

Предметы, преподаваемые на кафедре

Бакалавриат

1	Маркетинг	<p>Маркетинг и основные этапы его развития. Принципы, задачи, функции и виды маркетинга. Информационная поддержка маркетинговой деятельности. Структура маркетинга и организация управления им. Маркетинговое программное обеспечение. Стратегическое и тактическое планирование, маркетинговый контроль. Исследование и прогноз конъюнктуры рынка. Определите целевой рынок. Бренд и политика бренда. Ценовая и ценовая политика. Политика продаж. Коммуникационная политика.</p> <p>Предмет, содержание, цели и задачи науки о водном хозяйстве. Цели и задачи управления производством, законы и принципы. Процесс управления, цели и функции. Организационная структура управления. Методы определения эффективности управленческих решений и способы их принятия.</p>
2	Менеджмент водного хозяйства	<p>Инфраструктура управления водными ресурсами. Особенности управления водной системой. Управление трудовыми процессами в водном хозяйстве. Кадровая система в водном хозяйстве. Финансирование деятельности водохозяйственных организаций. Проектирование, строительство и эксплуатация водных объектов. Научно-техническое развитие и управление качеством в производстве водного хозяйства. Эффективность управления в водном хозяйстве.</p>
3	Экономика и менеджмент сельского хозяйства	<p>Водные ресурсы и их использование в народном хозяйстве. Мероприятия по переводу использования водохозяйственных систем на бассейновый метод и повышению их экономической эффективности. Персонал, производительность труда и заработная плата в водном хозяйстве. Основные средства и оборотные средства мелиорации и водных ресурсов. Применение рыночных системных отношений на предприятиях водоснабжения. Предмет, содержание и задачи управленческой науки. Законы, принципы, функции и методы управления. Управленческие решения и способы их принятия. Культура и стиль управления. Эффективность управления в водном хозяйстве.</p>
4	Экономика и менеджмент в водного хозяйства	<p>Водохозяйственный комплекс. Основные средства и оборотные средства водохозяйственных предприятий. Организация труда и заработная плата в водном хозяйстве. Производственные затраты, стоимость и оценка в управлении водными ресурсами. Финансирование водохозяйственных предприятий. Экономическая эффективность инвестиций в мелиорацию земель.</p> <p>Знать рациональную организацию и управление использованием водных ресурсов, совершенствование организационных структур, технологии принятия решений, использование методов управления в зависимости от ситуации. Изучение современных методов управления водными ресурсами, искусства и культуры, способов развития навыков и талантов менеджеров</p> <p>Предмет, методы и задачи предмета «Экономика и управление в промышленности». Аграрные экономические реформы и их основные направления. Рыночные и рыночные отношения в сельском хозяйстве и водном хозяйстве. Размещение и специализация сельскохозяйственного и водного производства. Ресурсы сельскохозяйственного производства и их эффективное использование. Земельные и водные ресурсы и их эффективное использование. Материально-технические ресурсы сельского хозяйства. Трудовые ресурсы и производительность труда в сельском хозяйстве. Основные средства и оборотные средства сельского хозяйства. Интенсификация производства и научно-технический прогресс. Интенсификация сельского хозяйства. Инвестиции и инвестиционная деятельность в сельском хозяйстве. Инновации и инновационная деятельность в сельском хозяйстве. Затраты на производство и стоимость сельскохозяйственной продукции. Система цен на сельскохозяйственную продукцию. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства. Валовое сельскохозяйственное и товарное производство, расширенное воспроизводство. Теоретические основы менеджмента. Элементы организации и управления хозяйствующими субъектами в сельском хозяйстве. Система управления сельскохозяйственными предприятиями и организационные формы управления. Функции и принципы управления в сельском хозяйстве. Методы управления. Управление персоналом в сельском хозяйстве. Управление трудовыми процессами и управленческие решения в сельском хозяйстве. Стиль управления, управление конфликтами и стрессом. Управление рисками в сельском хозяйстве. Управление агропредприятиями.</p>
5	Отраслевая экономика и менеджмент	

