

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJALAR BERUVCHI DSc.03/30.01.2021.I.16.03 RAQAMLI
ILMIY KENGASH ASOSIDAGI BIR MARTALIK ILMIY KENGASH**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

KAYUMOVA MEXRIBONU SHERALIYEVNA

**OLIY TA'LIM MUASSASALARI TALABALARIDA KORPORATIV
MADANIYATNI SHAKLLANTIRISH METODIKASI
(iqtisodiyot ta'lim yo'nalishlari misolida)**

13.00.02 – Ta'lim va tarbiya nazariyasi va metodikasi

**PEDAGOGIKA FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD)
DISSERTATSIYASI AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

**Pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati
mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD) по
педагогическим наукам**

**Sontenus of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD) he was a
pedagogical sciences**

Kayumova Mexribonu Sheraliyevna

Oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish metodikasi (iqtisodiyot ta'lim yo'nalishlari misolida)..... 3

Каюмова Мехрибону Шералиевна

Методика формирования корпоративной культуры у студентов высших образовательных учреждений (на примере направления образования экономика)..... 25

Kayumova Mekhribonu Sheralievna

Methodology for the formation of corporate culture among students of higher educational institutions (on the example of the educational areas of economics)..... 51

E'lon qilingan ishlar ro'uxati

Список опубликованных работ

List of published works..... 55

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJALAR BERUVCHI DSc.03/30.01.2021.I.16.03 RAQAMLI
ILMIY KENGASH ASOSIDAGI BIR MARTALIK ILMIY KENGASH**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

KAYUMOVA MEXRIBONU SHERALIYEVNA

**OLIY TA'LIM MUASSASALARI TALABALARIDA KORPORATIV
MADANIYATNI SHAKLLANTIRISH METODIKASI
(iqtisodiyot ta'lim yo'nalishlari misolida)**

13.00.02 – Ta'lim va tarbiya nazariyasi va metodikasi

**PEDAGOGIKA FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD)
DISSERTATSIYASI AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida B2022.2.PhD/Ped3566-raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, ingliz, rus (rezyume) Ilmiy kengashning web-sahifasida (www.tsue.uz) va "Ziyonet" Axborot-ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Xakimova Muxabbat Fayziyevna
pedagogika fanlari doktori, professor

Rasmiy opponenlar:

Himmataliyev Do'stnazar Omonovich
pedagogika fanlari doktori, professor

Mamanazarov Abduhakim Bozorovich
iqtisodiyot fanlari nomzodi, pedagogika fanlari doktori, dotsent

Yetakchi tashkilot:

Farg'ona davlat universiteti

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc.03/30.01.2021.I.16.03 raqamli ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengashning 2024-yil "___" _____ soat ___ dagi majlisida bo'lib o'tadi (manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-01-49, faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdu@tsue.uz)

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (___-raqam bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-01-49, faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdu@tsue.uz

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "___" _____ kuni tarqatildi.
(2024-yil "___" _____ dagi _____-raqamli reyestr bayonnomasi).

S.K. Xudoyqulov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

B.D. Xajiyev

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengash kotibi, i.f.d., professor

U.V. Gafurov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash asosidagi bir martalik ilmiy kengash qoshidagi ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

KIRISH (falsafa fanlari (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Dunyo mamlakatlarining iqtisodiy tendensiyalarini belgilashda yuqori malakali kadrlarga ehtiyoj sezilganligini inobatga olgan holda, oliy ta'lim muassasalari talabalarining korporativ madaniyatini professionallik, ijodkorlik, qadriyatlarga moslashish va ijodiy texnologiyalarini tatbiq eta olish masalasi dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. 2021-yilda "Times Higher Education Impact Rankings ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, 96 mamlakatdagi 70 %dan ortiq ta'lim muassasalari o'z ta'lim dasturlarida korporativ madaniyat elementlarini qamrab olgan holda talabalarni korporativ muhitga tayyorlash muhimligini anglashning ortib borayotganligi aks ettirilgan"¹. Ishlab chiqarish sohalarida mutaxassislarning boshqaruvga xos xususiyatlarini shakllantirish, bu esa, oliy ta'lim muassasasining ajralmas elementi sifatida moslashuvchanligini ta'minlash, muassasada umumiy, axloqiy va psixologik xususiyatni shakllantirish borasida talabalarning korporativ madaniyatini takomillashtirish, mehnat bozori talabiga mos, salohiyatli tendensiyalarni hal etishga ijodiy yondasha oladigan, biznes munosabatlarini samarali yuritish bo'yicha loyihalarni tatbiq etishga qaratilgan tizimli ishlar olib borilmoqda.

Jahon ishchi kuchi bozorida korporativ madaniyatni rivojlantirish iqtisodiy sharoitlarga moslashish, iqtisodiy-ijtimoiy sohalar hamda milliy madaniyatni uyg'unlashtirish, bo'lajak mutaxassislarning salohiyatini ro'yobga chiqarish, biznes etikasini omma ichida subyektiv idrok etish bo'yicha ustuvor ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Shaxs taraqqiy fenomeni sohasida amalga oshirilgan tadqiqotlar tarkibida biznes yuritish faoliyatini shakllantirish, korporativ harakat qadriyatlarini rivojlantirish, ish yuritish fazilatlarini aks ettiruvchi xususiyatlarni takomillashtirish kabi yo'nalishlarga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Yangi O'zbekistonda ta'lim tizimini jahon ta'lim standartlari darajasida rivojlantirish bilan bir qatorda talabalarning korporativ madaniyatini rivojlantirish ko'nikmalarini uzluksiz amalga oshirish, zaruriy kompetensiyalarini rivojlantiruvchi loyihalashtirishning me'yoriy-huquqiy asoslari kabi keng qamrovli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. "... madaniyatning ustuvorligiga urg'u berish, jamiyat hayoti sifatining yanada yuqori darajasini ta'minlash, unda fuqarolarning hamjihat bo'lishiga erishish, ma'naviyatli, mas'uliyatli, mustaqil fikrlovchi ijodkor shaxsni shakllantirish oldimizda turgan eng dolzarb masalalardan biri"² ekanligi ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Mazkur vazifalarni amalga oshirishda talabalar korporativ madaniyatini rivojlantirishda zamonaviy korporatsiya hamda biznes etikani ijtimoiy-moddiy muhitda subyektiv idrok etish, ijtimoiy-iqtisodiy manfaatlarga taalluqli harakatchanlik darajasi bilan belgilanadigan qarorlar qabul qilish istagini muayyan kasbiy vaziyatlarda qo'llash, korporativ ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirish, xizmatlarni boshqarishda ishonchli o'zaro ta'sir qilish qobiliyatini rag'batlantirishga qaratilgan gibrid o'qitishni joriy etish kabi

¹ <https://www.timeshighereducation.com/rankings/impact/overall/2021>

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 26.05.2020 yildagi "Madaniyat va san'at sohasining jamiyat hayotidagi o'rni va ta'sirini yanada oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6000-son Farmoni, <https://lex.uz/docs/4829149>

muammolarni hal etishga yo'naltirilgan tadqiqotlar ko'lamini kengaytirishni taqozo etmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 8-oktyabrdagi PF-5847-son "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi to'g'risida"gi, 2020-yil 5-oktyabrdagi PF-6079-son "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" va 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 20-apreldagi PQ - 2909-sonli "Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi va 2022-yil 8-noyabrdagi PQ-415-son "Korporativ munosabatlarning huquqiy asoslarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi hamda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 19-iyuldagi 606-sonli "Oliy malakali ilmiy va ilmiy-pedagogik kadrlarni maqsadli tayyorlash tizimini takomillashtirish to'g'risida"gi qarorlari mazkur faoliyatga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risidagi I. "Axborotlashgan jamiyat va demokratik davlatni ijtimoiy, madaniy, madaniy-ma'rifiy rivojlantirishda, innovatsion g'oyalar tizimini shakllantirish va ularni amalga oshirish yo'llari" ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Markaziy Osiyo xalqlarining Sharq uyg'onish davri madaniyati, milliy qadriyatlari va mutafakkirlarning ilmiy merosi, tarbiyaviy ahamiyati, talaba-yoshlarning ma'naviy madaniyatini rivojlantirishga ijtimoiy-pedagogik, antropologik va akmeologik yondashuvlar B.Adizov, S.Annamuratova, J.Yo'ldoshev, O.Jamoliddinova, Sh.Mardonov, U.Mahkamov, O.Musurmonova, S.Nishonova, N.Ortiqov, Z.Saliyeva, S.Fayzulina, Sh.Shodmonova, N.Egamberdiyeva, N.Erkaboyeva, M.Quronov, J.Hasanboyevlar; muammoning psixologik jihatlarini M.Davletshin, V.Karimova, Z.Nishonova, N.Safayev, E.G.G'oziyevlar³ning ishlarida yoritilgan.

³ Dissertatsiya mavzusi bo'yicha xorijiy ilmiy-tadqiqotlar sharhi quyidagi manbalar asosida tayyorlangan. Adizov B.R. Boshlang'ish ta'limni ijodiy tashkil etishning nazariy asoslari, dis. ... red. fanlari nomzodi, 2003; Annamuratova S.K., Художественно-эстетическое воспитание школьников Узбекистана, под ред. С.Р. Раджабова; Ташк. гос. пед. ин-т им. Низами; Yo'ldoshev J.G., Ta'lim yangilanish yo'lida, Toshkent: O'qituvchi, 2000; Maxkamov U. Axloq-odob saboqlari, qo'llanma., Toshkent: Fan; Musurmonova O. Yuqori bosqich talabalarini ma'naviy madaniyatini takomillashtirishning pedagogik asoslari: ped.fan.dok. ... diss. - T.: Nishonova S. Ezgulik yo'li, qo'llanma, Toshkent: Ma'naviyat; Ortiqov N. Milliy va umuminsoniy qadriyatlar asosida talaba shaxsini axloqiy shakllantirish, dis. ... ped. fanlari nomzodi, 2000; Saliyeva Z.T pedagogika fanlari doktorlik dis. avtoreferati. Pedagogik oliy ta'lim muassasalari talabalarining ma'naviy madaniyatini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish, 2017; Shodmonova Sh., Talabalarda mustaqillik tafakkurini shakllantirish va rivojlantirish, Monografiya. Toshkent : Fan va texnologiya, 2008; Egamberdiyeva N.M. Atrof-muhit ta'sirida talabalarni axloqiy tarbiyalashning ilmiy-pedagogik asoslari (pedagogika kollejlari misolida), Pedagogika fanlari nomzodi ilmiy darajasi olish uchun yozilgan Dissertatsiya, T.: TDPU, 2004; Erkaboyeva N.Sh. Mustaqillik yillarida O'zbekistonda pedagogik fikrlarning rivojlanishi (1992-2005 yy): Ped. fan ... Dis., 2007; Karimova V. Psixologiya. O'quv qo'llanma, Toshkent: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2002; Nishonova Z. Inklyuziv ta'lim yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etishni uzluksiz amalga oshirish, 2016; Safayev N.S. Umumiy psixologiya nazariyasi

Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi (MDH)dan ta'lim muassasasi korporativ madaniyati xususiyatlarining nazariy va pedagogik asoslari Yu.Agaeva, O.Gabdulxakova, O.Gorbatko, V.Peshkova, N.Plaksina, A.Pozdnyakov, E.Razumova, I.Shamov, E.Chijikova⁴lar tomonidan tadqiq etilgan.

Xorijiy davlatlardan I.Ansoff, C.Cameron, K.Quinn, A.Kennedi⁵lar korporativ madaniyat modellarini takomillashtirish bo'yicha tadqiqot ishlarini olib borishgan.

Dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Jizzax politexnika instituti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasining OT-F1-049-raqamli "Talabalarda assertiv xulqni shakllantirishning ijtimoiy-psixologik xususiyatlari" mavzusidagi grant loyihasi doirasida bajarilgan (2017-2021-yy.).

Tadqiqotning maqsadi oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish metodikasini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

oliy ta'lim muassasasida talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirish metodikasini takomillashtirishning pedagogik imkoniyatlarini aniqlash;

oliy ta'lim muassasasida talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirish metodikasini takomillashtirish;

oliy ta'lim muassasasida talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirish modelini takomillashtirish;

oliy ta'lim muassasasida talabalarining korporativ madaniyatini shakllanganlik samaradorligini takomillashtirish.

Tadqiqotning obykti sifatida oliy ta'lim muassasalari talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirish metodikasini takomillashtirish jarayoni hisoblanib, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Guliston davlat universiteti va Andijon qishloq xo'jaligi va agrotexnologiyalar institutlarini "Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)" ta'lim yo'nalishlarining 675 nafar talabalarini respondentlar sifatida ishtirok etgan.

Tadqiqotning predmetini oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish metodikasini takomillashtirishning shakl, metod va vositalari tashkil etadi.

va amaliyoti. O'quv qo'llanma. Toshkent: TDPU, 2013; G'oziyev E.G. Pedagogik psixologiya. O'quv qo'llanma. Toshkent: Noshir, 2014.

⁴ Agaeva Yu.A., Torохтий В.С. Методика формирования корпоративно-профессиональной культуры будущего социального педагога в вузе. - М.: МПГУ, 2013. - 56 с.; Габдулхакова О.И. Педагогические условия формирования корпоративной культуры студенческой группы вуза: Дис. ... канд. пед. наук. - Ульяновск, 2006. - 256с.; Горбатко О.И. Теоретико-педагогические основания особенностей корпоративной культуры образовательного учреждения: Дис. ... канд. пед. наук. - Ставропол, 2006.; Поздняков А.Л. Формирование управленческой культуры будущего специалиста социальной работы в вузе: Дис. ...док. пед. наук. - М., 2007 -439с.; Разумова Е.Д. Формирование основ корпоративной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе: дис. ... канд. пед. наук. - М., 2008. - 205с; Чижикова Е.С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества вуза: Дис. ... канд. пед. наук. - М., 2010. - 230с.

⁵ Камерон Ким С. Диагностика и изменение организационной культуры/ Ким С. Камерон, Роберт Э. Куинн. - Питер, 2001. - 310с.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqotda suhbat, kuzatish, anketa, test, onlayn so‘rovnoma, loyihalash, modellashtirish, ekspert baholash, pedagogik tajriba-sinov, tadqiqot natijalarini matematik-statistik qayta ishlash kabi usullaridan foydalanildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

talabalarning korporativ madaniyatini rivojlantirish imkoniyatlari shaxsiy qadriyatlarga moslashgan fazilatlar, milliy madaniyatning ma’naviy-axloqiy an’analariga ratsional va hissiy komponentlarni birlashtirgan zamonaviy korporatsiya hamda biznes etikani ijtimoiy-moddiy muhitda subyektiv idrok etish asosida ochib berilgan;

talabalarning korporativ madaniyatini oila, nazorat, kreativ va ishlab chiqarish madaniyat turlarini uzviy uyg‘unlashtirish hamda korporativ-pedagogik yondashuvlar va ijtimoiy-iqtisodiy manfaatlarga taalluqli harakatchanlik darajasi bilan belgilanadigan qarorlar qabul qilish istagini muayyan kasbiy vaziyatlarda qo‘llash asosida takomillashtirilgan;

talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish modeli umumiy maqsadga erishishga qaratilgan ijtimoiy mas’uliyatni korporativ tajribalarga mos faollashtirish va talabalarni korporativ faoliyatga jalb etish sharoitlari va korporativ ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirish asosida takomillashtirilgan;

bozor iqtisodiyoti sharoitida bo‘lajak mutaxassisning korporativ madaniyati darajasini baholash metodikasi ma’naviy boyluk va bag‘rikenglik komponentlarini bosqichma-bosqich uyg‘unlashtirish, xizmatlarni boshqarishda ishonchli o‘zaro ta’sir qilish qobiliyatini rag‘batlantirishga qaratilgan gibril o‘qitishga joriy etish asosida takomillashtirilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

oliy ta’lim muassasalari magistratura bosqichi o‘quv dasturlariga muvofiq “Ta’lim va o‘rganish nazariyasi” fanidan o‘quv qo‘llanma va darslik tayyorlangan;

oliy ta’lim muassasalari (kredit-modul bo‘yicha) bakalavr bosqichi o‘quv dasturiga muvofiq “Bilimlar iqtisodiyoti” nomli darslik va “Korporativ madaniyat” nomli o‘quv qo‘llanma tayyorlangan;

oliy ta’lim muassasasi tadqiqotchilari va mustaqil izlanuvchilari uchun ilmiy matnlarni umumlashtirish, ilmiy maqolalardan kalit so‘zlarni olish va ilmiy terminlarning bulutini yaratish orqali ma’lumotlarni vizualizatsiya qilish metodikasi dasturi va “Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha)” kunduzgi va masofaviy ta’lim yo‘nalishlari o‘quv dasturiga muvofiq “Biznes kommunikatsiya” nomli mobil ilova yaratilgan va o‘quv qo‘llanma tayyorlangan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi korporativ madaniyatning mazmuni, metodlari, shakllari va vositalari, uni baholash mezonlari, korporativ madaniyat shakllanganligi, korporativ madaniyat darajalari hamda nazariy ma’lumotlarning rasmiy manbalardan olinganligi, tajriba-sinov ishlarining reprezentativligi, tizimli didaktik ta’minoti, natijalarning matematik-statistik metodlar vositasida asoslanganligi hamda olingan ilmiy natijalarning amaliyotga joriy etilib, vakolatli tashkilotlar tomonidan tasdiqlanganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati shundan iboratki, oliy ta’lim muassasalari talabalarida korporativ

madaniyatni shakllantirish mazmuni, asosiy tushunchalari, mezonlari, ko'rsatkichlari ishlab chiqilganligi, oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni rivojlantirishga oid nazariy yondashuvlar bilan boyitilganligi, korporativ madaniyatni rivojlantirishning usul va vositalari yoritib berilganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati shundan iboratki, oliy ta'lim muassasasi talabalarida korporativ madaniyatini rivojlantirish modelining samarali ishlashiga yordam beradigan pedagogik shart-sharoitlarni aniqlash va sinovdan o'tkazish; magistratura mutaxassisligida o'qitiladigan "Ta'lim va o'rganish nazariyasi" fanidan o'quv qo'llanma va darslik, bakalavriat ta'lim yo'nalishida o'qitiladigan "Korporativ madaniyat" fanidan o'quv qo'llanma, "Bilimlar iqtisodiyoti" fanidan darslik, "Biznes kommunikatsiya" fanidan mobil ilova, tayanch doktorantlar va mustaqil izlanuvchilar uchun ilmiy matnlarni umumlashtirish, ilmiy maqolalardan kalit so'zlarni olish va ilmiy terminlarning bulutini yaratish orqali ma'lumotlarni vizualizatsiya qilish metodikasi dasturlari ishning mazmunini takomillashtirishda, ta'lim jarayonida korporativ madaniyatni samarali tashkil etish uchun taklif etilgan ilg'or pedagogik va axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan dasturiy-metodik mahsulotlardan foydalanilganligi bilan tavsiflanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish metodikasiga doir tadqiqot natijalari asosida:

talabalarining korporativ madaniyatini rivojlantirish imkoniyatlari shaxsiy qadriyatlarga moslashgan fazilatlar, milliy madaniyatning ma'naviy-axloqiy an'alariga ratsional va hissiy komponentlarni birlashtirgan zamonaviy korporatsiya hamda biznes etikani ijtimoiy-moddiy muhitda subyektiv idrok etishga oid ma'lumotlar "5A111001 - Kasb ta'limi nazariyasi va metodikasi (iqtisodiyot)", "70112401 - Professional ta'lim nazariyasi va metodikasi" magistratura mutaxassisligi talabalari uchun tavsiya etilgan "Ta'lim va o'rganish nazariyasi" fanidan o'quv qo'llanma va darslik (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2021-yil 18-avgustdagi 356-son buyrug'i, 2022-yil 12-iyuldagi 233-son buyrug'i, O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 02/01-01-87-son, 2-iyun 2023-yildagi ma'lumotnomasi) mazmuniga singdirilgan. Natijada, talabalarni korporativ madaniyatini rivojlantirish imkoniyatlari biznes etikani ijtimoiy-moddiy muhitda subyektiv idrok etish asosida ochib berilgan;

talabalarining korporativ madaniyatini oila, nazorat, kreativ va ishlab chiqarish madaniyat turlarini uzviy uyg'unlashtirish hamda korporativ-pedagogik yondashuvlar va ijtimoiy-iqtisodiy manfaatlarga taalluqli harakatchanlik darajasi bilan belgilanadigan qarorlar qabul qilish istagini muayyan kasbiy vaziyatlarda qo'llashga oid takliflarlar "60112400 - Professional ta'lim (60310100 - Iqtisodiyot)", "60112400 - Professional ta'lim (60411200 - Menejment)", "5111000 - Kasb ta'limi (iqtisodiyot)", "5330200 - Informatika va axborot texnologiyalari (iqtisodiyot)", "5232600 - Biznes informatika", "5231400 - Statistika (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)", "5232200 - Ekonometrika" ta'lim yo'nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan "Bilimlar iqtisodiyoti" nomli darslik

