror qabul qiladi, ijodiy fikrlay oladi, mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qo'llay oladi, fanning mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – **5 (a'lo) baho;**

talaba mustaqil mushohada yuritadi, olgan bilimni amalda qo'llay oladi, fanning mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – **4 (yaxshi) baho;**

talaba olgan bilimni amalda qo'llay oladi, fanning mohiyatini tushunadi, biladi, ifodalay oladi, aytib beradi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega deb topilganda – **3 (qoniqarli) baho;**

talaba fan dasturini o'zlashtirmagan, fanning mohiyatini tushunmaydi hamda fan bo'yicha tasavvurga ega emas deb topilganda – **2 (qoniqarsiz) baho** bilan baholanadi.

2. Ma'ruza mashg'ulotlari

№	Mavzular	Soati
	7-semestr	
1.	Kursning maqsad va vazifalari. Menejmentning nazariy asoslari	2
2.	Menejment metodlari. Menejmentning vujudga kelishi va rivojlanishi	2

3.	Tashkilot - menejmentning ob'ekti sifatida. Tashkiliy tuzilmalar. Qarorlar qabul qilish	2
4.	Boshqaruvda kommunikatsion va informatsion texnologiyalar	2
5.	Xodimlarni rag'batlantirish (motivatsiya)	2
6.	Tashkilotda o'zaro harakatni tashkiliy qilish. Tashkilotning xodimlar tarkibi va uni shakllantirish.	2
7.	Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati. Marketing tadqiqotlari va marketing tizimlari ma'lumot	2
8.	Bozor segmentatsiyasi, maqsadli segmentlarni tanlash va mahsulotni joylashishni aniqlash. Narx va savdo siyosati	2
9.	Nashriyot va kitob savdosi korxonasida marketingni boshqarish. Bozorda kitob mahsulotlarini sotish usullari va Kitob bozorida sotishni rivojlantirish siyosati	2
10.	Kitob bozoridagi marketing faoliyati subektlari. Kitob biznesi marketing muhiti	2
11.	Bozorni rivojlantirish yo'nalishi. Kitob bozorlarining turlari. Dunyo kitob bozori: shakllanishi, rivojlanishi, asosiy muammolari va ularni hal qilish yo'llari	2
12.	O'zbekistonda noshirlik ishi bozori: shakllanishi, rivojlanishi, asosiy muammolari va ularni hal qilish yo'llari. Bozorni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari	2
	Jami	24

Ma'ruza mashg'ulotlari multimediyaga qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada akademguruhlur oqini uchun o'tiladi.

3. Amaliy mashg'ulotlar

№	Mavzular 7-semestr	Soati
1.	Menejmentning nazariy asoslari. Boshqaruv va menejment. Menjment vazifalari	2
2.	Menjment metodlari	2
3.	Menejmentning vujudga kelishi va rivojlanishi	2

4

4.	Tashkilot, uning sifatlari va turlari. Noshirlik tashkilotlari, ularning ichki tuzilishi va asosiy elementlari	2
5.	Tashkiliy tuzilmalarning maqsadi va elementlari	2
6.	Menejmentda tashkilotning missiyasini rejalashtirish va aniqlashtirish. Maqsadlar, ularning turlari va shakllanishi	2
7.	Tashkilotni strategik boshqarishning mazmuni. Tashkilotni strategik boshqarish bosqichlari	2
8.	Boshqaruv qarorlarini qabul qilish zarurati va sifati. Boshqaruv qarorlarining turlari	2
9.	Tashkiliy vakolatlar, ularning turlari	2
10.	Tashkilotning xodimlar tarkibi. Xodimlarni ishga yollash, tanlash va qisqartirish	2
11.	Tashkiliy va kommunikatsion tarmoqlar. Boshqaruvda kommunikatsion va informatsion texnologiyalar	2
12.	Motivatsiyaning mohiyati. Xodimlarni rag'batlantirish (motivatsiya) turlari	2
13.	Formal va noformal guruhlarini boshqarish. Tashkiliy xatir-harakatlar va shaxs xususiyatlari	2
14.	Menejment nazorati va samaradorligi	2
15.	Marketingning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati va uning maqsadlari. Asosiy tushunchalar (ehtiyotlar, talablar, mahsulot, bozor va boshqalar). Nashriyotda marketingning xususiyatlari.	2
16.	Korxonaning ichki marketing muhiti. Nashriyot kompaniyasida marketing xizmatini tashkil etish. Korxonaga faoliyati uchun mikromuhitning asosiy omillari	2
17.	Marketing axborot tizimining mohiyati. Boshlang'ich va marketingdagi ikkilamchi ma'lumotlar. Marketingning mazmuni, maqsadlari va ketma-ketligi. Marketing tadqiqotlari yo'nalishlari	2
18.	Iste'mol bozorining mohiyati va xususiyatlari. Sotib olish harakati modeli va unga ta'sir etuvchi omillar	2
19.	Bozor segmentatsiyasining maqsadlari, tamoyillari vamezonlari. Asosiy sanoat mahsulotlari bozorlarini segmentatsiyalash xususiyatlari	2
20.	Kompaniya mahsulot siyosatining mohiyati, maqsad va vazifalari. Marketingda tovar tushunchasi va tasnifi. Nashriyot mahsulotlari	2
	Jami	40

