

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLYI TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
ABU RAYHON UNIVERSITETI URGANCH DAVLAT  
UNIVERSITETI**



**"TASDIQLAYMAN"**

Urganch davlat universiteti rektori

v.v.b S.Xodjaniyozov

2025 yil 29 - avgust

**IJTIMOY-IQTISODIY FANLAR FAKULTETI  
BIZNES VA BOSHQARUV KAFEDRASI**

**STRATEGIK MENEJMENT  
FANINING O'QUV DASTURI**

**Bilim sohasi:** 400 000 – Xizmatlar sohasi  
**Ta'lim sohasi:** 410 000 – Xizmatlar ko'rsatish sohasi  
**Ta'lim yo'nalishi:** 60411200 – Menajment (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

**Urganch - 2025**

Mazkur o'quv dastur Urganch davlat universiteti kengashining 2025-yil "29" avgust dagi 1-sonli bayonnomasi bilan tasdiqlangan.

O'quv ishlari bo'yicha prorektor

S.U.Xodjaniyazov

O'quv-uslubiy boshqarma boshlig'i:

G'.R.Matlatipov

Mazkur o'quv dastur "Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar" fakulteti Kengashining 2025-yil "28" avgust dagi yig'ilishida muhokama qilinib, tasdiqlash uchun tavsiya etilgan. (1-sonli bayonnomasi).

Ijtimoiy – iqtisodiy fanlar fakulteti dekani: prof. I.S. Abdullayev

Mazkur o'quv dastur "Biznes va boshqaruv" kafedrasining 2025-yil "24" avgust dagi yig'ilishida muhokama qilinib, tasdiqlash uchun tavsiya etilgan (1-sonli bayonnomasi).

Biznes va boshqaruv kafedrasini mudiri:

dots. D. Bekjanov

Fan/modul kodi	O'quv yili	Semestr	ECTS - Kreditlar	
STRMEN6	2025-2026	5	6	
Fan/modul turi	Ta'lim tili		Haftadagi dars soatlari	
Majburiy	O'zbek/rus		4	
1.	Fanning nomi	Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Strategik menejment	5-sem – 60	5-sem – 120	5-sem – 180

1. I. O'quv fanining dolzarbligi va oliy kasbiy ta'limdagi o'rni

"Strategik menejment" fanida korxonalarining xo'jalik yuritish faoliyatini boshqarish, ularning bozor sharoitidagi harakatini, cheklangan ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanish yo'llari tushuntiriladi, bu fan uchinchi kursning beshinchi semestrda o'qitilishi rejalashtirilgan. Ushbu fanning maqsadi talabalarda korxonalarini strategik boshqarish borasidagi ilg'or xorijiy tajribalar, zamonaviy yondashuvlar, zamonaviy boshqaruv usul va uslublarining ilg'or xorijiy tajribalari: bozor raqobati sharoitida korxonani boshqarish, uning raqobatbardoshligini ta'minlash usullarini o'rgatish hamda amaliyotda ularni qo'llay olish xususiyatini shakllantirishdan iborat. Fan mazmunini anglab yetish - talabalarning bozor raqobati sharoitida kompaniyani boshqarish, uning raqobatbardoshligini ta'minlash usullarini, kompaniyalarni atrof - muhit o'zgarishlariga mos ravishda boshqarishning o'ziga xos jihatlari uchun muhimdir.

Fanning asosiy jihati - strategik menejmentning nazariy va amaliy tomonlarini o'rganish, talabalarda bozor raqobati sharoitida korxonani boshqarish, uning raqobatbardoshligini ta'minlash usullarini, kompaniyalarni strategik boshqarish borasidagi ilg'or xorijiy tajribalar, zamonaviy yondashuvlarni tadqiq qilishdir. Ayniqsa, bugungi kunda korxonalarining istiqbol maqsadi va imkoniyatlarini xodimlar manfaati bilan uyg'unlashtirish, korxonaga ta'sir qiluvchi tashqi muhitni, korxonaning maqsad va vazifalarini tanlash, korxonaning strategiyasining mavjud bozorlar va tovarlarga bo'lgan yo'nalishi, bozorni egallash va uni kengaytirish uchun o'z faoliyatini yaxshilash, rivojlanish bilan bog'liq tushunchalar va qarashlar "Strategik boshqaruv" fani alohida o'rin tutadi.