(O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligining 2022-yil 12-iyuldagi 233-son buyrug‘i, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 02/01-01-87-son, 2-iyun 2023-yildagi ma‘lumotnomasi) mazmuniga singdirilgan. Natijada, oliy ta‘lim muassasasida talabalar korporativ madaniyatini rivojlantirish modelining ishlab chiqarish madaniyat turlarini uzviy uyg‘unlashtirish hamda qarorlar qabul qilish istagini muayyan kasbiy vaziyatlarda qo‘llash asosida takomillashtirish kengaytirilgan;

talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish modeli umumiy maqsadga erishishga qaratilgan ijtimoiy mas‘uliyatni korporativ tajribalarga mos faollashtirish va talabalarni korporativ faoliyatga jalb etish sharoitlari va korporativ ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirishga oid tavsiyalar 60310100 - Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo‘yicha) ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan “Biznes kommunikatsiya” fanidan o‘quv qo‘llanma (O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligining 2023-yil 14-iyuldagi 228-son buyrug‘i) yaratishda foydalanilgan. Natijada, o‘quv qo‘llanmadan foydalanish jarayonida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish modeli umumiy maqsadga erishishga qaratilgan korporativ ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirishga erishilgan;

bozor iqtisodiyoti sharoitida bo‘lajak mutaxassisning korporativ madaniyati darajasini baholash metodikasi ma‘naviy boylik va bag‘rikenglik komponentlarini bosqichma-bosqich uyg‘unlashtirish, xizmatlarni boshqarishda ishonchli o‘zaro ta‘sir qilish qobiliyatini rag‘batlantirishga qaratilgan gibrid o‘qitishga joriy etish taklifiga oid uslubiy ma‘lumotlar “5231900 - Korporativ boshqaruv” ta‘lim yo‘nalishi talabalari uchun tavsiya etilgan “Korporativ madaniyat” nomli o‘quv qo‘llanmani ishlab chiqishda foydalanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligining 2021-yil 18-avgustdagi 356-son buyrug‘i, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta‘lim fan va innovatsiyalar vazirligining 02/01-01-87-sonli 2023-yil 2-iyundagi ma‘lumotnomasi). Natijada, o‘quv qo‘llanmada keltirilgan ma‘lumotlardan talabalarning ta‘lim jarayonida korporativ madaniyatni ma‘naviy boylik, bag‘rikenglik komponentlari xizmatlarni boshqarishda ishonchli o‘zaro ta‘sir qilish qobiliyatini rag‘batlantirishga qaratilgan gibrid o‘qitishga joriy etishga erishilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari jami 4 ta xalqaro va 6 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o‘tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e‘lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 19 tadan ortiq ilmiy-uslubiy ishlar, shu jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalarining asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya qilingan, ilmiy nashrlarda 6 ta maqola, jumladan, 4 tasi respublika va 2 tasi xorijiy jurnallarda chop etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uchta bob, xulosa va tavsiyalar, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 120 betni tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi asoslangan, tadqiqotning O‘zbekiston Respublikasida fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlariga mosligi ko‘rsatilgan, muammoning o‘rganilganlik darajasi, tadqiqotning dissertatsiya bajarilgan oliy ta‘lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog‘liqligi bayon etilgan, tadqiqotning maqsadi, vazifalari, shuningdek, obykti va predmeti aniqlangan hamda ilmiy-amaliy ahamiyati, natijalarning ishonchliligi, amaliyotga joriy qilinishi, aprobatsiyasi, e‘lon qilinganligi, tuzilishi va hajmi masalalari o‘z aksini topgan.

Dissertatsiyaning birinchi bobi **“Oliy ta‘lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirishning nazariy-metodologik asoslari”** deb nomlanib, unda bo‘lajak iqtisodchilarning korporativ madaniyatini shakllantirish pedagogik muammo sifatida o‘rganilgan, oliy ta‘lim muassasalarida talabalar korporativ madaniyatini shakllantirishning iqtisodiy-pedagogik omillari ko‘rib chiqilgan, oliy ta‘lim muassasasi talabalar korporativ madaniyatining mazmuni kabilar bayon qilingan.

O‘tgan asrda menejment nazariyasi va amaliyotida korporativ madaniyat fenomenini boshqaruv omili va tashkilot faoliyati samaradorligini tushuntirish tamoyili sifatida ko‘rib chiqadigan madaniyatshunoslik yondashuvi shakllangan. Ushbu yondashuvni shakllantirishning boshida ishlab chiqarish korxonalarining korporativ madaniyatini o‘rganishga ustuvor e‘tibor berildi. So‘nggi paytlarda ushbu hodisa har xil turdagi tashkilotlarning, shu jumladan, ta‘lim muassasalarining faoliyati uchun tushuntirish tamoyili sifatida qo‘llanila boshlandi, bu korporativ madaniyat bo‘yicha tadqiqotlarni pedagogika kontekstida eng istiqbolli, deb belgilaydi.

Zamonaviy oliy ta‘lim muassasasining korporativ madaniyati mazmunini tahlil qilish uchun maxsus tadqiqotni talab qiladigan zarur va o‘ta muhim ma‘lumotlar – bu o‘quv jarayonining asosiy subyektlari (talabalar va o‘qituvchilar) g‘oyalari xususiyatlari to‘g‘risidagi ma‘lumotlar hisoblanadi. O‘qituvchilar va talabalar jamoasi o‘rtasidagi munosabatlarni o‘rganish, ularning o‘quv jarayonidagi sheriklari haqiqiy korporativ madaniyatning tabiatini qanday baholashlari va ideal variantning tasvirini chizishlari muhim ahamiyatga ega. Aynan shu narsa hal qiluvchi darajada tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Talabalarning korporativ madaniyati mahalliy talabalar jamiyatining qadriyatlari, me‘yorlari va an‘analarining tashuvchisi sifatida bo‘lajak mutaxassisning shakllanishi va shaxsiy rivojlanishi omili sifatida muhimligi shaxslararo va guruhlararo o‘zaro munosabatlarda, muloqotda, imidjda va xulq-atvorda ma‘lum bir uslubga rioya qilish bilan bog‘liq. Talabalarning korporativ madaniyati har qanday oliy ta‘lim muassasasining strategik vazifasini hal etishning asosiy vositasi bo‘lib, hayotning zamonaviy-iqtisodiy sharoitlariga moslashtirilgan, bilim darajasi mehnat bozori talablariga yangi ta‘lim standartlariga javob berishi kerak bo‘lgan yuqori malakali bitiruvchini tayyorlashdir.

Talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish muammosi zamonaviy mehnat bozoriga xos bo‘lgan tendensiyalar (yuqori raqobat, ishsizlik,

bitiruvchining moslashuvchan fazilatlariga qo'yiladigan maxsus talablar, talab qilinadigan vazifalarning murakkabligi) ularni hal qilishga ijodiy yondashish, zamon talabiga javob bermaydigan kasblarning bekor bo'lishi va doimiy ravishda yangilarining paydo bo'lishi sharoitida alohida dolzarblik kasb etadi. Ta'lim xizmatlarining ko'lami va sifatiga kuchli ta'sir ko'rsatgan mehnat bozori bo'lajak mutaxassislarni tayyorlashga yangi talablarni qo'ydi, ular orasida bitiruvchining shaxsiy fazilatlar va umumiy madaniyatining rivojlanish darajasi muhim ahamiyatga ega.

Korporativ madaniyat – bu ta'lim motivatsiyasini rag'batlantirishning samarali vositalaridan biri, shaxsning tan olinishi, maqomi, jamoaviy ma'qullanishi va “biz” iqtisodiy-psixologik hamjamiyatini shakllantirishga bo'lgan asosiy ehtiyojlarini qondirishdir. Korporativ madaniyat eng muhim qiymatga yo'naltirilgan me'yoriy funksiyalarni bajaradi, iqtisodiy va kommunikativ kasblarda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavflar doirasini kamaytiradi, mutaxassisning o'zini o'zi anglash istiqbollari va xarakterini belgilaydi. Shuning uchun ham oliy ta'lim muassasasi korporativ hamjamiyati doirasida iqtisodiy-gumanitar soha kasblari uchun milliy madaniyatning ma'naviy-axloqiy an'alariga imkon qadar mos keladigan qiymat-me'yoriy asosni shakllantirish zarur.

Korporativ madaniyatni shakllantirish va rivojlantirishning muhim sharti – bu kuchli madaniy va pedagogik salohiyatga ega bo'lgan ta'lim muassasasining iqtisodiy-madaniy muhiti – hayotning yagona qiymat-me'yoriy oliy ta'lim muassasasi makonini shakllantirish qobiliyati tufayli yosh talabalarning fazilatlarini shakllantirish va shaxsiy salohiyatini ro'yobga chiqarishdagi iborat.

Ta'lim muassasasi iqtisodiy-madaniy muhitining eng muhim pedagogik resursi – bu talabalarning maqsadli tashkil etilgan iqtisodiy-madaniy faoliyati bo'lib, uning ta'lim va o'zini o'zi anglash salohiyati quyidagilar bilan ta'minlanadi: biznes etikani rivojlantirish, keng ko'lamli innovatsion axborot-kommunikatsiya, iqtisodiy-ma'naviy, iqtisodiy-ma'rifiy faoliyat, madaniy texnologiyalar va shaxsning ongi va xulq-atvoriga ta'sir qilish vositalari; talabalarning bo'sh vaqtga bo'lgan ehtiyojlarini amalga oshirishda ularning shaxsiy xususiyatlarini hisobga olish; shaxslararo o'zaro munosabatlarning erkin tabiati; talabalarning bo'sh vaqtni erkin rivojlanish va o'zini namoyon qilish maydoni sifatida subyektiv idrok etishi; ta'lim jarayoniga nisbatan yosh shaxsning rivojlanishi, iqtisodiylashuvi va o'zini o'zi anglashi uchun qo'shimcha shart-sharoitlarga ega bo'lgan bo'sh vaqt uchun kompensatsion imkoniyatlar; talabalarning bo'sh vaqtni erkin rivojlanish va o'zini namoyon qilish maydoni sifatida subyektiv idrok etishi; ta'lim jarayoniga nisbatan yosh shaxsning rivojlanishi, iqtisodiylashuvi va o'zgaruvchan muhit sharoitlariga madaniy moslashishdir.

Dissertatsiya tadqiqotining tahlili mutaxassisning korporativ madaniyatini ko'plab fanlar – falsafa (A.V.Averin, V.V.Razmanov), madaniyatshunoslik (S.V.Kuzichev, A.A.Pichugina), siyosatshunoslik (A.V.Balan), sotsiologiya (AD Zotov, EA Kapitonov, DL Ovchinnikov, GV Yashchenko), iqtisod (O.A.Saichenko, E.Yu.Mosina), psixologiya (Yu.A.Nekaeva, L.I.Shumskaya),

pedagogika (O.I.Gabdudxakova, A.L.Pozdnyakov, E.D.Razumova, E.S.Chizhikov)⁶ bilan bog‘liqligini ko‘rish mumkin. Har bir fan bo‘lajak mutaxassis korporativ madaniyatining paydo bo‘lishi va rivojlanishining xususiyatlarini ko‘rib chiqadi.

Falsafaviy nuqtayi nazaridan, korporativ madaniyat va harakatlar shaxsga biznes etikaga doir munosabatlarini samarali o‘rnatishga, zamonaviy korporatsiyaning korporativ madaniyatiga moslashishga va odamlarga o‘z xatti-harakatlari uchun ko‘rsatmalar beradigan qadriyatlarni baham ko‘rishga yordam beradigan safarbar va birlashtiruvchi prinsip bo‘lib xizmat qiladi.

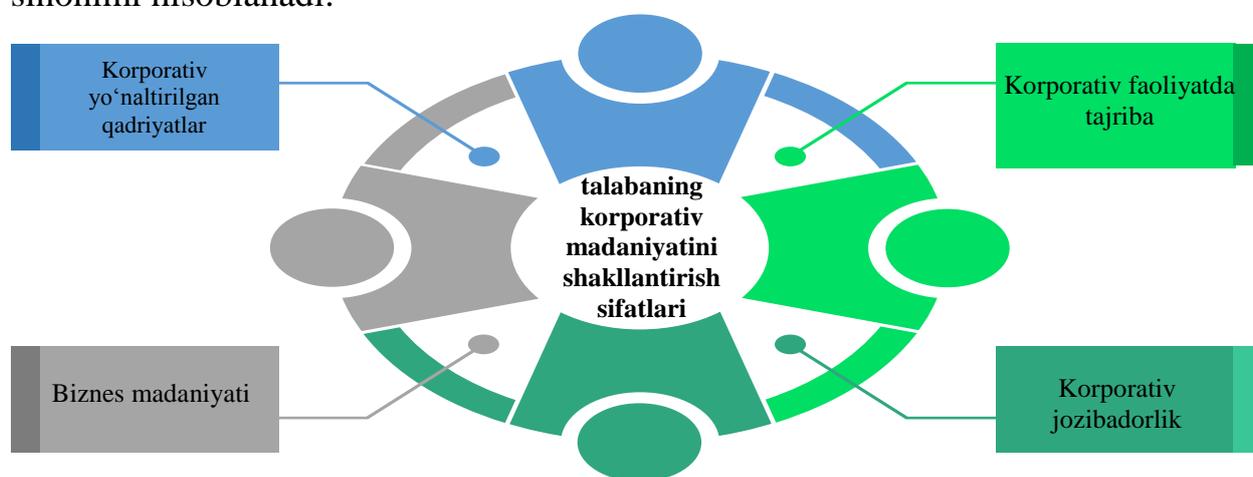
Falsafaga oid (A.V.Averin, V.V.Razmanov) ishlab chiqilgan dissertatsiya tadqiqotlarining tahlili mualliflarning korporativ madaniyatning mohiyatiga qarashlarini ochib berishga imkon berdi. A.V.Averin “korporativ madaniyat – bu “umumiy taqdir”, professionallik, o‘zini namoyon qilish va o‘zini rivojlantirish, ijodkorlik, “ishtirok etish” qadriyatlariga asoslangan murakkab korporativ-madaniy hodisa, deb hisoblaydi. Korporativ madaniyatning asosiy tarkibiy elementlari – “umumiy taqdir” korporativ falsafasi, korporativ missiya deklaratsiyasi, korporativ ruh, “inson kapitalini rivojlantirish konsepsiyasi”, ichki korporativ ma’lumotlar tizimi, kasbiy o‘ziga xoslik madaniyatida deydi.

Falsafa, madaniyatshunoslik, siyosatshunoslik, sotsiologiya, iqtisod, pedagogika, psixologiya sohasidagi korporativ madaniyatni shakllantirish bo‘yicha mualliflarning nuqtayi nazarlarini tahlil qilish shaxsni korporativlashtirish muammolarini rivojlantirish va hal qilish uchun jamiyatning potensial imkoniyatlarini amalga oshirish uchun shaxs va jamiyatning o‘zaro ta’siriga qaratilgan korporativ-pedagogik yondashuv konteksti talabaning korporativ madaniyatini ko‘rib chiqishga imkon berdi. Korporativ-pedagogik yondashuvga muvofiq, talabaning korporativ madaniyatini shakllantirishning yuqori darajasi

⁶ Аверин А.В. Корпоративная культура современного общества: Дис. канд. филос. наук. - Ставрополь, 2006. - 195с.; Разманов В. В. Корпоративная культура постиндустриального типа: социально-философский анализ: дис. ... канд.филос. наук. – Т., 2009. - 123с.; Кузичев С.В. Корпоративная культура как социокультурный феномен: Дис. ... канд. культурологии. -М., 2004. - 150с. Пичугина Л.А. Российская корпоративная культура: генезис и исторические трансформации: Дис. ... культурологии. - М., 2008. - 200с.; Балан А.Б. Корпоративная модель взаимодействия государства и гражданского общества: Теория и практика: Дис. ... канд. полит. наук. -Екатеринбург, 2001. - 170с.; Зотов А.Д. Корпоративная культура как фактор формирования и развития кадрового потенциала предприятия: Дис. ... кандидат социол. наук. - Пенза, 2006. – 145 с.; Капитонов Э.А. Корпоративная культура: стратегическое направление развития социально-трудовых отношений (опыт социологического анализа): Дис. ... д-ра социол. наук. - Ростов - на - Дону, 2003. - 426с. Овчинников Д.Л. Корпоративная культура в России и Японии: сравнительный анализ: Дис. ... канд. социол. наук. - М., 2006. – 133 Ященко Г.В. Корпоративная культура во внутриорганизационном социальном управлении: Дис. ... кан. соц. наук. - Ростов-на-Дону, 2007. - 137с.; Сайченко О.А. Корпоративная культура как эффективный механизм управления человеческими ресурсами предприятия: Дис. ... канд. эконом. наук. - Санкт-Петербург, 2002. - 135с.; Мосина Е.Ю. Корпоративная культура как элемент социально-трудовых отношений: Дис. ... канд. экономических наук. - М., 2005. - 233с.; Нехаева Ю.А. Социально-психологические качества личности успешных в трудоустройстве молодых специалистов: Дис. ... канд. психол. наук. - Ярославл, 2008. - 169с. Шумская Л.И. Личностно-профессиональное становление студентов в процессе вузовской социализации: Дис. ...док. психол. наук. -Минск, 2005-363с.; Габдулхакова О.И. Педагогические условия формирования корпоративной культуры студенческой группы вуза: Дис. ... канд. пед. наук. - Ульяновск, 2006. - 256с.; Поздняков А.Л. Формирование управленческой культуры будущего специалиста социальной работы в вузе: Дис. ...док. пед. наук. - М., 2007 -439с.; Разумова Е.Д. Формирование основ корпоративной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе: дис. ... канд. пед. наук. - М., 2008. - 205с; Чижикова Е.С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества вуза: Дис. ... канд. пед. наук. - М., 2010. – 230 с.

talaba shaxsining ta'lim salohiyatini rivojlantirishni anglatadi va korporativ madaniyat namoyon bo'ladigan shaxsiy sifati tavsiflangan (1-rasm).