6	Управление персоналом	Персонал и управление человеческими ресурсами. Работа и коктейльный рынок. Человеческий фактор в становлении предприятий и организаций. Стратегия управления персоналом предприятий и организаций. Управление персоналом на предприятиях и в организациях. Карьерный менеджмент на предприятиях и в организациях. Управление повышением квалификации сотрудников предприятий и организаций. Социальное развитие предприятий и организаций - основа управления персоналом. Управление поведением персонала на предприятиях и в организациях.
7	Практический менеджмент	Цели и задачи предмета прикладной управленческой науки, роль практического менеджмента в управлении производственным процессом, Функции и методы управления как основной инструмент практического подхода. Персонал, принятие решений и оперативное управление при организации практической управленческой деятельности
8	Менеджмент качества	Основное содержание понятий качества и менеджмента качества. Определение понятия конкурентоспособности и конкурентоспособности продукции. Основные методы менеджмента качества. Классификация показателей качества Показатели качества товаров и услуг и методы его определения. Управление качеством на предприятиях. Системный подход к менеджменту качества Сертификация стандартов, продуктов и услуг. Защита потребителя.
9	Корпоративное управление	Предмет и содержание предмета корпоративного управления. Содержание и история принципов корпоративного управления. Корпоративная культура: формирование, содержание и сущность Зарубежные модели корпоративного управления и их формы. Институциональные основы корпоративного управления и основные этапы оздоровления в Республике Узбекистан. Концепция построения национальной модели корпоративного управления Корпоративные споры. Проблемы корпоративного управления и перспективы развития Оценить эффективность корпоративного управления
10	Стратегический менеджмент	Предмет «Стратегический менеджмент» и процесс управления. Задачи создания стратегии. Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней. Анализ состояния компании. Стратегия и конкурентное преимущество. Конкурентные силы и причины изменения их состава. Адаптация маркетинговой стратегии к текущей ситуации. Стратегии корпоративной диверсификации. Стратегический анализ диверсифицированных компаний. Реализуйте стратегию в компаниях.
11	Логистика	Понятие, содержание и задачи науки о логистике. Логистические функции. Материальный поток и логистические операции. Система логистики. Методология логистического оборудования. Функциональная среда логистики. Закупочная логистика. Производственная логистика. Дистрибьюционная логистика. Транспортная логистика. Информационная логистика. Резервы в логистике. Логистические склады. Логистическая служба. Совершенствование системы продаж производителей на основе концепции логистики.
12	Инновационный менеджмент в водном хозяйстве	Внедрение инноваций - объект управления инновациями. Государственная поддержка инноваций. Выбор способа реализации инновационного проекта. Инновационный проект: основные этапы создания и внедрения. Методы определения экономической эффективности инвестиций в ирригацию и мелиорацию земель. Методы и эффективность определения инвестиций в реабилитацию орошаемых земель. Инновационный менеджмент. Выбор инновационной стратегии. Управление персоналом в научных организациях. Анализ спроса на научно-техническую продукцию
13	Социальный менеджмент	Социальный менеджмент - культура менеджмента конца XX и начала XXI века. Социальная политика - это универсальная технология реализации менеджмента. Становление предмета «Социальный менеджмент». Законы и принципы социального управления. Методы социального управления. Основа повышения эффективности научных методов социального управления. Система социального управления. Организационные отношения в социальном менеджменте. Социальные ресурсы, способы их реализации. Мотивационный ресурс в социальном менеджменте. Социальное самоуправление. Социальная инженерия - как инструмент социального управления.

14	Инновационный менеджмент и маркетинг	Государственная поддержка инноваций. Выбор способа реализации инновационного проекта. Инновационный проект: основные этапы создания и внедрения. Принципы, задачи, функции и виды маркетинга. Информационная поддержка маркетинговой деятельности. Структура маркетинга и организация управления им. Маркетинговое программное обеспечение.
15	Экологический менеджмент	Предмет, методы исследования и задачи «Экологический менеджмент». Роль экологического менеджмента в общей теории менеджмента и его основные особенности. Эволюция инструментов экологического менеджмента. Структура инструментов экологического менеджмента и их характеристики. Структура инструментов экологического менеджмента и их характеристики. Демонстрация общих экологических и общих законов управления в экологическом менеджменте. Общие и частные законы и принципы экологического менеджмента. Основные инструменты экологического менеджмента и их классификация. Экологический мониторинг. Организационная структура органов управления окружающей средой и управления окружающей средой. Экологический менеджмент предприятий. Стратегический экологический менеджмент.
16	Экономика и менеджмент	Водные ресурсы и их использование в народном хозяйстве. Мероприятия по переводу использования водохозяйственных систем на бассейновый метод и повышению их экономической эффективности. Персонал в водном хозяйстве, производительность труда и заработная плата. Основные средства и оборотные средства мелиорации и водных ресурсов. Применение рыночных системных отношений на предприятиях водоснабжения. Предмет, содержание и задачи науки управления. Законы, принципы, функции и методы управления. Управленческие решения и способы их принятия. Культура и стиль управления. Эффективность управления в водном хозяйстве.
17	Психология управления	Исторические этапы психологии и практики управления в условиях орошаемого земледелия. Использование потенциала духовности и менталитета в сфере управления. Особенности сфер деятельности водохозяйственных организаций и управления. Использование потенциала психологии в решении существующих проблем. Проявление индивидуальных (психологических) характеристик личности в бизнесе и управлении. Основные правила и особенности психологии управления
18	Менеджмент	Содержание, сущность, предмет и задачи науки управления. Теория и практика управления. Система управления и ситуационный подход. Законы и принципы управления. Процесс управления и цель. Функции управления. Организационная структура управления. Методы управления Информация и коммуникация в процессе управления. Принятие решений в управлении. Стиль управления и культура. Предпринимательство и бизнес в системе управления. Организация управленческой деятельности и научный подход.
19	Менеджмент. Маркетинг	Содержание, сущность, предмет и задачи науки управленческого маркетинга, Системный и ситуационный подход к управлению, Законы и принципы управления, Процесс и цель управления, Функции управления, Организационная структура управления, Методы управления, Принятие управленческих решений, Принятие управленческих решений, Управление стиль и эффективность культуры, Концепция маркетинга, Конъюнктура рынка, Спрос, предложение и емкость рынка, Сегментация рынка и ее характеристики, Система цен и типы рыночных цен в маркетинге, Маркетинговая стратегия, Конкуренция и ее виды в маркетинге, Организация и контроль маркетинговой деятельности
20	ИТ Менеджмент	Менеджеры: ключ к результатам в области информационных технологий Стратегическое планирование Управление проектом Бизнес-процессы и ИТ-аутсорсинг Управление корпоративными и информационными технологиями Инструменты для совместной работы Электронная коммерция Корпоративные системы Бизнес-аналитика и большие данные Управление знаниями Киберпреступность и ИТ-безопасность Этические, правовые и социальные вопросы информационных технологий