II. O'quv fanining maqsadi va vazifalari

Fanni o'qitishdan maqsad-talabalarga kompaniyalarni strategik boshqarish borasidagi ilg'or xorijiy tajribalar, zamonaviy yondashuvlar, zamonaviy boshqaruv usul va uslublarini tushunishga imkon berish, kompaniyani boshqarish, uning raqobatbardoshligini ta'minlash usullarini, kompaniyalarni atrof - muhit o'zgarishlariga mos ravishda boshqarishning o'ziga xos jihatlari bo'yicha tushunchalarni hosil qilish, talabalarga xalqaro biznes strategiyasini shakllantirish, amalga oshirish va boshqarishning usullari to'g'risida yo'nalish ixtisosligiga mos bilim, ko'nikma va malaka shakllantirish. Talabalar kompaniyalar qanday va qayerda o'z bozorlarida raqobatbardoshlikni yaratishini o'rganadi. Bunda talabalarga strategiya va strategik marketing haqida tushuncha beriladi. Modul strategiyalar

tomonidan qo'llaniladigan yaxshi o'rnatilgan nazariyalar va modellarga tanishtiradi va ularning amaliyotda qanday qo'llanilishini o'rganadi. Strategiya mavzusini o'rganishda talabalar bugungi kunda biznes liderlari duch keladigan asosiy savollarga javob topishadi: Tashkilotning maqsadi nima? – aksiyadorlarga foyda keltirishni oshirishmi yoki manfaatdor tomonlarning kengroq ehtiyojlarini qondirishmi? Muvaffaqiyatli strategiyalar qanday yaratiladi – ular rejalashtirilgan yondashuvning natijasi sifatida paydo bo'ladimi yoki ular biznes ichidan vujudga keladimi? Kompaniyaning strategiyasi bozorni aniqlashdagi imkoniyatlarga javob bo'lishi kerakmi yoki uning resurslari va qobiliyatlarini ekspluatatsiya qilish kerakmi? Qiymat nima?

**Fanning asosiy vazifalari** – talabalarga boshqarishdagi qiyinchiliklar va cheklashlarni tanqidiy tushunishga imkon berish va strategik boshqarishda qarorlarni oqilona ishlab chiqish va foydalanish yo'llarini o'rgatish, korxonalarining istiqbol maqsadi va imkoniyatlarini xodimlar manfaati bilan uyg'unlashtirish, korxonaga ta'sir qiluvchi tashqi muhitni, korxonaning maqsad va vazifalarini tanlash, korxonaga strategiyasining mavjud bozorlar va tovarlarga bo'lgan yo'nalishi, bozorni egallash va uni kengaytirish uchun o'z faoliyatini yaxshilash bo'yicha amaliy jihatlarni o'rgatishdan iborat. Talabalar strategiya, uning shakllanishi va marketingga oid asosiy tashkilot muammolari va amaliyotlari haqida amaliy va nazariy jihatdan ma'lumotlarga ega bo'ladilar. Talabalar tashkilotlar kontekstini va ularni qanday tahlil qilish mumkinligini ko'rib chiqadilar. Shuningdek, ular tashkilotlar qanday imkoniyatlarga javob bera olishlarini o'rganadilar. Talabalar strategiya va uning shakllanishi, marketing, muhitni va manfaatdor tomonlarni tahlil qilish haqidagi nazariyalar va tushunchalarni o'rganadilar. Ular o'rganishni ish joylariga qo'llashlari va bu sohada individual va tashkilot amaliyotlarini baholashlari kutiladi.

### **III. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)**

#### **1-Modul.**

#### **1-mavzu. "Strategik menejment" fanining predmeti va boshqaruv jarayoni.**

Strategiya turlari va strategiya yaratishni baholash Strategiya tushunchasi, uning mazmuni. Firmani boshqarish vazifalari, ularning asosiy turlari. Firma kompaniya strategiyasini ishlab chiqish bo'yicha menejmlarning vazifalari. Kompaniya missiyasi va strategik qarashlarini belgilash.

Kompaniya strategiyasining asosiy savollari. Strategik boshqarish maqsadi. Maqsadlarning turlari. Strategiyaga aniqliklar, o'zgartirishlar kiritish. Strategik boshqarishning besh vazifasi.

#### **2- mavzu. Bozor strategiyalarini ishlab chiqish**

Biznesning maqsadi bo'yicha aksiyadorlar va manfaatdor tomonlar nuqtai nazarining asosiy bahslarini tushuntirish. Vision (ko'rish), mission (missiya) va values (qiymatlar) kabi tegishli tushunchalarni tushuntirish va ularning kompaniyaning kelajakdagi yo'nalishiga nisbatan ahamiyatini tushunish.