Talabalar korporativ madaniyatining tarkibiy qismlarini korporativ mutaxassisning tarbiyaviy salohiyatining ko'rsatkichlari sifatida rivojlantirish jamiyatning ta'lim salohiyatini rivojlantirishni nazarda tutadi. Ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, "talabaning korporativ-madaniyati" tushunchasini aniqlashda qarashlar birligi yo'q. Ushbu hodisaning mohiyati va tarkibiy qismlari bo'yicha turli mualliflarning ko'plab nuqtayi nazarlari mavjud. "Korporativ madaniyat" tushunchasi tarkibidagi muhim tarkibiy qism madaniyat tushunchasi hisoblanadi. "Madaniyat" tushunchasiga ta'rif berish sohasida tadqiqotchilarning turli yondashuvlari mavjud. Buning sababi shundaki, "madaniyat" atamasi turli fanlarning o'rganish predmeti bo'lib, jamiyat hayotining turli sohalarida qo'llaniladi. "Madaniyat" tushunchasining tahlili shuni ko'rsatadiki, u shaxsning ham, butun insoniyatning ham yetakchi ma'naviy va moddiy qadriyatlarining sinonimi hisoblanadi.



1-rasm. Talabaning korporativ madaniyatini shakllantirish⁷

Talabalarni korporativ mutaxassislar jamoasiga va muayyan korporativ oliy ta'lim muassasasining korporativ madaniyatiga moslashtirish uchun ular korporativ madaniyatning barcha tarkibiy qismlariga ega bo'lishi kerak. Oliy ta'lim muassasalari talabaning korporativ madaniyatini shakllantirish uchun yetarli imkoniyatlarga ega bo'lishi hamda talabalarni kasbiy faoliyatga moslashtirishga yordam beradi:

zamonaviy jamiyatda tobora ko'payib borayotgan yangi kasblar orasida mutaxassislarning shaxsiy fazilatlarining korporativ jihatlarini dolzarblashtiradigan korporativ-pedagogik faoliyat ortib borayotgan o'rinni egallaydi;

kasbiy faoliyat rivojlanib borar ekan, uning maqsadlarini amalga oshirishda korporativ muhitning⁶ jumladan, pedagogik jamoalarning kasbiy jihatdan muhim resurslari va imkoniyatlari muhim o'rin tutadi;

kelajak korporativ mutaxassisning korporativ madaniyati ushbu kasb bo'yicha mutaxassislarning oldingi avlodlari tomonidan tayyorlangan korporativ tajriba asosida yuzaga keladi;

⁷ Muallif tomonidan shakllantirilgan.

talabalarning korporativ madaniyatini muvaffaqiyatli shakllantirish uchun oliy ta'lim muassasasi talabalarning shaxsiy kasbiy xususiyatlarini rivojlantirish uchun muhim bo'lgan pedagogik salohiyatini rivojlantiradi.

Mutaxassisning korporativ madaniyatini shakllantirish uchun axloqiy me'yor va qoidalarga rioya qilish, korporativ mutaxassislar jamoasining ideallariga sodiqlik; talabalarning milliy xususiyatlarini hisobga olish; oliy ta'lim muassasasi professor-o'qituvchilarining shaxsiy namunasi; talabalarda o'z kasbiy faoliyati va hamkasblarining jamoaviy ishi uchun mas'uliyat hissini shakllantirish, kasbiy faoliyat manfaatlari yo'lida shaxsiy maqsadlardan voz kechishga tayyorgarlik talablarini bajarish kerak. Mutaxassisning korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonida mutaxassisni boshqa korporativ guruhlardan ajratib turadigan shaxsiy xususiyatlariga e'tibor qaratish lozim.

Shunday qilib, ilmiy adabiyotlar va amaliy tajriba tahlili asosida quyidagi mualliflik ta'riflarini keltiramiz: Oliy ta'lim muassasasi korporativ madaniyati – bu muassasa faoliyatining mahsuli, sifat ko'rsatkichi, muassasa a'zolarining e'tiqodlari, muassasaga xos bo'lgan qadriyatlar, ijtimoiy-moddiy muhitda o'zini va boshqalarni idrok etishini aks ettiruvchi, o'zini tutish, o'zaro munosabat, o'zini va atrofni idrok etishdir. “Talabanning korporativ madaniyati umumiy madaniyatning bir qismi bo'lib, insonning korporativ jozibadorlik yo'naltirilgan qadriyatlarida, ishbilarmonlik aloqalari madaniyatida, korporativ faoliyat tajribasida va korporativ munosabatlarda namoyon bo'ladigan fazilatlarini aks ettiruvchi xususiyatlar to'plamidir.

Dissertatsiyaning **“Oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish texnologiyasi”** deb nomlangan ikkinchi bobida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish darajasini baholash mezonlari va ko'rsatkichlari, talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish texnologiyasi, oliy ta'lim muassasalarida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish modeli kabilari bayon qilingan.

Ta'limning globallashuvi sharoitida, talabalar korporativ madaniyatining mohiyatini o'rganish shuni ko'rsatadiki, talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirishga tarbiyaviy ta'sir ushbu jarayonga ta'sir qiluvchi korporativ-pedagogik sharoitlarni bilishga bog'liq. Shunga ko'ra, talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish darajasini baholash mezonlari va ko'rsatkichlarini aniqlash zarurati mavjud. Mezon va ko'rsatkichlar talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonining samaradorligini aniqlashga imkon beradi. Mezon - bu belgi, uning asosida biror narsaning ta'rifi, tasnifi yoki bahosi. Ko'rsatkich - bu biror narsaning rivojlanishi to'g'risida qaror qabul qilishda foydalaniladigan ma'lumotlar.

Talabalarning ta'lim salohiyati ko'rsatkichlari sifatida ularning korporativ madaniyatining tarkibiy qismlarini (korporativ yo'naltirilgan qadriyatlar, biznes etika madaniyati, korporativ tajriba, korporativ jozibadorlik) rivojlanish darajasini aniqlash, mezonlar asosida amalga oshiriladi: biz ushbu tarkibiy qismlarni korporativ-yo'naltirilgan, madaniy biznes, korporativ-faoliyat, korporativ-joziba kabi mezonlarga bo'ldik.

Tadqiqotda mezon tanlashga “Oliy ta'lim muassasasidagi talabanning korporativ-madaniyati” tushunchasiga ta'rif berish asosida yondashib, uni shaxsiy sifat sifatida ko'rib, yuqoridagi mezonlarga to'xtalamiz. Biz taklif qilayotgan oliy

ta'lim muassasasida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish darajasini baholash mezonlari tizimi nazariy tahlil va eksperimental ish natijalari asosida ishlab chiqilgan. Tanlangan mezonlar va ularning ko'rsatkichlari "oliy ta'lim muassasasidagi talabalarning korporativ madaniyati" toifasining eng muhim xususiyatlarini aks ettiradi va uning namoyon bo'lish xususiyatini taqdim etishga imkon beradi:

Korporativ yo'naltirilgan mezon korporativ xulq-atvor asosini tashkil etuvchi axloqiy me'yorlarni bilishda, shaxsga oliy qadriyat sifatida ijobiy munosabatda bo'lish yotadi; to'liqlik, mustaqillik, milliy madaniyatga qiziqish va boshqa madaniyat vakillariga hurmat mavjudligi; korporativ adolat tamoyillariga amal qilish istagi, o'zini o'zi tashkil qilish va to'siqlarni yengib o'tish istagi; korporatsiyadagi odamlar bilan muloqot qilish, hamkorlik aloqalarini o'rnatish istagi; korporativ tajriba va shakllangan korporativ faollikning mavjudligi; dunyoqarashlarning mavjudligida bilinadi. Falsafada dunyoqarash bilim va qadriyatlar, dunyoqarash va shubhalar, an'anaviy va ijodiy tafakkur, intellekt va hissiyotlarning qarama-qarshi birligi sifatida tavsiflanadi. Talabani korporativ madaniyatining korporativ yo'naltirilgan mezonining xususiyatlari quyidagilardan iborat: kasbiy va korporativ vaziyatlarda talabalar mas'uliyatini namoyon bo'lishi, boshqa odamlarga hurmat, bag'rikenglik; ratsional va hissiy komponentlarni birlashtirgan shaxsning tizimli e'tiqodlari; talabalarning jamiyatdagi korporativ mavqei bilan bog'liq bo'lgan e'tiqodlari, bu ular olgan kasb-hunar bilan bog'liq.

Korporativ yo'naltirilgan mezon ko'rsatkichlari quyidagilardir: korporativ fazilatlarini shakllantirish: axloqiy fazilatlar, jamiyatning axloqiy me'yorlari va qoidalarini o'zlashtirish, shu jumladan, shaxsning ma'naviy boyliklari; kasbiy faoliyatda keng dunyoqarash va chuqur bilimga ega bo'lgan shaxsning ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirish; korporativ tajribaning mavjudligi va talabani o'z muammolarini mustaqil ravishda hal qilish, korporativ tajribani o'zlashtirish, unga munosib javob berish istagi; shaxsning korporativ faolligini shakllantirish; talabalarning oliy ta'lim muassasasi, jamoaning jamoat ishlarida faol ishtirok etishi, faol hayoti va fuqarolik pozitsiyasi, talabalarning o'zini o'zi boshqarishdagi ishtiroki, axloqiy qadriyatlarini, qarashlari, e'tiqodlari, bilimlarida namoyon bo'ladi.

Madaniy va biznes mezonlari talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish darajasini baholash talabani individual harakatlarini korporativ tomonidan tasdiqlangan normalar, mulohazalar, qadriyatlar, e'tiqodlar, xatti-harakatlarning barqarorligi va mustaqilligiga yo'naltirilishini, o'qituvchining korporativ pozitsiyasining mavjudligini anglatadi. Ushbu mezon talabalarning korporativ madaniyatini axloqiy jihatlarini tushunishga yordam beradi. Bu shaxsning xatti-harakatlariga asoslanadi, bu kuzatilishi mumkin bo'lgan harakatlar, boshqa odamlar, jamoalar manfaatlariga taalluqli inson harakatlaridir.

Madaniy va biznes mezonlari ko'rsatkichlari korporativ mutaxassislar jamoasida shakllangan axloqiy me'yorlar va munosabatlar qoidalarining ko'rinishlari bo'lib, unda odamlarning maqbul va nomaqbul xatti-harakatlari, adolat va adolatsizlik haqida fikrlar bildiriladi. Axloqiy me'yorlar va qoidalar subyektlar o'rtasida o'zaro ijobiy munosabatlarni nazarda tutuvchi, bir-birining halolligi va odobliligiga ishonchga asoslangan o'zaro tushunish va o'zaro ishonchga yo'naltirilgan bo'lishi kerak; talabalar odamlar o'rtasidagi o'zaro

munosabatlarning gumanistik uslubiga ega bo'lib, u shaxsiy muloqotni o'z ichiga oladi, sherikni tushunishga, hamdardlik, insonga nisbatan hamdardlik; xulq-atvor namunalarini tanlash, o'zaro tushunish, ishonch, turli kasbiy vaziyatlarda yordam berishda namoyon bo'ladi.

Korporativ va samaradorlik mezoni talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish malaka va korporativ harakatchanlikka ega darajasini baholash talabalarning asosiy korporativ-pedagogik texnologiyalarni amalga oshirish, turli darajadagi mutaxassisik faoliyatini amalga oshirishning tegishli usullarini tanlash qobiliyati darajasini anglatadi.

Korporativ va samaradorlik mezoni ko'rsatkichlari quyidagilardir: kasbiy faoliyatda boshqaruv vazifalarini samarali hal qilish, muayyan korporativ muammoning mohiyatini tushunish; korporativ faoliyatda boshqaruv texnologiyalarini qo'llashga tayyorlik va qobiliyatga ega bo'lish; korporativ loyihalarni yaratish va amalga oshirish istagi; professionallik va korporativ munosabatlarning mohiyatini tushunish; bilim, ko'nikma va tajribani muayyan kasbiy vaziyatda qo'llash qobiliyati bilan tavsiflangan kompetensiyaning mavjudligi; korporativ madaniyat doirasida amaliy faoliyatda kasbiy maqsadlarga erishishga qaratilgan faoliyat motivlarining mavjudligi, shaxsning kasbiy faoliyatda to'g'ri qaror qabul qilish qobiliyati bilan belgilanadigan adekvat qarorlar qabul qilish qobiliyati; korporativ harakatchanlikning ifodaliligi kabilardir.

Korporativ-jozibali mezon talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish darajasini baholash talabalar jamoasining barcha a'zolariga xos bo'lgan qadriyatlar, kasbiy faoliyatning o'ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadigan xulq-atvor normalari, g'oyalari va tushunchalari mavjudligini nazarda tutadi. Talabalar oliy ta'lim muassasasida o'qish jarayonida ijtimoiylashtirish hamda moslashishning subyektivi va obyektivi aylanadi, uning davomida u talabalar jamoasining qadriyatlari, axloqiy me'yorlari va xulq-atvor qoidalarini o'rganadi.

Kasbiy kompetensiya va korporativ madaniyatni rivojlantirishning yangi pedagogik modellari, ta'lim uzluksizligi, ta'lim sifatini baholash va mustaqil ta'limni qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratilmoqda, ta'limda masofaviy "Biznes kommunikatsiya" dan foydalanilmoqda, bugungi kunda raqamli ta'lim zamonaviy ta'lim tizimining ajralmas qismiga aylandi. Texnologiyalardan foydalangan holda ta'lim jarayonini boshqarishni tashkil etishda an'anaviy ta'lim tizimining imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytiradi. Raqamli ta'lim ma'lumotlar bazalarida mavjud bo'lgan va ta'lim dasturlarini amalga oshirishda foydalaniladigan va axborot texnologiyalari, texnik vositalarni qayta ishlashni ta'minlaydigan o'quv faoliyatini tashkil etish, talabalar va professor-o'qituvchilarning o'zaro ta'sirini tushuniladi.

Gibrid o'qitishni joriy etish an'anaviy ta'limning shakli, ko'p asrlik mehnat shakliga (yuzma-yuz auditoriya shakli) qaraganda o'qituvchidan ko'proq kuch va vaqt talab etadi. Bunga o'qituvchining o'quv jarayonida o'z rolini o'zgartirishga psixologik tayyor emasligi ham aniq to'sqinlik qiladi. Innovatsiya sifatida gibrid ta'limni joriy etilishining reputativ birlashtirish asosida talabalar va o'qituvchilar faoliyatida bir qancha o'zgarishlarga olib keladi. Talaba erkinlik va mas'uliyat muhitini his qiladi, bu muhitda u ongli ravishda tanlashni va o'z qarorining oqibatlarini uchun javobgarlikni o'rganadi. O'qituvchi o'zi uchun yangi rollarda

harakat qila boshlaydi, xususan, ma'lumot beruvchi roldan o'qituvchi roliga o'tadi; gibril ta'lim - bu kompyuter grafikasi, video va audio, interfaol elementlar va boshqalar kabi maxsus axborot texnologiyalaridan foydalanadigan elektron ta'lim elementlari bilan yuzma-yuz ta'limning an'anaviy shakllarining kombinatsiyasi hisoblanadi.

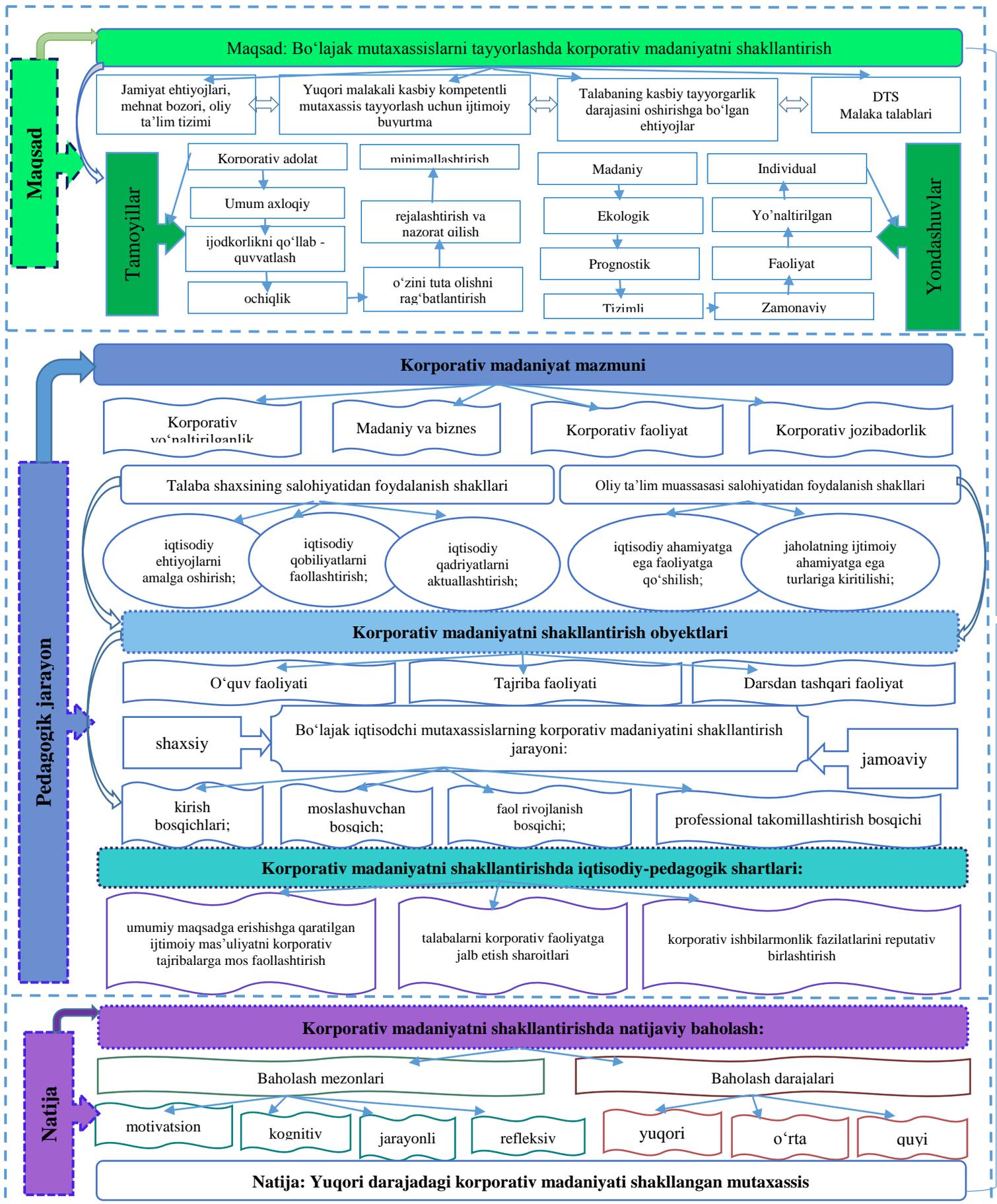
Oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirishning asosiy texnik vositasi sifatida "Biznes kommunikatsiya" fanidan tayyorlangan mobil ilovani keltirib o'tamiz. Izlanishlarimizning amaliy natijasi sifatida "Biznes kommunikatsiya" fanidan ilm-fan va texnika-texnologiyalarning yutuqlaridan foydalangan holda mobil ilovani yaratdik. Ushbu mobil ilova katta hajmdagi ma'lumotlarni har qanday pedagog hamda talabalar tomonidan esda saqlab qolishlariga, individual xususiyatlari orqali amalga oshirishga imkon beradi. Yuqorida keltirilgan ma'lumotlardan foydalanish natijasida talabalarda korporativ madaniyat ko'nikmasini tarkib toptirishga erishiladi.