		Введение. Что такое участок на Земле?
		Проблема земли
		Мировые тенденции в управлении землепользованием
		Подход к землепользованию
		Землевладение
		Землевладение
21	Управление землепользованием	Недвижимые и движимые товары
		Управление земельными ресурсами
		Регистрация земли
		Мутации в информации о земле
		Стоимость земли
		Определение стоимости земли

МАГИСТРАТУРА

1	Теория системного менеджмента	Система управления. Организация управления. Функциональное управление. Целевое управление. Кадровый менеджмент. Компонент предпринимательства как основа управления персоналом. Развитие предпринимательской составляющей. Формирование предпринимательских навыков для оптимизации личных результатов. Эффективность управления. Глобализация трудовых и управленческих процессов.
2	Психология потребителей	Сегментация рынка и демографический анализ. «Потребительское поведение» как наука. Мировые потребительские рынки: структура и стратегия. Понимание и поиск потребностей. Оцените вариант перед покупкой. Покупки и принятые решения. Расход, удовлетворение потребностей, свобода от использованных продуктов. Индивидуальные различия. Воздействие на окружающую среду. Маркетинговая стратегия и моральная ответственность.
3	Методы исследования маркетинга	Организация маркетинговых исследований. Процессы и планирование маркетинговых исследований. Выявление проблемы в маркетинговых исследованиях. Классификация и виды маркетинговых исследований. Методы сбора информации в маркетинговых информационных системах и маркетинговых исследованиях. Методология анализа в маркетинговых исследованиях: принципы и методы. Методы обследования и опросы. составить анкету и провести вопросы. фокус-группа. Методы наблюдения в маркетинговых исследованиях. Изучение сегментации рынка и поведения потребителей. Организация маркетинговых исследований в сети Интернет. Измерение и масштабирование в маркетинговых исследованиях. Причинно-следственное маркетинговое исследование: эксперимент (эксперимент). Корреляционный и регрессионный анализ. Подготовка отчетов по результатам маркетингового исследования и его презентация
4	Стратегический маркетинг	Роль маркетинга на предприятии, Маркетинг и удовлетворенность, Анализ потребностей посредством сегментации рынка, Анализ привлекательности рынка, Анализ конкурентоспособности фирмы, Выбор маркетинговой стратегии, Разработка через производство новых продуктов, Стратегические решения по каналу продаж, Стратегические решения по организации цен, Коммуникации Стратегические решения, Стратегический маркетинговый план.