Korxonaga faoliyati yo'nalishlarini belgilash omillari. Kompaniya missiyasi, strategik ko'ra bilish, faoliyat yo'nalishini tanlash o'rtasidagi bog'liqlik. Missiyani

vazifalarga aylantirish. Strategik boshqarish tamoyillari. Korporativ strategiya. Ishbop strategiya. Funktsional strategiya. Amaliy strategiya. Strategiya yaratishda missiya, maqsadlar, strategiyalar birligi Menejmentning nazariy asoslari

#### **3- mavzu. Tarmoqdagi umumiy vaziyat va undagi raqobatning tahlili**

Tarmoqlar va ularning iqtisodiy tavsiflari. Tarmoqdagi raqobat va rivojlanish istiqbollari. Texnologik taraqqiyot sur'atlari. Tarmoq bozorining hajmi. Raqobat miqyoslari. Bozorning o'sish sur'atlari. Raqobatchilar ta'rifi. Raqobatchilarning moliyaviy imkoniyatlari. Tarmoqdagi integratsion jarayon yo'nalishi. Texnologik o'zgarishlar. Raqobatchi beshta kuch modeli. Raqobatchilar strategiyasini aniqlash. Raqiblarning maqsadlari va strategiyalarini turkumlash.

#### **4- mavzu. Kompaniya ahvolidagi tahlili.**

Kompaniya ahvolidagi tahlil qilish uslubiyoti. Tahlil vositalari: SWOT – tahlil, qadriyatlar zanjiri tahlili, xarajatlar tahlili, raqobatbardoshlik bahosi. Strategiyani amalga oshirish tahlili. Tahlil qilinadigan asosiy ko'rsatkichlar. Kompaniyaning kuchli va zaif tomonlari. Korxonaga xarajatlari raqobatbardoshligini baholash. Qadriyatlar zanjiri. Muvaffaqiyatning kalit omillari

**5- mavzu. Strategiya va raqobatchilik ustunligi.** Kompaniyaning faoliyat ko'rsatadigan bozor va sanoatdagi imkoniyatlar va xavflarni aniqlash uchun modellarga asoslanib qo'llanma tuzish. Kompaniyaning resurslari va imkoniyatlarini tahlil qilish uchun modellardan foydalanish. Kompaniyaning raqobat strategiyasini belgilovchi omillar. Raqobat strategiyasining boshqa strategiyalar bilan bog'liqligi. Raqobat kurashiga yondoshuvlar. Xarajatlar bo'yicha ilg'orlik strategiyasi. Keng tabaqalashtirish strategiyasi. Optimal xarajatlar strategiyasi. Fokuslanish strategiyasi. Ifodalangan strategiya. Raqobat ustunligiga erishish yo'llari. Hujumkor strategiya. Hujumkor strategiyaning asosiy turlari. Raqobat ustunligini himoya qilish yo'llari.

Mudofaa strategiyalarining turlari. Vertikal integratsiya. Integratsiya yo'nalishini tanlash. "Qaldirg'och". Korxonaning yutuqlari va muammolari. Qaldirg'orlikda muvaffaqiyatga erishish shartlari.

#### **2-Modul.**

**6- mavzu. Marketing strategiyasini mavjud vaziyatga moslashtirish.** Kompaniyaning strategiyasini amalga oshirish va tashkilot strukturalarining strategiyaga ta'sirini tushunish

Firma strategiyasini mavjud vaziyatga ko'niktirish. Unga ta'sir etuvchi omillar. Ichki va tashqi omillar. Tarmoq ahvolidagi ta'riflovchi omillar. Raqobat shartlarini tavsiflovchi omillar. Firma ahvolidagi variantlari. Bozor etakchilari. Ikkinchi o'rindagi firmalar. Zaif yoki talofat ko'rgan firmalar. Yangi tarmoq tushunchasi. Yangi tarmoqda tavsiya etiladigan strategiyalar. Etuklik bosqichida bo'lgan tarmoqlarda qo'llaniladigan raqobat strategiyalari. Bo'lib tashlangan, tarqoq tarmoqlarning belgilari. Xalqaro bozorlarga chiqish sabablari. Xalqaro operatsiyalarning xususiyatlari.

#### **7- mavzu. Diversifikatsiyalashning korporativ strategiyalari**

Kompaniyaning rivojlanish bosqichlari. Mahalliy bozordan xududiy-milliy va xalqaro bozorlarga chiqish. Tor ixtisoslashish va uning qulayliklari.