Loyihalash - bu boshlang'ich ma'lumotlarga asoslanib, kutiladigan natijani taxmin qilish, bashoratlash, rejalashtirish orqali faoliyat yoki jarayon mazmunini ishlab chiqishga qaratilgan amaliy harakatdir. Biz korporativ madaniyatni shakllantirishni birinchi bosqichdanoq boshlashni va uni rivojlantirish bosqichida loyiha usulidan foydalanish zarur, deb hisoblaymiz, chunki bu nafaqat ish boshida jamoani birlashtiradi, balki dolzarb mavzular va foydalanish zaruriyati tufayli korporativ madaniyatning yashirin shakli yuzaga chiqib shakllanadi, shakllanganlari esa rivojlanadi. Shunday ekan, biz oldimizga talabalar korporativ madaniyatini shakllantirishni birinchi bosqichdanoq boshlashni maqsad qilgan holda Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti "Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)" yo'nalishi kunduzgi ta'lim shakli birinchi bosqich talabalarida "Biznes kommunikatsiya" fanidan tajriba o'tkazdik. Tajriba ishimiz birinchi bosqich talabalarining oraliq nazorat ishlarini kichik guruhlariga bo'linib tanlangan mavzuda loyiha ishini bajarish orqali o'zlarida jamoada ishlash qobiliyatini rivojlantirish mustaqil ishlashni o'rganish va natijada esa korporativ madaniyatni rivojlantirish asosiy maqsadimiz bo'ldi. Natijada, gibril ta'lim muhitida Kameron-Kvinn metodidan foydanish orqali talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirishda biz tomonimizdan yaratilgan mobil ilova va o'quv loyiha har ikkala muhitda ham o'zini oqlashi isbotlandi. Bu esa, oliy ta'lim muassasalarida talabalar korporativ madaniyatini shakllantirishga xizmat qilishiga asos bo'ladi.

Modellashtirish qoidalariga asoslanib, oliy ta'lim muassasasida talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonining modeli qurilgan bo'lib, uning maqsadi, bosqichlari, tashkil etilgan jarayonning shartlari, shuningdek, bashorat qilingan natijani aks ettiradi (2-rasm).

Talabalar korporativ madaniyatining mazmuni: korporativ yo'naltirilgan qadriyatlar, madaniy biznes, korporativ tajriba, korporativ jozibadorlik.

Maqsad korporativ madaniyatni shakllantirish vositalari orqali amalga oshirildi: o'quv, amaliy, darsdan tashqari mashg'ulotlar va o'z-o'zini tarbiyalash, oliy ta'lim muassasasi potensialidan foydalanishning pedagogik shakllari (talabalarni korporativ ahamiyatga ega faoliyatga va korporativ ahamiyatga ega munosabatlarga qo'shish). Talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirishda shaxsga ta'sir qilishning turli vositalari, shakllari va usullari qo'llaniladi.



2-rasm. Oliy ta'lim muassasalarida talabalarni korporativ madaniyatini shakllantirish modeli⁸

⁸ Muallif tomonidan takomillashtirilgan.

Talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish quyidagilarni anglatadi: o'quv faoliyati vositalari: mulohazalar, o'qituvchilarning talabalarga bo'lgan munosabati, so'zlari, xatti-harakatlari, ularning shaxsiy namunasi, shuningdek, ularning faoliyatida qo'llaniladigan ko'rgazmali va texnik vositalar (multimedia doskasi).

Talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonini tashkil etish vositalari: talabalarning o'quv, amaliy va darsdan tashqari faoliyatining har xil turlari (seminarlar, treninglar, biznes o'yinlari, korporativ foydali mehnat, muammoli; o'yin faoliyati; korporativ ijodkorlik; ijodiy, sport, korporativ faoliyat, kino namoyishlari, ekskursiyalar va boshqalar).

Oliy ta'lim muassasasida talabalarning korporativ madaniyatining tarkibiy qismlarini shakllantirishga yordam beradigan eng oqilona usullar quyidagilardir: jamiyat potensialini ro'yobga chiqarish usullari, jamiyat potensialini rivojlantirish usullari, ishonchli o'zaro ta'sir qilish usuli, korporativ ahamiyatga ega holatlarni faollashtirish usuli, modellashtirish usuli; empirik usullar: so'rovlar, test, pedagogik eksperiment va talaba shaxsining salohiyati (korporativ ehtiyojlarni ro'yobga chiqarish, korporativ qobiliyatlarni faollashtirish, korporativ qadriyatlarni aktuallashtirish - boshqa odamlar bilan aloqa o'rnatish, ularga yordam berish istagi, shaxsning o'zini o'zi anglash uchun sharoitlarni yaxshilash istagi, insonning rivojlanish imkoniyatlari katta ekanligiga ishonch) korporativ-pedagogik sharoitlarni hisobga olgan holda: jamoat tashkilotlarida korporativ faoliyatni amalga oshirish uchun talabalarning korporativ ehtiyojlari, umumiy maqsadga erishishga qaratilgan ijtimoiy mas'uliyatni korporativ tajribalarga mos faollashtirish va korporativ qobiliyatlarini rivojlantirish; talabalarlarni kasbiy tayyorgarlik jarayonida faol korporativ faoliyatga jalb qilish; korporativ ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirish, talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirishga qaratilgan ta'lim resurslarini oliy ta'lim muassasasining o'quv jarayoniga tatbiq etish.

Ushbu shartlar talabalarga o'qituvchilarning mavjud korporativ madaniyati, murabbiylik, shuningdek, kasbiy muhitdagi munosabatlarning ta'sirini nazarda tutadi. Ushbu shartlarni amalga oshirish professor-o'qituvchilarning korporativ-pedagogik funksiyasini takomillashtirishga yordam beradi va talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish jarayoniga oliy ta'lim muassasasining barcha imkoniyatlarini kiritishni ta'minlaydi.

Dissertatsiyaning **“Oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish samaradorligi”** deb nomlangan uchinchi bobida oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish diagnostikasi, oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni shakllantirish bo'yicha tajriba-sinov ishlarining tashkil etilishi berilgan.

Pedagogik tajriba-sinov ishlarida tajriba va nazorat guruhleri bo'yicha jami Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Guliston davlat universiteti va Andijon qishloq xo'jaligi va agrotexnologiyalari institutlarining “Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)” ta'lim yo'nalishlarining 675 nafar 1-4 kurs talabalari va magistr respondentlari jalb etildi

Bo'lajak mutaxassisning korporativ madaniyatini shakllantirishdan maqsad, korporativ mutaxassislar jamoasiga xos bo'lgan me'yorlar, qadriyatlar, xulq-atvor qoidalarini tashuvchilarni tayyorlash edi.

Talabani korporativ madaniyatini shakllantirish maqsadiga muvofiq ta'lim vazifalari belgilandi: talabalarni oliy ta'lim muassasasi an'analari, urf-odatlar va marosimlari bilan tanishtirish; talabalarda mas'uliyat, tartib-intizom, o'z faoliyatini oqilona tashkil etish qobiliyatini shakllantirish; korporativ mutaxassislar jamoasi va oliy ta'lim muassasasida o'rnatilgan qoidalar va me'yorlar haqida talabalarda bilimlarni shakllantirish; talabalarining o'z harakatlari va hamkasblarining harakatlari uchun jamoaviy javobgarligini, jamoaviy faoliyat normalari va qoidalari to'g'risidagi bilimlarni shakllantirish; talabalarni oliy ta'lim muassasasida an'anaviy bayram va tadbirlarni tashkil etish va o'tkazishga jalb etish; o'quv jarayoni davomida talabalarining ijodiy faolligini rivojlantirish; o'z-o'zini namoyon qilish, o'z-o'zini rivojlantirish, o'zini o'zi boshqarish va o'z-o'zini o'zi tarbiyalash istagini rivojlantirish; talabalarda kasbiy qadriyatlarga rioya qilish istagini rivojlantirish va qoidalarini o'zlashtirishga hissa qo'shish; kasbiy faoliyatning turli sharoitlarida talabalar jamoasining marosimlari, an'analari va urf-odatlarini bajarish zarurligini shakllantirish.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, muammolarni hal qilish o'quv, amaliy va darsdan tashqari mashg'ulotlarni amalga oshirish orqali olib borildi. Tajriba-sinov ishlarini shakllantiruvchi bosqichida oliy ta'lim muassasasida talabani korporativ madaniyatini shakllantirish bo'yicha tadbirlar rejalashtirildi va amalga oshirildi. Tajriba davomida oliy ta'lim muassasasida talabani shakllangan korporativ madaniyati samaradorligini oshirish uchun zarur shart-sharoitlar mavjudligi haqidagi faraz sinovdan o'tkazildi.

Tajriba-sinov ishlari davomida tajriba guruhi talabalari shaxsiy fazilatlarini, ko'nikmalarni va kasbiy xulq-atvor ko'nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan vazifalarni bajarishdi: ixtiyoriy ravishda talabalar jamoat tashkilotlari uyining faoliyatida ishtirok etish uchun vazifalarni belgilash, korporativ motivatsiya, qadriyatlar va munosabatlarni tuzatishga qaratilgan (ko'ngilli) harakat; "Jamoada ishlash" biznes o'yini kabilarda ishtirok etdilar. Masalan, biznes o'yinining maqsadi jamoada ishlash va moslashishni o'rgatish, korporativ ehtiyojlar va korporativ qobiliyatlarni rivojlantirish edi. Shuningdek, tajriba-sinov ishlari jarayonida talabalarining kasbiy faoliyatida korporativ ehtiyojlari va korporativ qobiliyatlarini samarali rivojlantirish uchun jamoat tashkilotlari vakillari, talabalar vazifasini bajaruvchi shaxslarni jalb etgan holda o'quv-amaliy mashg'ulotlarni o'tkazish muhim ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi. Bunday muloqot olingan bilimlarning sifatini, aniq kasbiy muammolarni hal qilish qobiliyatini tekshirishga yordam beradi.

Jamoat tashkilotlarida ishlash jarayonida talabalar ko'nikmalarga ega bo'ldilar: jamoada moslashish bilan bog'liq muammolarga duch kelgan odamlar bilan ishlash; muzokaralarda vositachilik; mijozlarning muammolarini hal qilishda hamkasblar bilan hamkorlik qilish. Shu bilan birga, mutaxassisning korporativ-pedagogik faoliyatini amalga oshirishga tayyorligini belgilovchi sifatlarning rivojlanishi va mustahkamlanishi sodir bo'ldi.

Tajriba-sinov ishlarida talabalarining korporativ madaniyatni shakllantirish bo'yicha tajriba-sinov ishlarining samaradorligini isbotlovchi mezonlardan biri bu

statistik tahlil metodidir. Pedagogik tajriba-sinov natijalarini matematik-statistik tahlil qilish metodlardan foydalanib tahlil qilishda tajriba va nazorat guruhlarining quyidagi statistik farqlari aniqlanadi:

Tajriba va nazorat guruhlarining ishonch oraliqlari va o‘qitish sifatini baholashda talabalarning bilish darajasini shakllanganligini baholash ko‘rsatkichlari⁹

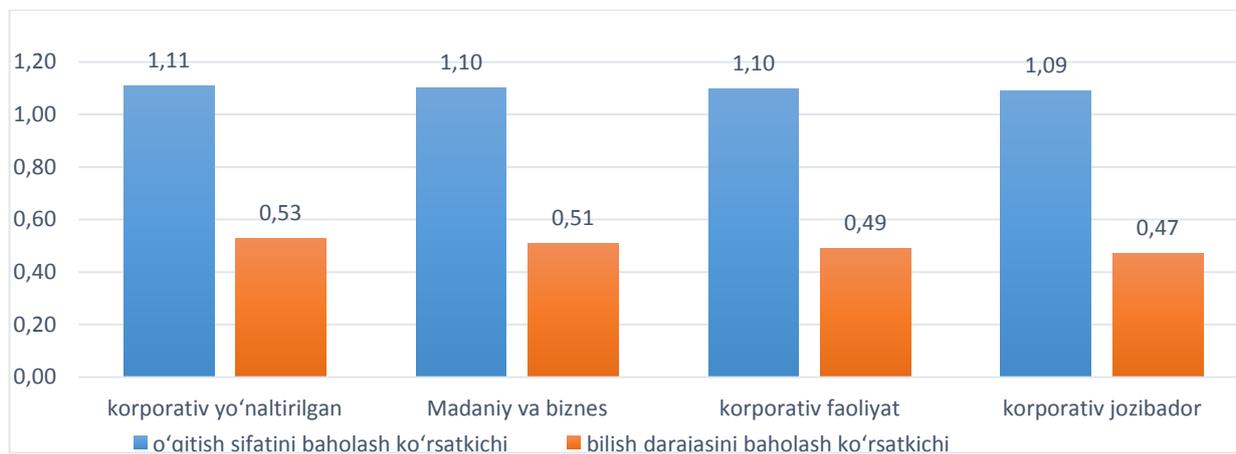
Mezonlar	OTMLar	Ishonchlilik oralig‘i				χ^2	Ozodlik darajasi	Kritik qiymat	Ishonch chetlanishi		O‘qitish sifatini baholash ko‘rsatkichi	Bilish darajasini baholash ko‘rsatkichi	Kriteriy xulosasi
		TG		NG					TG	NG			
korporativ yo‘naltirilgan	TDIU	3,78	4,02	3,24	3,47	43,72	3	5,99	0,12	0,12	1,09	0,53	H ₁ gipoteza qabul qilinadi
	GulDU	3,81	4,07	3,27	3,53	38,24	3	5,99	0,13	0,13	1,08	0,54	
	AQXATI	3,79	4,05	3,27	3,55	31,73	3	5,99	0,13	0,14	1,07	0,51	
	Jami	3,84	3,99	3,31	3,46	113,82	3	5,99	0,07	0,07	1,11	0,53	
Madaniy biznes	TDIU	3,76	4,01	3,26	3,49	35,95	3	5,99	0,13	0,12	1,08	0,50	H ₁ gipoteza qabul qilinadi
	GulDU	3,80	4,06	3,31	3,57	28,68	3	5,99	0,13	0,13	1,06	0,49	
	AQXATI	3,82	4,08	3,29	3,56	31,30	3	5,99	0,13	0,14	1,07	0,53	
	Jami	3,84	4,00	3,34	3,48	96,28	3	5,99	0,08	0,07	1,10	0,51	
korporativ faoliyat	TDIU	3,75	4,02	3,26	3,50	34,58	3	5,99	0,13	0,12	1,07	0,49	H ₁ gipoteza qabul qilinadi
	GulDU	3,77	4,04	3,29	3,57	27,77	3	5,99	0,14	0,14	1,06	0,47	
	AQXATI	3,77	4,04	3,27	3,55	29,43	3	5,99	0,13	0,14	1,06	0,50	
	Jami	3,82	3,98	3,33	3,48	91,98	3	5,99	0,08	0,08	1,10	0,49	
korporativ jozibador	TDIU	3,74	4,00	3,29	3,53	28,56	3	5,99	0,13	0,12	1,06	0,45	H ₁ gipoteza qabul qilinadi
	GulDU	3,78	4,05	3,31	3,57	27,31	3	5,99	0,13	0,13	1,06	0,47	
	AQXATI	3,80	4,06	3,31	3,60	26,66	3	5,99	0,13	0,14	1,06	0,49	
	Jami	3,83	3,98	3,36	3,51	82,84	3	5,99	0,08	0,08	1,09	0,47	

Korporativ madaniyatning mezonlar bo‘yicha yakuniy tajriba-sinov ishlarining hisoblangan statistik ko‘rsatkichlarning natijalariga ko‘ra tajriba va nazorat guruhlarining o‘rtacha o‘zlashtirish ko‘rsatkichlari hamda aniqlanish ko‘rsatkichlari bir-biridan farq qilishi aniqlandi. Ularning tanlanma dispersiyasi, standart xatolikasi aniqlandi va χ^2 mezoni asosida qo‘yilgan statistik gipotezasi tekshirib ko‘rildi. Shuningdek, tajriba va nazorat guruhlarining ishonch oraliqlari va o‘qitish sifatini baholashda talabalarning bilish darajasini shakllanganligini baholash ko‘rsatkichlari hisoblandi.

Aniqlangan ko‘rsatkichlar va statistik mezon qiymatlari, hosil qilingan diagrammalarning ko‘rinishlariga ko‘ra talabalarning korporativ madaniyatni shakllantirish asosida talabalarda rivojlanganlik darajasi tanlab olingan guruhlardan tajriba guruhlarida yuqori ekanligi va o‘rtacha samaradorlik ko‘rsatkichlari 1,15 barobarga oshganligi statistik tahlil orqali isbotlandi.

Talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirishning yuqori darajasini olingan o‘rtacha ko‘rsatkichlari (1,15 barobarga o‘shirish) tarkibiy qismlarning sifatli shakllanishining korporativ-pedagogik shartlarni kompleks amalga oshirishga bog‘liqligini ko‘rsatadi.

⁹ Ushbu jadval muallif hisob kitoblari asosida tuzilgan.



3-rasm. Tajriba va nazorat guruhlarining o'qitish sifatini va bilish darajasini baholash ko'rsatkichlari¹⁰

Shu sababli, tadqiqot natijalarida talabanning korporativ madaniyatini shakllantirish bo'yicha taklif qilingan model amalga oshirildi, degan xulosaga kelishga imkon beradi. Yuqorida aytilganlar dissertatsiya tadqiqotining gipotezasini tasdiqlaydi va tadqiqot maqsadiga erishilganligini aytishga imkon beradi.

XULOSA

Dissertatsiya tadqiqotining asosiy natijalari quyidagi xulosalarga olib keladi:

1. Ilmiy adabiyotlar tahlili va tajriba-sinov ishlari natijalariga asoslanib, biz mohiyatiga oydinlik kiritdik. Talabanning korporativ madaniyati, bu umumiy madaniyatning bir qismi bo'lgan va shaxsning korporativ yo'naltirilgan qadriyatlarida, ishbilarmonlik aloqalari madaniyatida, korporativ faoliyat tajribasida, korporativ jozibadorlik munosabatlarda namoyon bo'ladigan fazilatlarini biznes etikani ijtimoiy-moddiy muhitda subyektiv idrok etishni aks ettiruvchi xususiyatlar to'plami ekanligi aniqlangan.

2. Taqdim etilgan ta'rifni tahlil qilish talabanning korporativ madaniyatining tarkibiy qismlarini ajratib ko'rsatishga imkon berdi: korporativ yo'naltirilgan qadriyatlar (korporativ fazilatlar, korporativ faollik, korporativ tajriba); ishbilarmonlik muloqoti madaniyati (o'zaro tushunish, o'zaro ishonch, xulq-atvor etikasi, o'zaro munosabat uslubi); korporativ faoliyat tajribasi (kompetentlik, faoliyat motivlari, qarorlar qabul qilishning adekvatligi, korporativ harakatchanlik); korporativ jozibadorlik (hokimiyat, munosabatlar barqarorligi, o'zaro yordam, talabalar jamoasiga sodiqlik).

3. Oliy ta'lim muassasasida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish metodologiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish mutaxassisning korporativ madaniyati sohasidagi talabalarning kognitiv faolligiga, korporativ mutaxassislik ta'lim va rivojlanishni yaratishga yordam beradi. Talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirishda oliy ta'lim muassasasining ta'lim salohiyati va talaba shaxsi salohiyati darajasini baholash metodikasi xizmatlarni boshqarishda ishonchli o'zaro ta'sir qilish qobiliyatini rag'batlantirishga qaratilgan gibrid o'qitishni joriy etishga imkon beradigan muhit yaratilgan.