5

Amaliy mashg'ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada har bir akademgurhga alohida o'tiladi. Mashg'ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tiladi.

3. Seminar mashg'ulotlar

№	Mavzular 7-semestr	Soati
1.	Assortiment tushunchasi. Kitob marketingida rejallashtirish va assortimentlarni boshqarish texnologiyasi. Mahsulot (nashriyot, kitob savdosi) assortimentini rejallashtirish texnologiyasi	2
2.	Narx siyosatining mohiyati, maqsad va vazifalari. Narxlash omillari. Narxlarni aniqlash usullari. Nashriyot mahsulotlarini narxlash strategiyasi xususiyatlari	2
3.	Noshirlik korxonasi marketing siyosatining mohiyati va vazifalari. Tarqatish kanallarining vazifalari va darajasi	2
4.	Savdo bo'limi ishini tashkil etish. Kitob bozoridaagi vositachilar tizimi. Ulgurji kitob savdosi.	2
5.	Kommunikasion siyosatining asosiy yo'nalishlari. Marketing kommunikatsiyalari tizimida reklama, uning turlari, vositalari vakanaallari	2
6.	Zamonaviy bozorda kitob mahsulotlarini targ'ib qilish. Tovarlarini reklama qilish. Rag'batlantirish strategiyasi. Rag'batlantiruvchi byudjetni shakllantirish. Rag'batlantirish shaxslar bilan muloqot qilishga qaratilgan faoliyat turi sifatida	2
7.	Strategik, taktik marketing va boshqaruv vazifalari. Marketingni raqobat strategiyasining turlari va ular asosiy tarkibi. Marketingni rejallashtirish	2
8.	Nashriyotda marketing bo'limi tarkibi.	2
9.	Dunyo kitob bozorining shakllanish bosqichlari. Zamonaviy kitob bozorining tuzilishi. Yetakchi tarmoqlar va yetakchi noshirlar. Bozorni rivojlantirish yo'nalishi	2
10.	O'zbekistonda noshirlik ishi bozorining shakllanish bosqichlari.	2
11.	Zamonaviy bozorning tuzilishi.	2
12.	Yetakchi tarmoqlar va yetakchi noshirlar.	2
13.	Bozorni rivojlantirish yo'nalishi va bozorlarining turlari	2
Jami:		26