	<p>Diversifikatsiyalanishga undovchi omillar. Diversifikatsiyalanishning maqsadi. 2+2=5 samarasi. Diversifikatsiyalanish uchun tarmoq tanlash mezonlari. Yangi tarmoqqa kirish strategiyalari. Turdosh tarmoqlarga diversifikatsiyalanish strategiyalari. Noturdosh tarmoqlarga diversifikatsiyalanish strategiyalari.</p> <p>Diversifikatsiyalanishning ko'p millatli strategiyalari.</p> <p><b>8- mavzu. Diversifikatsiyalangan kompaniyalarning strategik tahlili</b></p> <p>Kompaniyaning mavjud strategiyasi va faoliyatini baholash. Diversifikatsiyalangan kompaniya faoliyatini baholash. Ishbop faollik portfeli matritsasi. "Murakkab bolalar", "Yulduzlar", "Sog'in sigirlar", "Itlar" kvadratlari. Portfelning hozirgi va kelajakdagi holati matritsasi. Strategik moslik tahlili. Korxonalarni investitsiya qobiliyatiga ko'ra tabaqalashtirish. Korporativ strategiyani ishlab chiqish. Tarmoq jozibadorligini baholash yo'nalishlari. Kompaniya portfelinig korxonalar, tarmoqlar bo'yicha tahlili.</p> <p><b>9- mavzu. O'zbekiston Respublikasining taraqqiyot strategiyasi</b></p> <p>Mamlakatning o'ziga xos rivojlanish qonuniyatlari. Yangi O'zbekiston: yangilanish va taraqqiyot omillari. Taraqqiyot strategiyasining asosiy yo'nalishlari. Adolat va qonun ustuvorligini ta'minlash. Kuchli ijtimoiy siyosat: mohiyat va imkoniyatlar.</p> <p>"Yangi O'zbekiston -ma'rifatli jamiyat" konsepsiyasini amalga oshirish.</p>
2.	<p><b>IV. Amaliy mashg'ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar</b></p> <p>Amaliy mashgulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. "Strategik menejment" fanining predmeti va boshqaruv jarayoni.</li> <li>2. <b>Bozor strategiyalarini ishlab chiqish</b></li> <li>3. Tarmoqdagi umumiy vaziyat va undagi raqobatning tahlili.</li> <li>4. Kompaniya ahvolidagi tahlili.</li> <li>5. Strategiya va raqobatchilik ustunligi.</li> <li>6. Marketing strategiyasini mavjud vaziyatga moslashtirish.</li> <li>7. Diversifikatsiyalashning korporativ strategiyalari.</li> <li>8. Diversifikatsiyalangan kompaniyalarning strategik tahlili.</li> <li>9. O'zbekiston Respublikasining taraqqiyot strategiyasi.</li> </ol> <p>Amaliy mashgulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akadem. guruhga bir o'qituvchi tomonidan o'tkazilishi lozim. Mashgulotlar faol va interfaol usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo'llanilishi maqsadga muvofiq.</p>
3.	<p><b>V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar</b></p> <p>Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Korxonalar strategiyasini baholash, yangi yo'nalishlarni tahlil qilish.</li> <li>2. Strategik ko'ra bilishni shakllanishi.</li> <li>3. Strategiyani yaratishning 3 vazifasi.</li> <li>4. Tarmoqda raqobatchilik kuchlari va ularning ta'siri.</li> <li>5. Strategiyani yaratishda va qayta ishlash jarayonida menejmentning vazifalari</li> <li>6. Strategik boshqarish vazifalari.</li> <li>7. Strategik maqsadlar.</li> <li>8. Raqobatchilikni baholash usullari.</li> <li>9. Strategik rejalashtirishning mazmuni va usullari.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Raqobatchilikning umumiy strategiyalari.</li> <li>11. Tarmoqda ustunlikka erishish shartlari.</li> <li>12. Yangi tarmoqdagi raqobatchilik uchun strategiya.</li> <li>13. Past xarajatlar strategiyasi.</li> <li>14. Oqilona xarajatlar strategiyasi.</li> <li>15. Tarmoqni ifodalovchi iqtisodiy ko'rsatkichlar.</li> <li>16. Strategiyani bajarish: byudjetlar, siyosatlar, eng yaxshi tajriba, quvvatlash va mukofatlash tizimi.</li> <li>17. Strategiyani bajarish: bosh qadriyatlar, reinjining va tuzilma.</li> </ol>
4.	<p><b>VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ma'ruzalar;</li> <li>• real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish;</li> <li>• esse, tezis va maqolalar yozish;</li> <li>• vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) yechish;</li> <li>• jarayonli-yo'naltirilgan ta'lim;</li> <li>• muhokamalarda ishtirok etish;</li> <li>• kichik guruhlarda ishlash;</li> <li>• loyiha ishi bajarish;</li> <li>• mustaqil ishlarni bajarish;</li> <li>• taqdimot tayyorlash;</li> <li>• turli darajadagi testlarni yechish;</li> <li>• so'rov o'tkazish.</li> </ul>
5.	<p><b>VII. Kreditlarni olish uchun talablar:</b></p> <p>Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni o'zlashtirish, tahlil natijalarni to'g'ri aks ettira olish, o'rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va joriy, oralik nazorat shakllarida berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo'yicha test yoki yozma ishini topshirish.</p>
6.	<p><b>VIII. Asosiy va qo'shimcha o'quv adabiyotlar hamda axborot manbaalari</b></p> <p><b>Asosiy adabiyotlar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Filip Kotler, Roland Berger, Nils Bikxoff. Strategicheskiy menedjment po Kotleru. Moskva 2021. (Ushbu kitob universitet ARMda PDF variantda mavjud).</li> <li>2. Yo'ldoshev N.Q. Strategik menejment. Darslik. – T.: IQTISODIYOT, 2019. – 122 b. (Ushbu kitob universitet ARMda PDF variantda mavjud).</li> <li>3. N.O. Raxmatullayeva. Strategik menejment. O'quv qo'llanma. Toshkent 2019.</li> </ol> <p><b>Qo'shimcha adabiyotlar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. N.A. Kazakova, A.V. Aleksandrova, N.N. Kondrasheva, S.A. Kurashova. Strategicheskiy menedjment. Moskva 2020. (Ushbu kitob universitet ARMda PDF variantda mavjud).</li> <li>2. Michael A. H:II. Strategic Management: Competitiveness and Globalization – Concepts and Cases. South - Western Collage Pub. 2014. USA. - 896 p. (Ushbu kitob universitet ARMda PDF variantda mavjud).</li> <li>3. Fred R. David. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts &amp; Cases. Pearson. 2014. USA. - 696 p. (Ushbu kitob universitet ARMda PDF variantda mavjud).</li> </ol>