¹⁰ Muallif tomonidan shakllantirilgan.

4. Oliy ta'lim muassasasida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonining modelini joriy etish belgilangan korporativ-pedagogik shartlar amalga oshirilganda: korporativ ehtiyojlar va jamiyatda faoliyatni amalga oshirish uchun korporativ qobiliyatlarni rivojlantirish; tashkilotlar; talabalarni kasbiy tayyorgarlik jarayonida faol korporativ faoliyatga jalb qilish; talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirishga qaratilgan o'quv jarayoniga oliy ta'lim muassasasining ta'lim resurslarini amalga oshirishda korporativ ishbilarmonlik fazilatlarini reputativ birlashtirish asosida takomillashtirildi.

5. Dissertatsiya tadqiqotining natijalari bir qator tavsiyalarni ishlab chiqishga imkon berdi: oliy kasbiy ta'lim muassasalari darajasida talabalarni tayyorlaydigan mutaxassislar uchun: talabalarni o'z loyihalari va korporativ dasturlarini ishlab chiqish va tashkil etish orqali faol korporativ faoliyatga jalb qilish imkoniyatlarini yangilash; o'quv fanlarini o'qitishda korporativ madaniyatni shakllantirishning texnologik tarkibiy qismlarini korporativ-pedagogik yondashuv tamoyillari qarorlar qabul qilish istagini muayyan kasbiy vaziyatlarda qo'llash va amalga oshirish jarayoni takomillashtirilgan.

6. O'tkazilgan tadqiqot ishimiz muammoning barcha jihatlarini to'liq qamrab olmaydi va keyingi tadqiqotlar istiqbollari belgilashga imkon beradi, bu quyidagilar bo'lishi mumkin: oliy o'quv yurtlari tizimida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish uchun innovatsion texnologiyalarni ishlab chiqish: kasbiy ta'lim; turli idoraviy mansublik mutaxassislarining korporativ madaniyat salohiyatini rivojlantirish; talabaning kasbiy faoliyatida korporativ madaniyatni shakllantirish jarayonini korporativ-pedagogik qo'llab-quvvatlash imkoniyatlarini o'rganishda muhimligi aniqlangan.

TAVSIYALAR

1. Talabalarni korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonida korporativga monan bo'lgan madaniyatning tarkibiy qismlarini, ya'ni korporativga yo'naltirilgan qadriyatlarni, ishbilarmonlik-muloqotmandlik madaniyatini, ish yuritish samarasini beruvchi korporativ faoliyat tajribasini va korporativ jozibadorlikni shakllantirishni talabalikka qabul qilinishi bilan boshlash zarur;

2. Oliy ta'lim muassasasi talabalarining korporativ madaniyatini shakllantirishda ta'lim muassasasining va talaba shaxsining salohiyatidan uyg'unlashtirishga imkon beradigan muhit yaratishni ta'minlash lozim;

3. Oliy ta'lim muassasasida talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirish jarayonining korporativ-pedagogik shartlar amalga oshirilishi korporativ ehtiyojlar va jamiyatda madaniy faoliyatni amalga oshirish uchun korporativ qobiliyatlarni rivojlantirish, qolaversa talabalarni kasbiy tayyorgarlik jarayonida faol korporativ faoliyatga jalb qilish, o'quv jarayoniga ta'lim muassasasining ta'limga oid resurslarini amalga tatbiq etish jarayonini takomillashtirish zarur;

4. Talabalarning korporativ madaniyatini shakllantirishda boshqaruv madaniyatiga xos tizimlashgan innovatsion texnologiyalarni ishlab chiqish, kasbiy ta'lim, turli idoraviy mansublik sifatlarini bo'lajak mutaxassislarning korporativ madaniyat salohiyatini rivojlantirish hamda korporativ madaniyatni shakllantirish jarayonini korporativ-pedagogik qo'llab-quvvatlash imkoniyatlarini o'rganishni shakllantirish va rivojlantirish zarur.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ НА БАЗЕ НАУЧНОГО СОВЕТА
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ DSc.03/30.01.2021.I.16.03
ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ
УНИВЕРСИТЕТЕ**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

КАЮМОВА МЕХРИБОНУ ШЕРАЛИЕВНА

**МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
У СТУДЕНТОВ ВЫСШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ
(на примере направления образования экономика)**

13.00.02 – Теория и методика обучения и воспитания

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD)
ПО ПЕДАГОГИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Ташкент – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) по педагогическим наукам зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии под № В2022.2.PhD/Ped3566.

Диссертационная работа выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете.

Автореферат диссертации опубликован на трех языках (узбекский, русский и английский (резюме)) на веб-сайте Научного совета (www.tsue.uz) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель:	Хакимова Мухаббат Файзиевна доктор педагогических наук, профессор
Официальные рецензенты:	Химматалиев Дустназар Омонович доктор педагогических наук, профессор Маманазаров Абдухаким Бозорович кандидат экономических наук, доктор педагогических наук, доцент
Ведущая организация:	Ферганский государственный университет

Защита диссертации состоится «___» _____ 2024 года в ___ на заседании разового научного совета на основе научного совета DSc.03/30.01.2021.I.16.03 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100066, город Ташкент, улица Ислама Каримова, д. 49. Тел.: (99871) 239-28-72, факс: (99871) 232-01-49, (99871) 239-43-51, e-mail: info@tsue.uz.

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (регистрационный номер ___). Адрес: 100066, город Ташкент, улица Ислама Каримова, д. 49. Тел.: (99871) 239-28-72, факс: (99871) 232-01-49, (99871) 239-43-51, e-mail: info@tsue.uz.

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2024 года (протокол реестра за №___ от «___» _____ 2024 года).

С.К. Худойкулов
Председатель разового Научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

Б.Д. Хажиев
Ученый секретарь разового Научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

У.В. Гафуров
Председатель Научного семинара при разовом Научном совете по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В определении экономических тенденций стран мира учитывается потребность в высококвалифицированных кадрах, а вопрос о соответствии корпоративной культуры студентов высших образовательных учреждений профессионализму, творчеству, адаптации к ценностям и возможности внедрения творческих технологий приобретает актуальность. В 2021 году «данные Times Higher Education Impact Rankings показывают, что более 70 процентов образовательных учреждений в 96 странах отражают растущее понимание важности подготовки студентов к корпоративной среде с включением в свои образовательные программы элементов корпоративной культуры»¹¹. Ведется системная работа по формированию управленческих характеристик специалистов в производственных сферах, обеспечивающих их гибкость как неотъемлемый элемент высшего образовательного учреждения и совершенствованию корпоративной культуры студентов по формированию общего, нравственного и психологического характера в учреждении, внедрению проектов, соответствующих требованиям рынка труда, и способных творчески подходить к решению потенциальных тенденций, эффективно ведению деловых отношений.

Развитие корпоративной культуры на мировом рынке рабочей силы является приоритетным направлением научных исследований по адаптации к экономическим условиям, гармонизации социально-экономических сфер и национальной культуры, реализации потенциала будущих специалистов и субъективному восприятию деловой этики в массах. В рамках проводимых исследований в области феномена развития личности особое внимание уделяется таким направлениям, как формирование деловой активности, развитие ценностей корпоративных действий, совершенствование характеристик, отражающих деловые качества.

В Новом Узбекистане наряду с развитием системы образования на уровне мировых образовательных стандартов реализуются такие комплексные меры, как непрерывная реализация навыков развития корпоративной культуры студентов, нормативно-правовые основы проектирования, развивающие их необходимые компетенции. При этом, «...одними из наиболее актуальных задач, стоящих перед нами, являются акцент на приоритетность культуры, обеспечение более высокого уровня качества жизни общества, достижение в нем сплоченности граждан, формирование одухотворенной, ответственной, самостоятельно мыслящей творческой личности»¹². В развитии корпоративной культуры студентов при реализации указанных задач необходимо использовать современное субъективное восприятие корпоративной и деловой этики в социально-материальной среде; стремление к принятию решений, определяемых

¹¹ <https://www.timeshighereducation.com/rankings/impact/overall/2021>.

¹² Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6000 «О мерах по дальнейшему повышению роли и влияния сферы культуры и искусства в жизни общества» от 26 мая 2020 года: <https://lex.uz/docs/4829149>.

степенью мобильности, затрагивающей социально-экономические интересы в определенных профессиональных ситуациях; репутационное объединение корпоративных деловых качеств, что требует расширения масштабов исследований, направленных на решение таких проблем, как внедрение гибридного обучения, направленного на поощрение способности к надежному взаимодействию в управлении услугами.

Диссертационное исследование в определенной степени служит реализации задач, определенных в указах Президента Республики Узбекистан № УП-5847 «Об утверждении Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан до 2030 года» от 8 октября 2019 года, № УП-6079 «Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» и мерах по ее эффективной реализации» от 5 октября 2020 года, № УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы» от 28 января 2022 года, постановлениях Президента Республики Узбекистан № ПП-2909 «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования» от 20 апреля 2017 года, № ПП-415 «О мерах по дальнейшему совершенствованию правовых основ корпоративных отношений» от 8 ноября 2022 года, постановлениях Кабинета Министров Республики Узбекистан № 606 «О совершенствовании системы целевой подготовки научных и научно-педагогических кадров высшей квалификации» от 19 июля 2019 года, а также других нормативно-правовых документов, относящихся к данной теме.

Соответствие исследования приоритетам развития науки и техники республики. Научно-исследовательская работа выполнена в рамках приоритетного направления развития науки и техники республики I. «Формирование системы инновационных идей в социально-правовом, экономическом, культурно-духовном и образовательном развитии информационного общества и демократического государства, и пути их реализации».

Степень изученности проблемы. Культура Восточного возрождения народов Центральной Азии, национальные ценности и научное наследие мыслителей, воспитательное значение, социально-педагогический, антропологический и акмеологический подходы к развитию духовной культуры учащейся-молодёжи раскрыты в работах Б.Адизова, С.Аннамуратовой, Э.Г.Гозиева, О.Джамолитдиновой, М.Куранова, Ш.Мардонова, У.Махкамова, О.Мусурмоновой, С.Нишановой, Н.Ортикова, З.Салиевой, С.Файзулиной, Ш.Шодмоновой, Н.Эгамбердиевой, Н.Эркабоевой, Дж.Хасанбоева; психологические аспекты проблемы освещены в работах М.Давлетшина, В.Каримовой, З.Нишоновой, Н.Сафаева, Дж.Юлдашева¹³.

¹³ Обзор зарубежных исследований по теме диссертации подготовлен на основе следующих источников: Adizov B.R. Boshlang'ish ta'limni ijodiy tashkil etishning nazariy asoslari. Dis. ... red. fanlari nomzodi. 2003.; Аннамуратова С.К. Художественно-эстетическое воспитание школьников Узбекистана / Под ред. С.Р. Раджабова. Ташк. гос. пед. ин-т им. Низами.; Yo'ldoshev J.G'. Ta'lim uanganish uo'lida. T.: O'qituvshi, 2000.; Maxkamov U. Axlok-odob saboklari: Qo'llanma. T.: Fan.; Musurmonova O. Yuqori bosqich talabalari ma'naviy madaniyatini takomillashtirishning pedagogik asoslari: Ped.fan.dok. ... diss. T.,.; Nishonova S., Ezgulik yo'li: Qo'llanma. T.: Ma'naviyat.; Ortiqov N. Milliy va umuminsoniy qadriyatlar asosida talaba shaxsini axloqiy

Теоретико-педагогические основы особенностей корпоративной культуры образовательного учреждения среди учёных Содружества независимых государств (СНГ) исследовали Ю.Агаева, О.Габдулхакова, О.Горбатко, В.Пешкова, Н.Плаксина, А.Поздняков, Е.Разумова, И.Шамов, Е.Чижиков¹⁴.

Среди учёных зарубежных стран I.Ansoff, C.Cameron, K.Quinn, A.Kennedi¹⁵ проводили исследования по улучшению моделей корпоративной культуры.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательской работы высшего учебного заведения, в котором выполнялась диссертация. Диссертационное исследование выполнено в рамках плана научно-исследовательской работы Джизакского политехнического института по проекту № ОТ-F1-049 на тему: «Социально-психологические особенности формирования асертивного поведения у студентов» (2017-2021 гг.).

Целью исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию методики формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений.

Задачи исследования:

выявить педагогические возможности совершенствования методики формирования корпоративной культуры у студентов в высшем учебном заведении;

совершенствовать методику формирования корпоративной культуры у студентов в высшем учебном заведении;

shakllantirish: Dis. ... ped. fanlari nomzodi. 2000.; Saliyeva Z.T. Pedagogik oliy ta'lim muassasalari talabalarining ma'naviy madaniyatini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish: Pedagogika fanlari doktorlik dis. avtoreferati. 2017.; Shodmonova Sh. Talabalarda mustaqillik tafakkurini shakllantirish va rivojlantirish: Monografiya. T.: Fan va texnologiya, 2008.; Egamberdieva N.M. Atrof muhit ta'sirida talabalarni axloqiy tarbiyalashning ilmiy-pedagogik asoslari (pedagogika kollejlari misolida): Pedagogika fanlari nomzodi ilmiy darajasi olish uchun yozilgan dis. T.: TDPU, 2004.; Erkaboeva N.Sh. Mustaqillik yillarida O'zbekistonda pedagogik fikrlarning rivojlanishi (1992-2005 yy.): Pedagog.fan.....diss. ; O'zbekiston Respublikasi xalq ta'limi vazirligi. T.: T.N. Qori Niyoziy nomidagi O'zbekiston pedagogika fanlari ilmiy-tadqiqot instituti, 2007.; Karimova V. Psixologiya: O'quv qo'llanma. T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2002.; Nishonova Z. Inklyuziv ta'lim yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etishni uzluksiz amalga oshirish. O'zbekiston Respublikasi XTV T. N. Qori Niyoziy nomidagi O'ZPFITI, 2016.; Safaev N.S. Umumiy psixologiya nazariyasi va amaliyoti: O'quv qo'llanma. T.: Nizomiy nomidagi TDPU, 2013.; G'oziev E.G. Pedagogik psixologiya: O'quv qo'llanma. T.: Noshir, 2014.

¹⁴ Агаева Ю.А., Торохтий В.С. Методика формирования корпоративно-профессиональной культуры будущего социального педагога в вузе. М.: МПГУ, 2013. 56 с.; Габдулхакова О.И. Педагогические условия формирования корпоративной культуры студенческой группы вуза: Дис. ... канд. пед. наук. Ульяновск, 2006. 256 с.; Горбатко О.И. Теоретико-педагогические основания особенностей корпоративной культуры образовательного учреждения: Дис. ... канд. пед. наук. Ставрополь, 2006.; Поздняков А.Л. Формирование управленческой культуры будущего специалиста социальной работы в вузе: Дис. ...док. пед. наук. М., 2007. 439 с.; Разумова Е.Д. Формирование основ корпоративной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе: Дис. ... канд. пед. наук. М., 2008. 205 с.; Чижикова Е.С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества вуза: Дис. ... канд. пед. наук. М., 2010. 230 с.

¹⁴ Камерон Ким С., Куинн Роберт Э. Диагностика и изменение организационной культуры. Питер, 2001. 310 с.

¹⁵ Камерон Ким С., Куинн Роберт Э. Диагностика и изменение организационной культуры. Питер, 2001. 310 с.

усовершенствовать модель формирования корпоративной культуры у студентов в высшем учебном заведении;

совершенствовать эффективность формирования корпоративной культуры у студентов в высшем учебном заведении.

Объектом исследования стал процесс совершенствования методики формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений, где в качестве респондентов приняли участие 675 студентов направления образования «Экономика (по отраслям и сферам)» Ташкентского государственного экономического университета, Гулистанского государственного университета и Андижанского института сельского хозяйства и агротехнологий.

Предметом исследования являются формы, методы и средства совершенствования методики формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений.

Методы исследования. В исследовании использовались методы изучения и анализа учебно-методической литературы; беседа, наблюдение, анкетирование, тестирование, онлайн-анкетирование, проектирование, моделирование, экспертная оценка, педагогическая опытно-экспериментальная работа; математико-статистическая обработка результатов исследования.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

раскрыты возможности развития корпоративной культуры у студентов на основе качеств, адаптированных к личностным ценностям, современной корпорации, сочетающей рациональную и эмоциональную составляющие с духовно-нравственными традициями национальной культуры, и субъективного восприятия деловой этики в социально-материальной среде;

совершенствована корпоративная культура у студентов на основе гармоничного сочетания семейной, контрольной, креативной и производственной культур и применения в конкретных профессиональных ситуациях стремления к принятию решений, определяемых корпоративно-педагогическими подходами и уровнем мобильности, затрагивающим социально-экономические интересы;

усовершенствована модель формирования корпоративной культуры студентов на основе активизации социальной ответственности в соответствии с корпоративным опытом, направленным на достижение общей цели, и на основе авторитетного закрепления условий вовлечения студентов в корпоративную деятельность и корпоративных деловых качеств;

усовершенствована методика оценки уровня корпоративной культуры будущего специалиста в условиях рыночной экономики на основе поэтапного сочетания компонентов духовного богатства и толерантности, внедрения в гибридное обучение, направленное на стимулирование способности уверенно взаимодействовать в управлении услугами.

Практические результаты исследования состоят в следующем:

в соответствии с учебными программами магистратуры высших образовательных учреждений подготовлены учебное пособие и учебник по дисциплине «Теория образования и обучения»;

в соответствии с учебной программой бакалавриата высших образовательных учреждений (по кредитному модулю) подготовлены учебник «Экономика знаний» и учебное пособие «Корпоративная культура»;

в соответствии с программой методики визуализации данных по дисциплине «Экономика (по отраслям и сферам)», путем обобщения научных текстов, извлечения ключевых слов из научных статей и создания облака научных терминов, и учебной программой очных и дистанционных направлений обучения подготовлено учебное пособие и создано мобильное приложение «Бизнес коммуникации» для исследователей и самостоятельных соискателей высшего образовательного учреждения.

Достоверность результатов исследования определена содержанием, методами, формами и средствами корпоративной культуры, критериями ее оценки; формированием корпоративной культуры; уровнем корпоративной культуры и получением теоретической информации из официальных источников; репрезентативностью опытно-экспериментальных работ; системным дидактическим обеспечением; обоснованностью результатов с помощью математико-статистических методов, а также внедрением полученных научных результатов в практику и подтверждением компетентными организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования обусловлена тем, что сформулированы содержание, основные понятия, критерии, показатели формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений, теоретическими подходами обогащено развитие корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений, освещены методы и средства развития корпоративной культуры.

Практическая значимость результатов исследования заключается в выявлении и апробации педагогических условий, способствующих эффективному функционированию модели развития корпоративной культуры у студентов в высшем учебном заведении; создании учебного пособия и учебника по дисциплине «Теория образования и обучения» для преподавания в магистратуре; учебного пособия по дисциплине «Корпоративная культура» для преподавания в бакалавриате; учебника по дисциплине «Экономика знаний»; мобильного приложения по дисциплине «Бизнес коммуникации»; обобщении научных текстов для докторантов и самостоятельных соискателей; извлечении ключевых слов из научных статей и использовании научных терминов; программы методологии визуализации данных путем создания облака данных в улучшении содержания работы; для эффективной организации корпоративной культуры в образовательном процессе характерно использование программно-методических продуктов из предложенных передовых педагогических и информационно-коммуникационных технологий.