5	Методы исследования управления	<p>Методы исследования для менеджеров, методы исследования для бизнеса и менеджмента</p> <p>Цели и задачи науки оперативного управления Операционная стратегия компании и Календарное планирование и управление производством Календарное планирование и управление проектами Управление качеством и сравнительный анализ</p>
6	Операционный менеджмент	<p>Планирование и прогнозирование Формирование операционной системы и развертывание производственных мощностей. Управление производственными ресурсами Моделирование системы оперативного управления Принципы работы и улучшение процессов Операционный консалтинг</p> <p>Влияние международной экономической интеграции на развитие иностранного предпринимательства. Характеристики стиля управления (стиля) в зависимости от страны, в которой работает компания. Кадровая политика в международном бизнесе. Человеческие ресурсы в международной системе менеджмента. управление Этика международного бизнеса и требования к менеджеру по международным отношениям.</p>
7	Международный менеджмент	<p>Цель преподавания предмета - дать магистрам новые научно-теоретические знания о сущности и содержании маркетинга инновационных проектов, методических рекомендациях, специфике инновационного маркетинга, основных этапах развития, формах, видах и способах и средствах его реализации, концептуальных направлениях инновационного маркетинга. состоит из обучения.</p> <p>Цель преподавания предмета - дать магистрам новые научно-теоретические знания о сущности и содержании маркетинга инновационных проектов, методических рекомендаций, специфике инновационного маркетинга, основных этапах и инновации развития, формации развития состоит из обучения.</p>
8	Маркетинг инновационных проектов	<p>Организация предприятий Управление человеческими ресурсами Стратегия управления персоналом на предприятиях Управление служебной карьерой в компаниях и продвижением по службе сотрудников</p>
9	Управление человеческими ресурсами	<p>Социальное развитие предприятия - основа управления персоналом, Управление инновациями в кадровой системе Этика трудовых отношений в управлении персоналом Разрешение конфликтов и стрессов в управлении персоналом Управление безопасностью персонала на предприятиях Организация работы управленческого персонала Управление поведением персонала на предприятиях</p> <p>Предмет, метод и задачи «Рекламы и PR» Этапы развития рекламы Социально-психологические аспекты рекламы Реклама - маркетинг как средство коммуникации Инструменты распространения рекламы Рекламный дизайн и рекламный имидж составные части Рекламные тексты, объявления и ссылки основы подготовки</p>
10	Теория и практика рекламы	<p>Рекламная деятельность в розничной торговле установить Организация рекламной деятельности на оптовых предприятиях Организация рекламной деятельности на промышленных предприятиях Организация рекламной кампании Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг Эффективность рекламной деятельности Связи с общественностью в системе общественных отношений Организация деятельности по связям с общественностью Эффективность деятельности по связям с общественностью Международная реклама</p>

- Предмет «Стратегическое управление в водном хозяйстве» и процесс управления. Задачи создания стратегии. Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней. Анализ состояния компании. Стратегия и конкурентное преимущество. Конкурентные силы и причины изменения их состава. Адаптация маркетинговой стратегии к текущей ситуации. Стратегии корпоративной диверсификации. Стратегический анализ диверсифицированных компаний. Реализуйте стратегию в компаниях.
- 11 Стратегическое управление в водном хозяйстве
- Общая концепция маркетинга
Концепция агромаркетинга
- 12 Агромаркетинг
- Общие экономические факторы, влияющие на маркетинговую деятельность в сельском хозяйстве. Стратегические направления аграрной политики. Классификация рынков для маркетинговой среды агробизнеса. Спрос на сельскохозяйственные рынки. Предложение продукции на рынке агропродовольственных товаров Особенности цен в сельском хозяйстве Управление сельскохозяйственными рисками и агрострахование
- 13 Логистика
- Понятие, содержание и задачи науки о логистике. Логистические функции. Материальный поток и логистические операции. Система логистики. Методология логистического оборудования. Функциональная среда логистики. Закупочная логистика. Производственная логистика. Дистрибьюционная логистика. Транспортная логистика. Информационная логистика. Резервы в логистике. Логистические склады. Логистическая служба. Совершенствование системы продаж производителей на основе концепции логистики.
- 14 Электронный маркетинг
- Предмет, содержание и задачи предмета «Электронный маркетинг». Электронный маркетинговый пакет. Особенности и структура электронного рынка. Маркетинговые исследования и Интернет. Правовые и этические аспекты электронного маркетинга. Технологии хранения и обработки данных. Принципы работы в Интернете. Технологии создания сайтов.
- 15 Управление маркетингом
- Сущность и содержание управления маркетингом, этапы управления маркетингом, управление каналами сбыта продукции, управление продуктом, ценой, процессами продаж и коммуникации. анализ рыночных возможностей, выбор целевого сегмента, реализация маркетинговых мероприятий, управление брендом, брендом и упаковкой, определение коммуникационных целей. управление оптовыми и розничными каналами, управление маркетинговой информацией и оценка рыночного спроса, привлечение и удержание потребителей, позиционирование предложения продукции.
- 16 Международный маркетинг
- Теоретические основы международного маркетинга. Международная маркетинговая среда. Международная маркетинговая информационная система. Аналитическая функция в международном маркетинге. Практика и методы организации маркетинговых исследований на международном рынке. Международные маркетинговые стратегии. Бренд и политика бренда в международной маркетинговой системе. Ценообразование в международном маркетинге, ценообразование, ценовая политика. Создание международной маркетинговой службы, ориентированной на рынок. Международные торговые соглашения. Ориентация товаров на международный рынок. Система маркетинговых коммуникаций и стимулирование продаж