4. Mustaqil ta'lim

№	Mustaqil ta'lim mavzulari 7-semestr	Soatlar miqdori
1.	Menjement va marketing tushunchasi va mohiyati. Vazifalar va usullar	4
2.	Menjement va marketingning zamonaviy tushunchalari.	4
3.	O'zbekistonning kitob bozori (shakllanishi, hozirgi holati, mamullari, ularni hal qilish yo'llari)	4
4.	Iste'molchilarning xatti-harakatlarini o'rganish usullari	4
5.	Marketing tizimidaagi mahsulot. Mahsulot. Tovar birligi	4
6.	Kitob mahsulotining hayot tsiklining bosqichlari	4
7.	Kompaniyaning mahsulot siyosatini ishlab chiqish bosqichlari	4
8.	Mahsulot assortimenti. Assortiment tarkibi	4
9.	Kitob assortimentini tahlil qilish usullari	4
10.	Yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish bo'yicha tushunchalar. Bozorda nashrning raqobatbardoshligi va muvaffaqiyati	4
11.	Savdo belgisi. Yorliqlash va qadoqlash kitob bozoridaagi mahsulot siyosatining elementlari sifatida	4
12.	Kitob bozorida marketing tadqiqotlari.	4
13.	Kitob bozorining segmentatsiyasi. Bozor segmentatsiyasi mezonlari.	4
14.	Kitob bozoridaagi korxonalar turlari. Ullarning vazifalari	4
15.	Kitob bozori xaridorlari toifalarining xususiyatlari	4
16.	Kitob bozoridaagi narxlar tushunchasi. Narxlar tarkibi. Narx funksiyalari	4
17.	Narx turlari va ularning xususiyatlari	4
18.	Narx siyosatining vazifalari. Narxlarni shakllantirish jarayoni: mohiyati va bosqichlari	4
19.	Bozorda narxlarining o'rnatilishiga ta'sir qiluvchi omillar	4
20.	Narxlarni belgilash tartibi. Tovarlar narxini shakllantirishning asosiy usullari	4
21.	Korxonaning narx strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish	4

22.	Kitob mahsulotlari narxining tuzilishi. Nashriyot va nashrling savdo qiyamati	4
23.	Kitob bozorida tovarlarni tarqatish kanallari. Tovarlar harakati kontseptsiyasi	2
	Jami	90

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlanadi va uning taqdimoti tashkil qilinadi.

- Talaba mustaqil ishini tashkil etishda quyidagi shakllardan foydalanadi:
- fanning aytim mavzularini o'quv adabiyotlari yordamida mustaqil o'zlashtirish, o'quv manbalari bilan ishlash;
 - ma'lum mavzu bo'yicha referat tayyorlash;
 - amaliy topshiriqdagi mavjud muammoing yechimini topish, test, muhozaarali savollar va topshiriqlar tayyorlash;
 - ilmiy maqola, tezis va ma'ruzalar tayyorlash;
 - faol va muammoli o'qitish uslubidan foydalaniladigan o'quv mashg'ulotlari.

ASOSIY VA QO'SHIMCHA O'QUV ADAVIYOTLAR HAMDA AXBOROT MANBALARI

Asosiy adabiyotlar

1. Комаров Е.И., Маковеев Н.П. Эффективное издательство. Маркетинг и менеджмент в издательской деятельности. - М., 2000.
2. Данейко В.Г. Менеджмент в издательском деле. - М., 2012.
3. Даутопов А. Noshirlik asoslari. - Toshkent, 2020.

Qo'shimcha adabiyotlar


4. Эришвили Н.Д. Книгоиздательство: менеджмент и маркетинг. М., 1998.
5. Перлов В.И. Маркетинг на предприятиях отрасли печати. М., 2000.
6. Форсайт Патрик. Маркетинг в книгой здании М : Омега-Д, 2008
7. Коротков М.В. Маркетинг в издательском деле Учебнометодическое пособие к практическим занятиям и выполнению контрольных заданий для студентов заочной формы обучения / М.В. Коротков. Минск: БГТУ, 2008.


Internet saytlari

1. <http://www.gedaktoam.ru>.
2. <http://www.li-edu.ru/c-books/xbook030/01/toricsw.htm>
3. www.bookshaber.ru
4. <http://www.ipk.dipm.ru>
5. Book@bookind.ru,

6. www.bookind.ru
7. <http://pro-books.ru>
8. <http://www.knigdelo.ru>

Fanning ishchi o'quv dasturi ToshDO'TAU Kengashining 2023-yil "28" 08 daqi 1 -sonli bayonnomasi bilan tasdiqlangan.

Ilmiy-gumanitar fanlar kafedrasini mudiri:
 2023-yil " 28 " 08 " AVGUST  I. Aslonov
 (imzo)

Tuzuvchi:
 Z. Turayev  ToshDO'TAU Ilmiy-gumanitar fanlar kafedrasini
 stajor o'qituvchisi.