Внедрение результатов исследования. На основе результатов исследования по методике формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений:

возможности развития корпоративной культуры у студентов, качества, адаптированные к личностным ценностям, современная корпорация, сочетающая рациональную и эмоциональную составляющие с духовно-нравственными традициями национальной культуры, а также данные о субъективном восприятии деловой этики в социально-материальной среде внедрены в содержание учебного пособия и учебника по дисциплине «Теория образования и обучения», рекомендуемые для студентов магистратуры по специальности «5A111001 – Теория и методика профессионального образования (экономика)», «70112401 – Теория и методика профессионального образования» (приказы № 356 Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан от 18 августа 2021 года, № 233 Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан от 12 июля 2022 года, справка № 02/01-01-87 Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 2 июня 2023 года). В результате, раскрыты возможности развития корпоративной культуры студентов на основе субъективного восприятия деловой этики в социально-материальной среде;

информация о применении корпоративной культуры у студентов в конкретных профессиональных ситуациях, обусловленных сочетанием семейных, контрольных, креативных и производственных культур, а также стремлением к принятию решений, определяемых корпоративно-педагогическими подходами и уровнем мобильности, затрагивающими социально-экономические интересы, включены в содержание учебника «Экономика знаний», рекомендованного для студентов образовательных направлений «60112400 – Профессиональное образование (60310100 – Экономика)», «60112400 – Профессиональное образование (60411200 – Менеджмент)», «5111000 – Профессиональное образование (экономика)», «5330200 – Информатика и информационные технологии (экономика)», «5232600 – Бизнес-информатика», «5231400 – Статистика (по отраслям и сферам)», «5232200 – Эконометрика» (приказы № 233 Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан от 12 июля 2022 года, № 02/01-01-87 Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 2 июня 2023 года). В результате, расширено совершенствование модели развития корпоративной культуры студентов в высшем образовательном учреждении на основе гармонизации типов производственной культуры и стремления к принятию решений в определенных профессиональных ситуациях;

модель формирования корпоративной культуры студентов направлена на достижение общей цели активизации социальной ответственности в соответствии с корпоративным опытом и условия вовлечения студентов в корпоративную деятельность, а также информации о репутационном объединении корпоративных деловых качеств внедрены в содержание учебного пособия по дисциплине «Бизнес коммуникация», рекомендованного для студентов направления экономика (по отраслям и сферам) (приказ № 228 Министерства высшего и среднего специального

образования Республики Узбекистан от 14 июля 2023 года). В результате, в процессе использования учебника модель формирования корпоративной культуры студентов достигла репутационного объединения корпоративных деловых качеств, направленных на достижение общей цели;

методика оценки уровня корпоративной культуры будущего специалиста в условиях рыночной экономики как основной инструмент информации о внедрении в гибридное обучение, направленное на поэтапное сочетание компонентов духовного богатства и толерантности, стимулирование способности уверенно взаимодействовать в управлении услугами использованы при создании учебного пособия «Корпоративная культура», рекомендованного для студентов направления образования «5231900 – Корпоративное управление» (приказы № 356 Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан от 18 августа 2021 года, № 02/01-01-87 Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 2 июня 2023 года). В результате, на основе информации, представленной в учебном пособии, достигнуто внедрение корпоративной культуры студентов в образовательный процесс гибридного обучения, направленного на стимулирование способности компонентов духовного богатства, толерантности и надежности во взаимодействии управления услугами.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждены на 4 международных и 6 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано более 19 научно-методических работ, в том числе 6 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 4 статьи в республиканских и 2 статьи в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и рекомендаций, списка использованной литературы. Объем диссертации составляет 120 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обоснована актуальность темы диссертации, указано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, раскрыта степень изученности проблемы, показана связь исследования с планами научно-исследовательских работ высшего учебного заведения, в котором выполнена диссертация, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, а также указана её научно-практическая значимость, обоснована достоверность результатов, научно-практическая значимость, внедрение в практику; приведены данные

об апробации, публикации результатов исследования, а также о структуре и объеме диссертации.

Первая глава диссертации называется **«Теоретико-методологические основы формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений»**, в ней исследовано формирование корпоративной культуры будущих экономистов как педагогическая проблема, рассмотрены экономико-педагогические факторы формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений, изложено содержание корпоративной культуры студентов высших учебных заведений.

В прошлом веке в теории и практике управления сформировался культурологический подход, рассматривающий феномен корпоративной культуры как фактор управления и принцип объяснения эффективности деятельности организации. В начале формирования этого подхода приоритетное внимание уделялось изучению корпоративной культуры производственных предприятий.

В последнее время данное явление стало применяться в качестве объяснительного принципа для деятельности различных типов организаций, в том числе и образовательных, что определяет исследование корпоративной культуры как наиболее перспективное в контексте педагогики.

Для анализа содержания корпоративной культуры современного высшего учебного заведения необходимой и крайне важной информацией, требующей специального исследования, является информация об особенностях представлений основных субъектов образовательного процесса (студентов и преподавателей). Важно изучить взаимоотношения преподавателей и студенческого коллектива, то, как их партнеры по учебному процессу оценивают характер реальной корпоративной культуры и рисуют картину идеального варианта. Именно это в решающей степени и определяет актуальность исследования.

В первую очередь, значимость корпоративной культуры у студента как носителя ценностей, норм и традиций национального студенческого сообщества как фактора становления и личностного развития будущего специалиста обусловлена соблюдением определенного стиля в межличностном и межгрупповом взаимодействии, общении, имидже и поведении. Корпоративная культура студентов является основным средством решения стратегической задачи любого высшего учебного заведения по подготовке высококвалифицированного выпускника, адаптированного к современным экономическим условиям жизни, уровень знаний которого должен соответствовать требованиям рынка труда и новым образовательным стандартам.

Во-вторых, проблема формирования корпоративной культуры студентов приобретает особую актуальность в условиях присущих современному рынку труда тенденций (высокая конкуренция, безработица, особые требования к адаптивным качествам выпускника, сложность требуемых задач), творческого подхода к их решению, исчезновения некоторых профессий и постоянного появления новых. Рынок труда, сильно повлиявший на масштаб

и качество образовательных услуг, выдвинул новые требования к подготовке будущих специалистов, среди которых важное значение имеет уровень развития личностных качеств и общей культуры выпускника.

В-третьих, корпоративная культура является одним из эффективных средств стимулирования учебной мотивации, удовлетворения основных потребностей личности в признании, статусе, коллективном одобрении и формировании экономико-психологического сообщества «мы».

Корпоративная культура выполняет важнейшие ценностно-ориентированные нормативные функции, уменьшает круг возможных рисков в экономических и коммуникативных профессиях, определяет перспективы и характер самореализации специалиста. Именно поэтому в рамках корпоративного сообщества высшего учебного заведения необходимо сформировать ценностно-нормативную базу для профессий экономико-гуманитарной сферы, максимально соответствующую духовно-нравственным традициям национальной культуры.

Важнейшим условием формирования и развития корпоративной культуры является формирование качеств и реализация личностного потенциала молодых студентов за счет возможности формирования единого ценностно-нормативного пространства высшего учебного заведения – экономико-культурной среды образовательного учреждения с сильным культурно-педагогическим потенциалом.

Важнейшим педагогическим ресурсом экономико-культурной среды образовательного учреждения является целенаправленно организованная экономико-культурная деятельность студентов, потенциал воспитания и самореализации которого обеспечивается: широким спектром инновационной информационно-коммуникационной, экономико-духовной и экономико-образовательной деятельности, культурными технологиями и воздействием на сознание и поведение личности потребности студентов в досуге, учете их личностных особенностей; свободный характер межличностных взаимодействий; субъективное восприятие студентами свободного времени как пространства свободного развития и самовыражения; компенсаторные возможности свободного времени, имеющие дополнительные условия для развития, экономизации и самореализации молодой личности по отношению к учебному процессу; субъективное восприятие студентами свободного времени как пространства свободного развития и самовыражения; компенсационные возможности досуга, имеющие дополнительные условия для развития, экономизации и самореализации молодой личности по отношению к образовательному процессу; компенсационные возможности досуга, имеющие дополнительные условия для экономизации и самореализации; культурная адаптация к изменяющимся условиям среды.

Анализ диссертационного исследования показывает, что корпоративную культуру специалиста изучают многие дисциплины – философия (А.В.Аверин, В.В.Разманов), культурология (С.В.Кузичев, А.А.Пичугина), политология (А.В.Балан), социология (А.Д.Зотов, Е.А.Капитонов,

Д.Л.Овчинников, Г.В.Ященко), экономика (О.А.Сайченко, Е.Ю.Мосина), психология (Ю.А.Нехаева, Л.И.Шумская), педагогика (О.И.Габдулхакова, А.Л.Поздняков, Е.Д.Разумова, Е.С.Чижиков)¹⁶. Каждая дисциплина рассматривает особенности возникновения и развития корпоративной культуры будущего специалиста.

С точки зрения философии, корпоративная культура и действия по бизнес этике служат мобилизующим и объединяющим принципом, который помогает личности эффективно строить деловые отношения, адаптироваться к корпоративной культуре современной корпорации и делиться ценностями, которые дают личностям ориентиры для их поведения.

Анализ диссертационных исследований по философии позволил раскрыть взгляды авторов (А.В.Аверин, В.В.Разманов) на сущность корпоративной культуры. А.В.Аверин считает, что «корпоративная культура – это сложное корпоративно-культурное явление, основанное на ценностях «общей судьбы», профессионализма, самовыражения и саморазвития, творчества, «участия»». В культуре профессиональной идентичности отмечаются основные структурные элементы корпоративной культуры – корпоративная философия «общая судьба», декларация корпоративной миссии, корпоративный дух, «концепция развития человеческого капитала», внутренняя корпоративная информационная система.

Анализ взглядов авторов на формирование корпоративной культуры в области философии, культурологии, политологии, социологии, экономики, педагогики и психологии позволил рассмотреть корпоративную культуру студента в контексте корпоративно-педагогического подхода к взаимодействию личности и общества с целью реализации потенциала общества по развитию и решению проблем корпоративизации личности.

¹⁶ Аверин А.В. Корпоративная культура современного общества: Дис. канд. филос. наук. Ставрополь, 2006. 195 с.; Разманов В.В. Корпоративная культура постиндустриального типа: социально-философский анализ: Дис. ... канд. филос. наук. Томск, 2009. 123 с.; Кузичев С.В. Корпоративная культура как социокультурный феномен: Дис. ... канд. культурологии. М., 2004. 150 с.; Пичугина Л.А. Российская корпоративная культура: генезис и исторические трансформации: Дис. ... культурологии. М., 2008. 200 с.; Балан А.Б. Корпоративная модель взаимодействия государства и гражданского общества: теория и практика: Дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2001. 170 с.; Зотов А.Д. Корпоративная культура как фактор формирования и развития кадрового потенциала предприятия: Дис. ... кандидат социолог, наук. Пенза, 2006. 145 с.; Капитонов Э.А. Корпоративная культура: стратегическое направление развития социально-трудовых отношений (опыт социологического анализа): Дис. ... доктора социолог, наук. Ростов-на-Дону, 2003. 426 с.; Овчинников Д.Л. Корпоративная культура в России и Японии: сравнительный анализ: Дис. ... канд. социол. наук. М., 2006. 133 с.; Ященко Г.В. Корпоративная культура во внутриорганизационном социальном управлении: Дис. ... кан. соц. наук. Ростов-на-Дону, 2007. 137 с.; Сайченко О.А. Корпоративная культура как эффективный механизм управления человеческими ресурсами предприятия: Дис. ... канд. эконом, наук. Санкт-Петербург, 2002. 135 с.; Мосина Е.Ю. Корпоративная культура как элемент социально-трудовых отношений: Дис. ... канд. эконом. наук. М., 2005. 233 с.; Нехаева Ю.А. Социально-психологические качества личности успешных в трудоустройстве молодых специалистов: Дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2008. 169 с.; Шумская Л.И. Личностно-профессиональное становление студентов в процессе вузовской социализации: Дис. ... док. психол. наук. Минск, 2005. 363 с.; Габдулхакова О.И. Педагогические условия формирования корпоративной культуры студенческой группы вуза: Дис. ... канд. пед. наук. Ульяновск, 2006. 256 с.; Поздняков А.Л. Формирование управленческой культуры будущего специалиста социальной работы в вузе: Дис. ... док. пед. наук. М., 2007. 439 с.; Разумова Е.Д. Формирование основ корпоративной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе: Дис. ... канд. пед. наук. М., 2008. 205 с.; Чижикова Е.С. Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества вуза: Дис. ... канд. пед. наук. М., 2010. 230 с.

В соответствии с корпоративно-педагогическим подходом высокий уровень формирования корпоративной культуры студента означает развитие образовательного потенциала личности студента, а корпоративная культура – это личностное качество, которое проявляется в компонентах корпоративной культуры (рис. 1).

Развитие компонентов корпоративной культуры у студентов как показателей воспитательного потенциала корпоративного специалиста предполагает развитие образовательного потенциала общества.

Анализ научной литературы показывает, что в определении понятия «корпоративная культура студента» нет единства взглядов. Существует множество точек зрения разных авторов на природу и составляющие этого явления. Важной составляющей в структуре понятия «корпоративная культура» является понятие культуры. В области определения понятия «культура» исследователи занимают разные позиции. Это связано с тем, что термин «культура» является предметом изучения различных наук и используется в различных сферах жизни общества. Анализ понятия «культура» показывает, что оно является синонимом ведущих духовных и материальных ценностей как личности, так и всего человечества в целом.

Для того, чтобы адаптировать студентов к команде корпоративных профессионалов и корпоративной культуре конкретного корпоративного высшего учебного заведения, они должны обладать всеми компонентами корпоративной культуры.

Эти корпоративные высшие учебные заведения должны иметь достаточные возможности для формирования корпоративной культуры студента, а также способствовать адаптации студентов к профессиональной деятельности:



Рис. 1. Формирование корпоративной культуры студента¹⁷

среди все более новых профессий в современном обществе все большее место занимает корпоративно-педагогическая деятельность, актуализирующая корпоративные аспекты личностных качеств специалистов;

¹⁷ Сформировано автором.

по мере развития профессиональной деятельности профессионально значимые ресурсы и возможности корпоративной среды, включая педагогические коллективы, играют важную роль в реализации ее целей;

корпоративная культура будущего корпоративного специалиста формируется на основе корпоративного опыта, подготовленного предыдущими поколениями специалистов данной профессии;

для успешного формирования корпоративной культуры студентов высшее учебное заведение обладает педагогическим потенциалом, который имеет важное значение для развития личностных профессиональных качеств студентов.

Для формирования корпоративной культуры специалиста необходимо выполнение определенных требований: соблюдение этических норм и правил, приверженность идеалам коллектива корпоративных специалистов; учет национальных особенностей студентов; личный пример профессорско-преподавательского состава вуза; формирование у студентов чувства ответственности за свою профессиональную деятельность и коллективный труд коллег, подготовка к отказу от личных целей в интересах профессиональной деятельности. В процессе формирования корпоративной культуры специалиста необходимо уделять внимание личностным особенностям, которые отличают специалиста от других корпоративных групп.

Таким образом, на основе анализа научной литературы и практического опыта приведем следующие авторские определения: корпоративная культура высшего учебного заведения – «это продукт деятельности учреждения, качественный показатель, убеждения членов учреждения, ценности, присущие учреждению, отражающие восприятие себя и других в социально-материальной среде, взаимоотношения, поведение и окружение».

«Корпоративная культура студента – это часть общей культуры, совокупность характеристик, отражающих качества личности, проявляющиеся в ценностях, ориентированных на корпоративную привлекательность, культуру делового общения, опыт корпоративной деятельности и корпоративных отношений».

Во второй главе диссертации **«Технология формирования корпоративной культуры у студентов высших образовательных учреждений»** изложены такие критерии и показатели оценки уровня формирования корпоративной культуры студентов, как технология формирования корпоративной культуры студентов, модель формирования корпоративной культуры студентов в высших учебных заведениях.

В условиях глобализации образования изучение сущности корпоративной культуры студентов показывает, что воспитательное воздействие на формирование корпоративной культуры студентов зависит от знания корпоративно-педагогических условий, влияющих на этот процесс. Соответственно, возникает необходимость определения критериев и показателей оценки уровня формирования корпоративной культуры у студентов. Критерии и показатели позволяют определить эффективность

процесса формирования корпоративной культуры у студентов. Критерий – это признак, на основе которого определяется, классифицируется или оценивается что-либо. Индикатор – это информация, которая используется при принятии решения о развитии чего-либо.

Определение уровня развития компонентов их корпоративной культуры (корпоративно-ориентированных ценностей, культура бизнес этики, корпоративного опыта, корпоративной привлекательности) как показателей образовательного потенциала студентов осуществляется на основе критериев: мы разделили эти компоненты на такие критерии, как корпоративно-ориентированный, культурно-деловой, корпоративно-деятельностный, корпоративно-привлекательный.

Подойдя в исследовании к выбору критерия на основе определения понятия «корпоративная культура студента в высшем учебном заведении», рассматривая его как личностное качество, остановимся на перечисленных выше критериях.

Предлагаемая нами система критериев оценки уровня формирования корпоративной культуры студентов в высшем учебном заведении разработана на основе результатов теоретического анализа и опытно-экспериментальной работы.

Выбранные критерии и их показатели отражают наиболее существенные характеристики категории «корпоративная культура студентов в высшем учебном заведении» и позволяют представить характер ее проявления: критерий корпоративной ориентации заключается в знании этических норм, составляющих основу корпоративного поведения, позитивном отношении к личности как к высшей ценности; наличии полноты, независимости, интереса к национальной культуре и уважения к представителям других культур; стремлении следовать принципам корпоративной справедливости, стремлении к самоорганизации и преодолению препятствий; в корпоративное общение с людьми, стремление к установлению партнерских отношений; наличие корпоративного опыта и сформировавшейся корпоративной активности; познание в наличии мировоззрений. В философии мировоззрение характеризуется как противоположное единство знания и ценностей, мировоззрения и сомнений, традиционного и творческого мышления, интеллекта и чувств.

Характеристиками корпоративно-ориентированного критерия корпоративной культуры студента являются: проявление ответственности студентов в профессиональных и корпоративных ситуациях, уважение к другим людям, толерантность; системные убеждения личности, сочетающие рациональную и эмоциональную составляющие, убеждения студентов, связанные с их корпоративным положением в обществе, связанные с профессией, которую они приобретают.

Показателями критерия корпоративной ориентации являются: формирование корпоративных качеств: моральных качеств, усвоение

этических норм и правил общества и, в том числе, духовного богатства личности; деловых качеств личности, обладающей широким кругозором и глубокими знаниями в профессиональной деятельности; наличие корпоративного опыта и способность студента самостоятельно решать свои проблемы, усваивать корпоративный опыт, адекватно реагировать на него; желание отдавать; формирование корпоративной активности личности; активное участие студентов в общественных делах высшего учебного заведения, коллектива, активная жизнедеятельность и гражданская позиция, участие студентов в самоуправлении проявляются в их нравственных ценностях, взглядах, убеждениях и знаниях.

Критерий культуры и бизнеса оценивает уровень формирования корпоративной культуры студентов, подразумевает ориентацию индивидуальных действий студента на устойчивость и самостоятельность норм, суждений, ценностей, убеждений, поведения, утверждаемых корпорацией, наличие корпоративной позиции преподавателя. Этот критерий помогает понять этические аспекты корпоративной культуры студентов. В ее основе лежит поведение индивида, это действия личности, которые можно наблюдать и которые затрагивают интересы других личностей и сообществ.

