

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**Xo‘djamuratova G.Yu.,
Azlarova M.M.**

MENEJMENT. MARKETING

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi huzuridagi
Muvofiqlashtiruvchi kengash tomonidan 5230700 – Bank ishi,
5230900 – Buhgalteriya hisobi va audit bakalavriat
ta‘lim yo‘nalishida tehsil olayotgan talabalar
uchun darslik sifatida tavsiya etilgan*

TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019

**UDK 338.24 (07) KBK:
65.05.00228**

Xo'djamuratova G.Yu., Azlarova M.M. Menejment. Marketing. Darslik. – T.: «IQTISODIYOT», 2019. – 359 b.

Mazkur darslikda menejment fanining predmeti, obykti va metodi, menejment nazariyasining shakllanishi va rivojlanishi, boshqaruv maqsadi va funksiyalari, boshqarishning tashkiliy tuzilmalari, boshqarish usullari, boshqaruv qarorlari va uning mohiyati, menejmentda motivlashtirish, boshqarishda axborot va kommunikatsiya, marketingning nazariy asoslari, marketing tizimida axborot ta'minoti, marketing muhiti, bozorni va iste'molchilarni o'rganish, marketing tizimida tovar, narx siyosati, kommunikatsion siyosatga oid masalalar batafsil yoritilgan.

Darslik namunaviy o'quv dasturi asosida tayyorlangan bo'lib, oliy o'quv yurtlarini talabalari aspirantlari va o'qituvchilari, ilmiy xodimlar, rahbar va mutaxassislar uchun mo'ljallangan.

В этом учебнике полностью раскрыты предмет, объект и метод дисциплины менеджмента, проблемы формирования и развития теории менеджмента, цель и функции управления, организационные структуры управления, методы управления, управленческие решения и их сущность, мотивирование в менеджменте, информация и коммуникация в управлении, теоретические основы маркетинга, информационное обеспечение в системе маркетинга, маркетинговая среда, проблемы изучения рынка и потребителей, товар и ценовая политика в системе маркетинга, коммуникационная политика.

Данный учебник подготовлен на основе типовой учебной программы и предназначено для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, научных сотрудников, руководителей и специалистов.

There're full described the problems in this textbook such as an item, object and method of management discipline, forming and developing of management theory, object and functions of management, the managerial organizational structures, management methods, a nature of managerial decisions, motivation in management, information and communication in management, the theoretical bases of marketing, information supply in marketing system, marketing environment, market and customer's study, product in marketing system, price policy and communication policy.

This textbook prepared on the base of typical academic program might be very interesting for the students, master's program students, post graduate students and teachers of higher educational schools, managers and specialists.

ISBN 978-9943-6059-0-9

**UDK 338.24 (07) KBK:
65.05.00228**

© «IQTISODIYOT», 2019

© Xo'djamuratova G.Yu., Azlarova M.M., 2019