	<p>4. Strategic Management concepts and cases. Arthur A. Thompson. Jr. A.J Strikland. 2012. - 778 p. (Ushbu kitob universitet ARMDa PDF variantda mavjud).</p> <p>5. Yo'ldoshev N.Q. Strategik menejment. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2012. -125 b. (Ushbu kitob universitet ARMDa PDF variantda mavjud).</p> <p>6. Kliff Baumen. Osnovy strategicheskogo menedjmenta. M., «Banki i birji». 2011. –357 s. (Ushbu kitob universitet ARMDa PDF variantda mavjud).</p> <p><b>Axborot manbalari</b></p> <p>1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi xukumat portali.</p> <p>2. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.</p> <p>3. <a href="http://ima.uz">http://ima.uz</a> - O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi huzuridagi intellektual mulk agentligi</p> <p>4. <a href="https://mininnovation.uz">https://mininnovation.uz</a> - O'zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi.</p> <p>5. www.mf.uz - O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi.</p> <p>6. www.sb.uz - O'zbekiston Respublika Markaziy banki.</p> <p>7. www.soliq.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi.</p> <p>8. www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi</p>
7.	<p>Mazkur o'quv dastur Durham universiteti “Strategising for Sustainable Futures” fanidan tuzilgan o'quv dastur (<a href="https://apps.dur.ac.uk/faculty.handbook/2024/UG/module/BUSI3412">https://apps.dur.ac.uk/faculty.handbook/2024/UG/module/BUSI3412</a>) asosida takomillashtirilib, Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universitetida ishlab chiqilgan va tasdiqlangan.</p>
8.	<p><b>Fan/modul uchun mas'ullar:</b> U.Hayitboyeva – “Biznes va boshqaruv” kafedrasida stajor-o'qituvchisi</p>
9	<p><b>Taqrizchilar:</b> D.Bekjanov – UrDU, “Biznes va boshqaruv” kafedrasida mudiri, dotsent N.Sapayeva – UrDU, “Biznes va boshqaruv” kafedrasida dotsenti</p>