Показатели культурных и бизнес критериев – это проявления сформировавшихся в коллективе корпоративных специалистов моральных норм и правил взаимоотношений, в которых выражаются мнения о приемлемом и нежелательном поведении людей, справедливости и несправедливости.

Моральные нормы и правила должны быть ориентированы на взаимопонимание и взаимное доверие, основанное на доверии в честности и порядочности друг друга, предполагающем взаимоприемлемые отношения между субъектами; у студентов складывается гуманистический стиль взаимодействия между личностями, предполагающий личностное общение, стремление понять партнера, сопереживание, сочувствие к личности; подбор моделей поведения взаимопонимание, доверие, помощь в различных профессиональных ситуациях проявляются в растворении.

Критерий корпоративности и эффективности формирования корпоративной культуры студентов, оценка уровня компетентности и корпоративной мобильности студентов подразумевает уровень способности обучающихся к реализации основных корпоративно-педагогических технологий, выбору соответствующих способов осуществления профессиональной деятельности различного уровня.

Критериями корпоративности и эффективности являются: эффективное решение управленческих задач в профессиональной деятельности, понимание сути той или иной корпоративной проблемы; наличие компетенции, характеризующейся готовностью и умением применять управленческие технологии в корпоративной деятельности; желанием создавать и реализовывать корпоративные проекты; профессионализмом и

пониманием сути корпоративных отношений; умением применять знания, умения и опыт в конкретной профессиональной ситуации; наличие мотивов деятельности, направленных на достижение профессиональных целей в практической деятельности в рамках корпоративной культуры, способность личности принимать адекватные решения, определяемые его способностью принимать правильные решения в профессиональной деятельности; выразительность корпоративной мобильности и т.п.

Корпоративно-привлекательный критерий оценки уровня формирования корпоративной культуры студентов предполагает наличие ценностей, норм поведения, представлений и понятий, присущих всем членам студенческого коллектива, определяемых спецификой профессиональной деятельности. Студенты становятся субъектом и объектом социализации и адаптации в процессе обучения в высшем учебном заведении, в ходе которого они усваивают ценности, моральные нормы и правила поведения студенческого коллектива.

Особое внимание уделяется новым педагогическим моделям развития профессиональной компетентности и корпоративной культуры, непрерывности образования, оценке качества образования и поддержке самостоятельного обучения, в образовании используются дистанционные «деловые коммуникации», сегодня цифровое образование стало неотъемлемой частью современной системы образования.

Значительно расширяет возможности традиционной системы образования в организации управления образовательным процессом использование технологий. Под цифровым образованием понимают организацию учебной деятельности, взаимодействие студентов и преподавателей, и имеющиеся базы данных, используемых при реализации образовательных программ и обеспечивающих обработку информационных технологий и технических средств.

Внедрение гибридного обучения требует от преподавателя больше усилий и времени, чем традиционная форма обучения, многовековая форма труда (очная форма обучения). Этому явно препятствует и психологическая неготовность педагога к изменению своей роли в учебном процессе. Внедрение гибридного обучения как инновации приведет к нескольким изменениям в деятельности студентов и преподавателей на основе репутационного объединения. Студент ощущает атмосферу свободы и ответственности, в этой среде он учится делать осознанный выбор и нести ответственность за последствия своего решения. Преподаватель начинает действовать в новых для себя ролях, в частности, переходит от роли информатора к роли преподавателя; гибридное обучение представляет собой сочетание традиционных форм очного обучения с элементами электронного обучения, в которых используются специальные информационные технологии, такие как компьютерная графика, видео и аудио, интерактивные элементы и т.д.

В качестве основного технического средства формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений приведем

мобильное приложение, подготовленное по дисциплине «Бизнес коммуникации». В качестве практического результата наших исследований мы создали мобильное приложение, используя достижения науки и техники в области «деловых коммуникаций». Это мобильное приложение позволяет запоминать большие объемы информации как любому педагогу, так и студентам, реализуя их через индивидуальные особенности. В результате использования перечисленной выше информации достигается структурирование навыков корпоративной культуры у студентов.

Проектирование – это практическое действие, направленное на разработку содержания деятельности или процесса путем прогнозирования, планирования ожидаемого результата на основе исходных данных.

Мы считаем необходимым начинать формирование корпоративной культуры с самого первого этапа и использовать проектный метод на этапе ее развития, поскольку он не только объединяет коллектив в начале работы, но и благодаря актуальным темам и необходимости использования скрытая форма корпоративной культуры выходит на поверхность, а те, которые уже сформировались, развиваются. В связи с этим, ставя перед собой цель начать формирование корпоративной культуры студентов с первого этапа, мы провели эксперимент по дисциплине «Бизнес коммуникации» у студентов первого курса очной формы обучения направления «Экономика (по отраслям и сферам)» Ташкентского государственного экономического университета.

Наша экспериментальная работа была направлена на то, чтобы студенты первого курса, разделив промежуточную контрольную работу на подгруппы, развили у себя умение работать в команде, выполняя проектную работу по выбранной теме, научились работать самостоятельно и, как следствие, развили корпоративную культуру. В результате доказано, что мобильное приложение и образовательный проект, созданный нами для формирования корпоративной культуры у студентов с использованием метода Кэмерона-Куинна в гибридной образовательной среде, оправдали себя в обеих средах. Это послужит основой для формирования корпоративной культуры студентов в высших учебных заведениях.

На основе перечисленных выше положений строится модель процесса формирования корпоративной культуры студентов в высшем учебном заведении, отражающая его цель, этапы, условия организованного процесса, а также прогнозируемый результат (рис. 2).

Содержание корпоративной культуры студентов: корпоративно-ориентированные ценности, культурно-деловая культура, корпоративный опыт, корпоративная привлекательность.

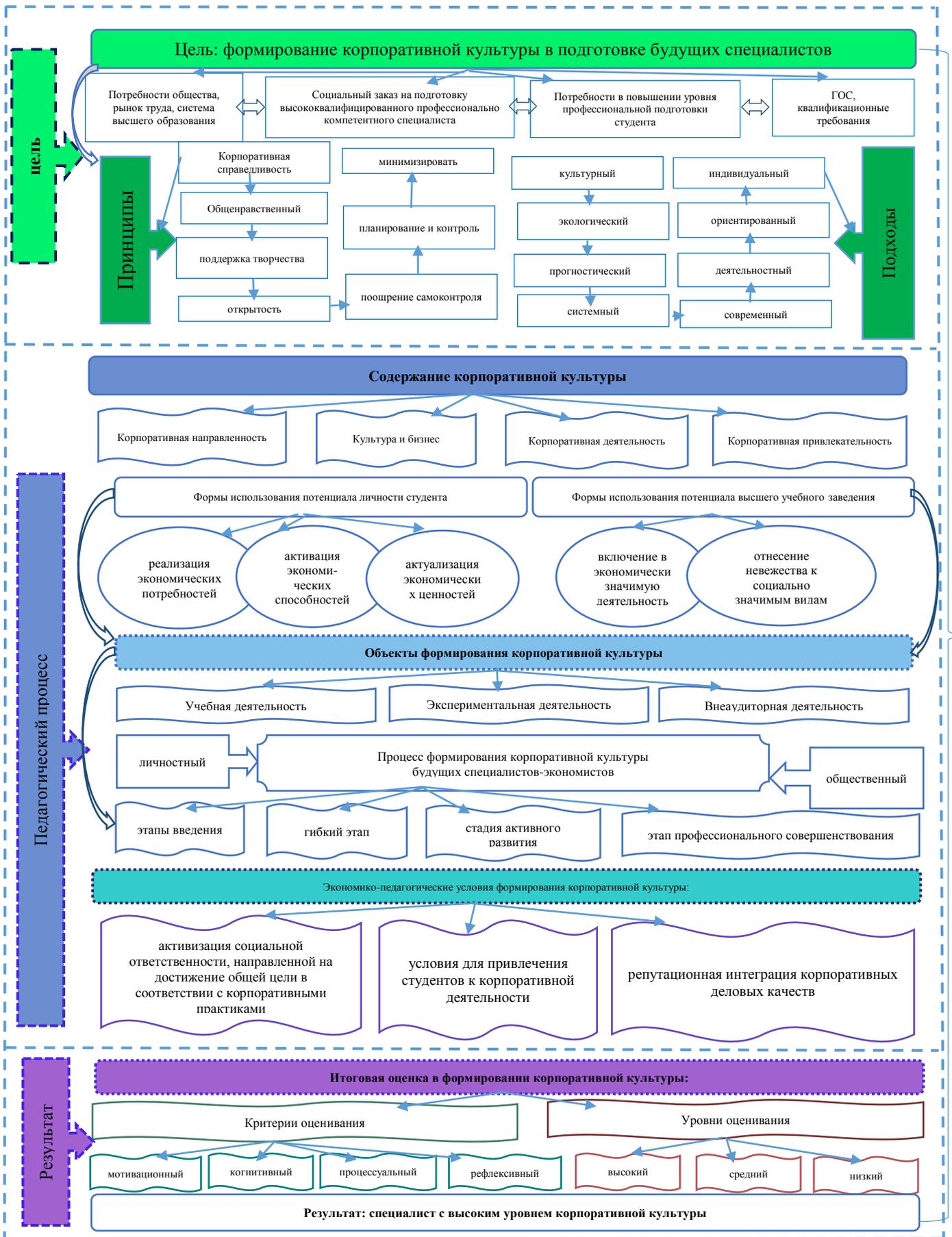


Рис. 2. Модель формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений¹⁸

¹⁸ Улучшено автором.

Цель была достигнута через средства формирования корпоративной культуры: учебные, практические, внеклассные мероприятия и самообразование, педагогические формы использования потенциала высшего учебного заведения (включение студентов в корпоративно значимую деятельность и корпоративно значимые отношения).

При формировании корпоративной культуры у студентов используются различные средства, формы и методы воздействия на личность.

Формирование корпоративной культуры у студентов означает: средства учебной деятельности: суждения, отношение преподавателей к студентам, их слова, действия, их личный пример, а также наглядно-технические средства, используемые в их деятельности (мультимедийная доска).

Средства организации процесса формирования корпоративной культуры у студентов: различные виды учебной, практической и внеурочной деятельности студентов (семинары, тренинги, деловые игры, корпоративный полезный труд, проблемные и ценные контакты; игровая деятельность; корпоративное творчество; творческая, спортивная, корпоративная деятельность, кинопоказы, экскурсии и др.).

Наиболее рациональными методами, способствующими формированию компонентов корпоративной культуры у студентов в высшем образовательном учреждении, являются: методы реализации потенциала общества, методы развития потенциала общества, метод доверительного взаимодействия, метод активизации ситуаций корпоративного значения, метод моделирования; эмпирические методы: опросы, тестирование, педагогический эксперимент и потенциал личности студента (реализация корпоративных потребностей, активизация корпоративных способностей, актуализация корпоративных ценностей с учетом корпоративно-педагогических условий: развитие корпоративных потребностей и корпоративных способностей студентов к осуществлению корпоративной деятельности в общественных организациях; вовлечение студентов в активную корпоративную деятельность в процессе профессиональной подготовки; активизация социальной ответственности в соответствии с корпоративным опытом и развитие корпоративных способностей, направленных на достижение общей цели; репутативное объединение качеств корпоративной деятельности; внедрение в образовательный процесс высшего образовательного учреждения образовательных ресурсов, направленных на формирование корпоративной культуры студентов.

Эти условия подразумевают влияние на студентов сложившейся корпоративной культуры преподавателей, наставничества, а также взаимоотношений в профессиональной среде.

Реализация данных условий будет способствовать совершенствованию корпоративно-педагогической функции профессорско-преподавательского состава и обеспечит включение всех возможностей высшего учебного заведения в процесс формирования корпоративной культуры студентов.

В третьей главе диссертации **«Эффективность формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений»** дана

диагностика формирования корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений, показана организация опытно-экспериментальной работы по формированию корпоративной культуры у студентов высших учебных заведений.

В педагогической опытно-экспериментальной работе в экспериментальных и контрольных группах приняли участие 675 студентов 1-4 курсов и магистров образовательных направлений «Экономика (по отраслям и сферам)» Ташкентского государственного экономического университета, Гулистанского государственного университета и Андижанского института сельского хозяйства и агротехнологий.

Целью формирования корпоративной культуры будущего специалиста являлась подготовка носителей норм, ценностей, правил поведения, присущих коллективу корпоративных специалистов. В соответствии с целью формирования корпоративной культуры студента определены образовательные задачи: приобщение студентов к традициям, обычаям и обрядам высшего учебного заведения; формирование у студентов ответственности, дисциплины, умения рационально организовать свою деятельность; формирование у студентов знаний о коллективе корпоративных специалистов, правилах и нормах, установленных в высшем учебном заведении; формирование коллективной ответственности студентов за свои действия и действия коллег, знаний норм и правил коллективной деятельности; вовлечение студентов в организацию и проведение традиционных праздников и мероприятий в высшем учебном заведении; развитие творческой активности студентов в процессе обучения; воспитывать стремление к самовыражению, саморазвитию, самоконтролю и самовоспитанию; воспитывать у студентов стремление к соблюдению профессиональных ценностей; приобщать студентов к традициям, обычаям коллектива корпоративных специалистов; способствовать усвоению методов и правил формирования корпоративной культуры студентов в высшем учебном заведении; способствовать формированию у студентов различных форм профессиональной деятельности; формировать необходимость выполнения обрядов, традиций и обычаев студенческого коллектива в его условиях.

Исходя из сказанного выше, решение задач осуществлялось путем проведения учебных, практических и внеаудиторных мероприятий. На формирующем этапе опытно-экспериментальной работы спланированы и реализованы мероприятия по формированию корпоративной культуры студента в высшем учебном заведении. В ходе эксперимента проверена гипотеза о наличии в высшем учебном заведении необходимых условий для повышения эффективности сформированной корпоративной культуры студента.

В ходе опытно-экспериментальной работы студенты экспериментальной группы выполняли задания, направленные на развитие личностных качеств, умений и навыков профессионального поведения: постановку задач по участию в деятельности студенческих общественных организаций на

добровольной основе, (волонтерское) действие, направленное на коррекцию корпоративной мотивации, ценностей и установок; участвовали в таких мероприятиях, как деловая игра «Работа в команде». Например, целью деловой игры было обучение работе в команде и адаптации, развитие корпоративных потребностей и корпоративных способностей.

В процессе работы в общественных организациях студенты приобретали навыки: работы с людьми, имеющими проблемы с адаптацией в коллективе; посредничества в переговорах; сотрудничества с коллегами в решении проблем клиентов. Одновременно происходило развитие и закрепление качеств, определяющих готовность специалиста к осуществлению корпоративно-педагогической деятельности.

Таблица 1

Разработаны доверительные интервалы экспериментальных и контрольных групп, оценка качества обучения, сформированность уровня знаний студентов и оценочные показатели¹⁹

Критерии	ВУЗЫ	Интервал				χ^2	Степень свободы	Критическое значение	Отклонение доверия		Оценка качества обучения	Показатель оценки уровня знаний	Критерий
		ЭГ	КГ	ЭГ	КГ								
Корпоративно направлен	ТГЭУ	3,78	4,02	3,24	3,47	43,72	3	5,99	0,12	0,12	1,09	0,53	Принимается гипотеза H ₁
	ГулГУ	3,81	4,07	3,27	3,53	38,24	3	5,99	0,13	0,13	1,08	0,54	
	АГХАТИ	3,79	4,05	3,27	3,55	31,73	3	5,99	0,13	0,14	1,07	0,51	
	Итого	3,84	3,99	3,31	3,46	113,82	3	5,99	0,07	0,07	1,11	0,53	
Культурный бизнес	ТГЭУ	3,76	4,01	3,26	3,49	35,95	3	5,99	0,13	0,12	1,08	0,50	Принимается гипотеза H ₁
	ГулГУ	3,80	4,06	3,31	3,57	28,68	3	5,99	0,13	0,13	1,06	0,49	
	АГХАТИ	3,82	4,08	3,29	3,56	31,30	3	5,99	0,13	0,14	1,07	0,53	
	Итого	3,84	4,00	3,34	3,48	96,28	3	5,99	0,08	0,07	1,10	0,51	
Корпоративная деятельность	ТГЭУ	3,75	4,02	3,26	3,50	34,58	3	5,99	0,13	0,12	1,07	0,49	Принимается гипотеза H ₁
	ГулГУ	3,77	4,04	3,29	3,57	27,77	3	5,99	0,14	0,14	1,06	0,47	
	АГХАТИ	3,77	4,04	3,27	3,55	29,43	3	5,99	0,13	0,14	1,06	0,50	
	Итого	3,82	3,98	3,33	3,48	91,98	3	5,99	0,08	0,08	1,10	0,49	
Корпоративная привлекательность	ТГЭУ	3,74	4,00	3,29	3,53	28,56	3	5,99	0,13	0,12	1,06	0,45	Принимается гипотеза H ₁
	ГулГУ	3,78	4,05	3,31	3,57	27,31	3	5,99	0,13	0,13	1,06	0,47	
	АГХАТИ	3,80	4,06	3,31	3,60	26,66	3	5,99	0,13	0,14	1,06	0,49	
	Итого	3,83	3,98	3,36	3,51	82,84	3	5,99	0,08	0,08	1,09	0,47	

Одним из критериев, доказывающих эффективность работы студентов по формированию корпоративной культуры в опытно-экспериментальной работе, является метод статистического анализа. Математико-статистический

¹⁹ Данная таблица составлено на основе авторских расчетов

анализ результатов педагогической опытно-экспериментальной работы при анализе с использованием методов выявляет следующие статистические различия экспериментальной и контрольной групп.

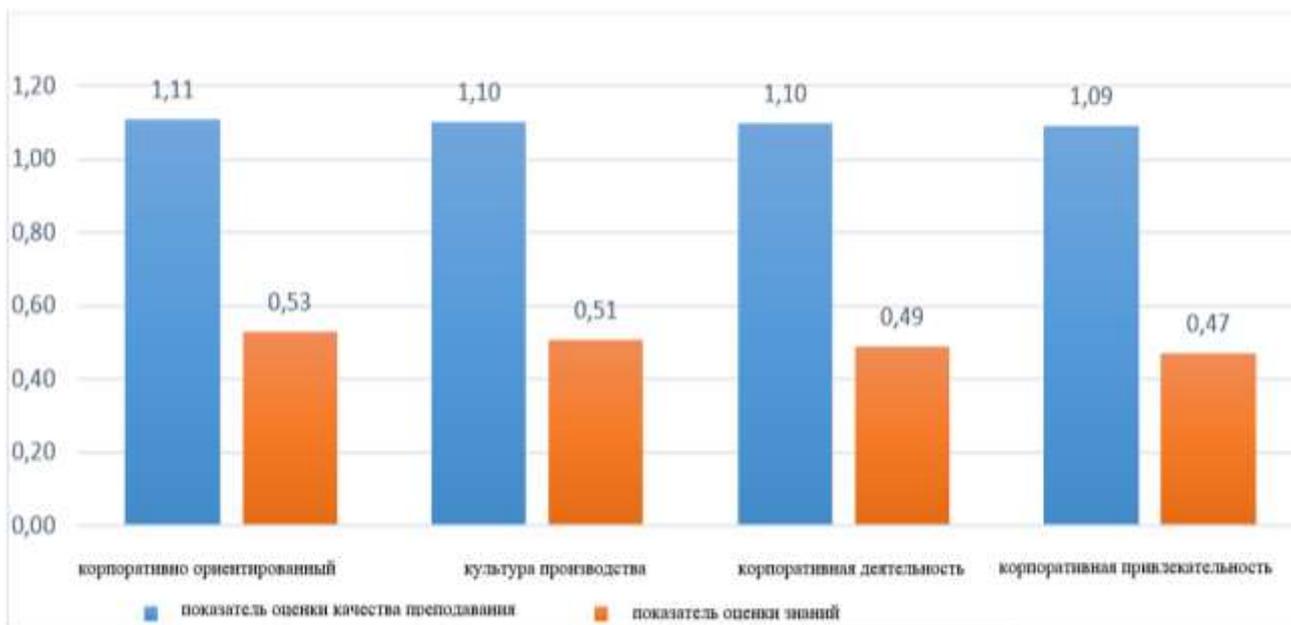


Рис. 3. Показатели оценки качества преподавания и оценки уровня знаний экспериментальной и контрольной групп²⁰

По результатам расчетных статистических показателей итоговой опытно-экспериментальной работы по критериям корпоративной культуры установлено, что средние показатели освоения и выявления экспериментальной и контрольной групп отличаются друг от друга. Были выявлены их избирательная дисперсия, стандартные ошибки и проверена их статистическая гипотеза, основанная на критерии. Также оценочными показателями формирования уровня знаний учащихся считались доверительные интервалы опытно-контрольных групп и оценка качества обучения.

Выявленные показатели и значения статистических критериев, по представлениям сформированных диаграмм, доказали статистическим анализом, что уровень развития у студентов на основе формирования корпоративной культуры выше в экспериментальных группах из отобранных, а средние показатели эффективности увеличились в 1,15 раза.

Полученные средние показатели высокого уровня формирования корпоративной культуры у студентов (вырос в 1,15 раза) показывают зависимость качественного формирования компонентов от комплексной реализации корпоративно-педагогических условий. В связи с этим, результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что предложенная модель формирования корпоративной культуры студента была реализована.

²⁰ Сформировано автором.

Сказанное выше подтверждает гипотезу диссертационного исследования и позволяет сказать, что цель исследования достигнута.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные результаты диссертационного исследования приводят к следующим выводам:

1. Основываясь на анализе научной литературы и результатах опытно-экспериментальной работы, мы уточнили суть. Установлено, что корпоративная культура студента – это субъективное восприятие деловой этики в социально-материальной среде, совокупность характеристик, входящих в общую культуру и отражающих те качества личности, которые проявляются в корпоративно ориентированных ценностях, культуре делового общения, опыте корпоративной деятельности, корпоративной привлекательности во взаимоотношениях.

2. Анализ представленного определения позволил выделить компоненты корпоративной культуры студента: корпоративно-ориентированные ценности (корпоративные качества, корпоративная активность, корпоративный опыт); культуру делового общения (взаимопонимание, взаимное доверие, этика поведения, стиль взаимодействия); опыт корпоративной деятельности (компетентность, мотивы деятельности, принятие решений, корпоративная мобильность); корпоративная привлекательность (авторитет, стабильность отношений, взаимопомощь, лояльность к студенческому коллективу).

3. Разработка и реализация методики формирования корпоративной культуры студентов в высшем учебном заведении способствует когнитивной активности студентов в области корпоративной культуры специалиста, созданию корпоративного профессионального образования и развития. При формировании корпоративной культуры студентов создается среда, позволяющая внедрять гибридное обучение, направленное на поощрение способности к надежному взаимодействию, использовать образовательный потенциал высшего образовательного учреждения и потенциал личности студента.

4. В процессе формирования корпоративной культуры студентов в высшем образовательном учреждении внедрена модель для реализации установленных корпоративно-педагогических условий: развитие корпоративных потребностей и корпоративных способностей к осуществлению деятельности в обществе; организации; вовлечение студентов в активную корпоративную деятельность в процессе профессиональной подготовки; совершенствование процесса внедрения образовательных ресурсов высшего образовательного учреждения в образовательный процесс посредством репутационного объединения корпоративных деловых качеств, направленных на формирование корпоративной культуры студентов.

5. Результаты диссертационного исследования позволили выработать ряд рекомендаций: для специалистов, осуществляющих подготовку студентов на уровне высших профессиональных образовательных учреждений: актуализация возможностей привлечения студентов к активной корпоративной деятельности посредством разработки и организации собственных проектов и корпоративных программ; более активное совершенствование технологических компонентов формирования корпоративной культуры в преподавании учебных дисциплин в контексте будущей профессиональной деятельности на принципах корпоративно-педагогического подхода; применение желаний принимать решения в определенных профессиональных ситуациях в целях совершенствования процесса утверждения и внедрения кодекса корпоративной культуры студента.

6. Проведенная нами исследовательская работа не в полной мере охватывает все аспекты проблемы и позволяет наметить перспективы дальнейших исследований, к которым можно отнести: разработку инновационных технологий формирования корпоративной культуры студентов в системе высших учебных заведений: профессиональное образование; развитие потенциала корпоративной культуры специалистов различной ведомственной принадлежности; осуществление корпоративно-педагогического сопровождения процесса формирования корпоративной культуры в профессиональной деятельности студента, что играет важную роль в изучении значимости возможностей корпоративно-педагогической поддержки процесса формирования корпоративной культуры в профессиональной деятельности студента.

РЕКОМЕНДАЦИИ

1. В процессе формирования корпоративной культуры студентов необходимо начинать с формирования компонентов корпоративной культуры, т.е. корпоративно-ориентированных ценностей, культуры делового общения, опыта корпоративной деятельности, дающего эффективность, корпоративность и привлекательность.

2. При формировании корпоративной культуры студентов высшего учебного заведения необходимо обеспечить создание среды, позволяющей гармонизировать потенциал учебного заведения и студента.

3. Реализация корпоративно-педагогических условий процесса формирования корпоративной культуры студентов вуза, развитие корпоративных навыков для реализации корпоративных потребностей и культурной деятельности в обществе, а также вовлечение студентов в активную корпоративную деятельность в процессе профессиональной подготовки, образовательный процесс образовательного учреждения требуют совершенствования процесса реализации образовательных ресурсов.

4. Процесс формирования и развития корпоративной культуры необходим для разработки системных инновационных технологий, присущих культуре управления в формировании корпоративной культуры студентов; профессионального образования; развития потенциала корпоративной культуры будущих специалистов различного качества кафедральной принадлежности, а также изучения возможностей корпоративно-педагогического сопровождения.

**ONE TIME SCIENTIFIC COUNCIL ON THE BASIS OF SCIENTIFIC
COUNCIL DSc.03/30.01.2021.I.16.03 AUTHORIZED TO GIVE SCIENTIFIC
DEGREES AT TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

KAYUMOVA MEKHRIBONU SHERALIEVNA

**METHODOLOGY FOR THE FORMATION
OF CORPORATE CULTURE AMONG STUDENTS
OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS
(on the example of the educational areas of economics)**

13.00.02 – Theory and methodology of education

**ABSTRACT OF THE DISSERTATION OF THE DOCTOR
OF PHILOSOPHY (PhD) IN PEDAGOGICAL SCIENCES**

Doctor of philosophy (PhD) dissertation subject at the Higher attestation commission under B2022.2.PhD/Ped3566.

The dissertation work was carried out at the Tashkent state university of economics.

The abstract of the dissertation is published in three languages (Uzbek, Russian and English (summary)) on the website of the scientific council (www.tsue.uz) and the information and educational portal "ZiyoNET" (www.ziynet.uz).

Scientific consultant: **Khakimova Mukhabbat Fayziyevna**
doctor of pedagogical sciences, professor

Official opponents: **Himmataliyev Dustnazar Omonovich**
doctor of pedagogical sciences, professor
Mamanazarov Abduhakim Bozorovich
candidate of economics, doctor of pedagogy, associate professor

Leading organization: **Ferghana state university**

The dissertation defense will take place "____" _____ 2024 year in ____ at the meeting of the Scientific council candidate of legal sciences DSc.03/30.01.2021.I.16.03 on awarding academic degrees at the Tashkent state university of economics (address: 100066, Tashkent city, Islam Karimov street, house 49. Tel.: (99871) 239-28-72, fax: (99871) 232-01-49, (99871) 239-43-51, e-mail: info@tsue.uz).

The dissertation can be found in the Information resource center of the Tashkent state university of economics (registration number no. ____). Address: 49, Ilya Islam Karimov str., Tashkent city, 100066. Tel.: (99871) 239-28-72, fakc: (99871) 232-01-49, (99871) 239-43-51, e-mail address: info@tsue.uz.

The abstract of the dissertation has been sent out "____" _____ 2024 of the year.
(register of the mailing protocol no ____ from ____ _____ 2024 year).

S.K. Khudoykulov

Chairman of the one-time academic council on the basis of the academic council awarding academic degrees, doctor of economic sciences, professor

B.D. Khajiyev

Secretary of a one-time scientific council based on a scientific council that grants scientific degrees, doctor of economic sciences, professor

U.V. Gafurov

Scientific degree-granting board-based one-time academic chairman of the scientific seminar under the council, doctor of economic sciences, professor

INTRODUCTION (abstract of PhD thesis)

The purpose of the study is to develop recommendations for improving the methodology of corporate culture formation among students of higher educational institutions.

The object of the study was the process of improving the methods of forming the corporate culture of students of higher educational institutions, in which 675 students of Tashkent state university of economics, Gulistan state university and Andijan institute of agriculture and agrotechnologies took part as respondents.

The scientific novelty of the research are as follows:

the possibilities of developing corporate culture among students on the basis of qualities adapted to personal values, a modern corporation combining rational and emotional components with spiritual and moral traditions of national culture, and a subjective perception of business ethics in a socio-material environment are revealed;

the corporate culture of students has been improved on the basis of a harmonious combination of family, control, creative and industrial cultures and the application in specific professional situations of the desire to make decisions determined by corporate pedagogical approaches and the level of mobility affecting socio-economic interests;

the model of formation of students' corporate culture has been improved on the basis of activation of social responsibility in accordance with corporate experience aimed at achieving a common goal, and on the basis of authoritative consolidation of conditions for students' involvement in corporate activities and corporate business qualities;

the methodology for assessing the level of corporate culture of a future specialist in a market economy has been improved on the basis of a step-by-step combination of components of spiritual wealth and tolerance, introduction into hybrid training aimed at stimulating the ability to confidently interact in service management.

Implementation of the research results. Based on the results of research on the methodology of corporate culture formation among students of higher educational institutions: the possibilities of developing corporate culture among students, qualities adapted to personal values, a modern corporation combining rational and emotional components with the spiritual and moral traditions of national culture, as well as data on the subjective perception of business ethics in a socio-material environment are embedded in the content of the textbook and textbook on the discipline "Theory of Education and Training", recommended for master's degree students in the specialty "5A111001 – Theory and methodology of vocational education (economics)", "70112401 – Theory and methodology of vocational education" (Order No. 356 of the Ministry of higher and secondary special education of the Republic of Uzbekistan dated August 18, 2021, Order No. 233 of the Ministry of higher and secondary special education of the Republic of Uzbekistan dated July 12, 2022, reference no. 02/01-01-87 Ministry of higher education, science and innovation of the Republic of Uzbekistan dated June 2 2023). As a result, the possibilities of developing students' corporate culture based

on the subjective perception of business ethics in a socio-material environment are revealed; information on the application of corporate culture among students in specific professional situations caused by a combination of family, control, creative and industrial cultures, as well as the desire to make decisions determined by corporate pedagogical approaches and the level of mobility affecting socio-economic interests, are included in the content of the textbook “Economics of knowledge”, recommended for students of educational directions “60112400 - Vocational education (60310100 - Economics)”, “60112400 - Vocational education (60411200 - Management)”, “5111000 - Vocational Education (economics)”, “5330200 - Computer Science and Information Technology (Economics)”, “5232600 - Business Informatics”, “5231400 - Statistics (by industry and spheres)”, “5232200 - econometrics” (Order No. 233 of the Ministry of higher and secondary special education of the Republic of Uzbekistan dated July 12, 2022, Order No. 02/01-01-87 Ministry of higher education, science and innovation of the Republic of Uzbekistan dated June 2, 2023). As a result, the improvement of the model for the development of corporate culture of students in higher education institutions has been expanded based on the harmonization of types of industrial culture and the desire to make decisions in certain professional situations;

the model of formation of students’ corporate culture is aimed at achieving the common goal of activating social responsibility in accordance with corporate experience and the conditions for involving students in corporate activities, as well as information about the reputational association of corporate business qualities, are embedded in the content of the textbook on the discipline “Business Communication”, recommended for students of the field of economics (by industry and spheres) (order No. 228 of the Ministry of higher and secondary special education of the Republic of Uzbekistan dated July 14, 2023). As a result, in the process of using the textbook, the model of formation of students’ corporate culture has achieved a reputational association of corporate business qualities aimed at achieving a common goal;

the methodology for assessing the level of corporate culture of a future specialist in a market economy as the main tool for information on the introduction into hybrid education aimed at a phased combination of components of spiritual wealth and tolerance, stimulating the ability to confidently interact in service management was used in the creation of the textbook “Corporate culture”, recommended for students of the field of education “5231900 - Corporate governance” (Order No. 356 of the Ministry of Higher and Secondary Special Education of the Republic of Uzbekistan dated August 18, 2021, Order No. 02/01-01-87 Ministry of higher education, science and innovation of the Republic of Uzbekistan dated June 2, 2023). As a result, based on the information provided in the textbook, the introduction of students’ corporate culture into the educational process of hybrid learning aimed at stimulating the ability of components of spiritual wealth, tolerance and reliability in the interaction of service management has been achieved.

Structure and scope of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusions and recommendations, and a list of references. The volume of the dissertation is 120 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

1 bo'lim (часть I; part I)

1. Kayumova M.Sh., Oliy ta'lim muassasalari talabalarida korporativ madaniyatni rivojlantirish mezonlari va ko'rsatkichlari // Xalq ta'limi. –Toshkent, 2021 yil. 5-son. –B. 17-21 [13.00.00; № 17].

2. Kayumova M.Sh., Iqtisodiy ta'limda korporativ madaniyatning asosiy funksiyalarini shakllantirish // Pedagogika ilmiy nazariy va metodik jurnal, 5-son, 2022 yil, [13.00.00/6]

3. Kayumova M.Sh., Oliy ta'lim muassasasi talabalarida korporativ madaniyatini shakllantirish modeli // Iqtisodiyot va ta'lim jurnali. –Toshkent, 2022.-2-son. –B. 316-322 [08.00.00/11]

4. Kayumova M.Sh., Oliy ta'limning birinchi bosqichi talaba-qizlarining korporativ identifikatsiyasini shakllantirish // Iqtisodiyotda innovatsiyalar. –Toshkent, 2021 yil, -4-jild, 3-son. –B. 4-10. (13.00.00; № _).

5. Kayumova M.Sh., Formation of corporate culture in students // Indo - Asian Journal of Multidisciplinary Research (iajmr) Volume - 8; Issue - 2; Year - 2022; Page: 2538 - 2545 DOI: 10.22192/iajmr.2022.8.2.4, [№2 Journal Impact Factor]

6. Kayumova M.Sh., Formation of the corporate style of first-year students of the university // International Journal of Pedagogics, volume 02 issue 10 pages: 19-26 sjif impact factor (2021: 5. 705) (2022: 5. 705) oclc - 1121105677 metadata if - 5.689 <https://doi.org/10.37547/ijp/Volume02Issue10-04>

7. Kayumova M.Sh., Yosh xotin-qizlarni davlat boshqaruvida korporativ madaniyatini va g'oyaviy immunitetini shakllantirish muammolari // “Ilm ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda yosh xotin-qizlarning innovatsion g'oya va tashabbuslari”. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.-Toshkent.-2020 yil.-B. 332-337

8. Kayumova M.Sh., Bo'lajak mutaxassislarni innovatsion faoliyatga tayyorlashda korporativ madaniyat va g'oyaviy immunitetni shakllantirish // “Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida bo'lajak mutaxassislarni innovatsion faoliyatga tayyorlashda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish samaradorligi” Xalqaro ilmiy-amaliy anjumani maqolalar to'plami. –Toshkent.-2021 yil 25-noyabr, -B. 259-261.

9. Kayumova M.Sh., Iqtisodiy fanlarni o'qitishda talabalar korporativ madaniyatini boshqarish usullari // Sbornik nauchnix trudov respublikanskoy nauchnogo prakticheskoy konferensii s mejdunarodnim uchastiyem, 11 fevralya 2022 goda. –B. 130-133.

10. Kayumova M.Sh., Oliy ta'limda korporativ madaniyatni shakllantirish funksiyalari // 2023: “Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasida fan va ta'lim integratsiyasi masalalari” Respublika ilmiy-amaliy anjumani materiallari.-Toshkent.-2023 yil.-B. 390-393

11. Kayumova M.S'h., Problems of formation of corporate culture and ideological immunity of young women in government, International virtual conference on "Language and literature proceeding", Part3, Indonesia, 2022, ISSN:2746-8402, <https://zenodo.org/record/6806602#.Yvk3-3VBzDc>,

12. Kayumova M.S'h., Methods of managing student corporate culture in teaching yeconomics. IJORCES International journal of conference series on education and social sciences, June, 2022, Bursa, Turkey, ISSN: 2717-7076.

II bo'lim (II часть; II part)

13. Kayumova M.Sh., M.Tashxodjayev, M.G. Umarxodjayeva, A.K. Shermuxamedov, Korporativ madaniyat o'quv qo'llanma, Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi, 2021, ISBN 978-9943-6-6

14. Kayumova M.Sh., Biznes kommunikatsiya, elektron multimediali o'quv qo'llanma, O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi huzuridagi Intellektual mulk agentligining 2023 yil 11 apreldagi № DGU 24844 sonli guvohnomasi

15. Kayumova M.Sh., Khakimova M.F, Yakhyoyeva G.B, Oripova F.M, Mamatkulova M.M., The method of formation of the students' professional yetiquette in the process of yeducation, // The American Journal of Social Science and Yeducation Innovations. (ISSN - 2689-100x) Publis'hed: January 10, 2021. Pages: 48-54 IMPACT FACTOR.2020: 5. 525.OCLC - 1121105668

16. Kayumova Mexribonu Sheraliyevna, Khakimova Mukhabbat Fayziyevna, Factors that increase the yeffectiveness of hybrid teaching in a digital yeducational yenvironment, THE 6th international conference on future networks & distributed systems Hosted as a Hybrid of On-Site and Virtual Format Tas'hkent, Uzbekistan 15th-16th December, 2022, [Https://icfnds.org](https://icfnds.org)

17. Kayumova M.Sh., Formation issues of corporate culture and Ideological immunity of youth // TDIU. 2021 yil. -31-39.

18. Akbarova S.Sh., Kayumova M.Sh., Azizova M.H., Karimova F.H., Hojiyeva I.A., Intelligent systems applications in inclusive education management: a systematic mapping study, ICFNDS '23, December 21, 22, 2023, Dubai, United Arab Emirates.

19. Kayumova M.Sh., Oliy ta'limda raqamli madaniyatni rivojlantirishning shakllantirish tizimi // Current issues of bio economics and digitalization in the sustainable development of regions. –Samarqand. 2022 yil 27-28-aprel, -B. 532-537.

Avtoreferat “IQTISOD-MOLIYA” nashriyotida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 22.07.2024 y.
Bichimi: 60x84 1/8 “Times New Roman”
garniturada raqamli bosma usulda bosildi.
Shartli bosma tabog‘i 4,2. Adadi: 100. Buyurtma: № 83.

“DAVR MATBUOT SAVDO” MCHJ
bosmaxonasida chop etildi.
100198, Toshkent, Qo‘yliq, 4-mavze, 46.