

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
HUZURIDAGI KASBIY TA‘LIM AGENTLIGI
KASBIY TA‘LIMNI RIVOJLANTIRISH INSTITUTI**

**O‘RTA MAXSUS VA KASBIY TA‘LIM TASHKILOTLARI PEDAGOG
KADRLARINI ATTESTATSIYADAN O‘TKAZISH UCHUN UMUMIY
KIMYO FANIDAN MALAKA TEST SINOV I TOPSHIRIQLARI
SPETSIFIKATSIYASI**

Toshkent – 2026

O‘RTA MAXSU VA KASBIY TA’LIM TASHKILOTLARI PEDAGOG KADRLARINI ATTESTATSIYADAN O‘TKAZISH UCHUN MARKETING FANIDAN MALAKA TEST SINOVI TOPSHIRIQLARI SPETSIFIKATSIYASI

I. Maqsad

Mazkur test varianti tafsilotining maqsadi kasbiy ta’lim fanlarini bilish darajasini baholashning malaka toifalarini berish test tizimi doirasida Soliq tizimi fanining talabgorlarining bilim darajasini aniqlash va sertifikatlash uchun qo‘llaniladigan test varianti formati (topshiriqlar soni, turi, vaqt me’yori), fan mazmuni tarkibi, kognitiv ko‘nikma darajalari, baholash mezonlari va talabgorlarning tayyorgarlik darajasiga qo‘yiladigan talablarni belgilashdan iborat.

II. Me’yoriy asoslar

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 17-sentabrdagi **“Maktabgacha, umumiy o‘rta, o‘rta maxsus, professional va maktabdan tashqari ta’lim tashkilotlari pedagog kadrlarini attestatsiyadan o‘tkazish tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”**gi 572-sonli Qarori.

III. Baholash qamrovi: mazmun sohalari

Bozorni o‘rganish va marketing tadqiqotlari.

Marketing strategiyasi va rejalashtirish. Marketing dasturi.

Raqobat marketingi.

Marketingda tovar, narh va savdo siyosati..

Reklama- savdo sotiqli rag‘batlantirish.

Xalqaro marketing va inqiroz sharoitida marketing.

IV. Baholanadigan mazmun sohalar va konstruktlar

T/r	Mazmun sohalar	Konstruktlar	Testlar soni
1	marketing haqida umumiy tushuncha.	Marketing xaqida tushuncha va uning mohiyati. Marketing faoliyatining mazmuni va maqsadlari. Marketingni paydo bo'lishi.	8 ta
2	Bozorni o'rganish va marketing tadqiqotlari.	Bozor xususiyatlari. Bozor muvozanati. Bozor muvozanatini ta'minlash yo'llari. Bozor segmentatsiyasi xususiyatlarini o'rganish. Bozor konyukturasini baholash uslublari.	6ta
3	Raqobat marketingi.	Marketingda raqobat. Raqobat turlari. Narxli va narxsiz raqobat. Tovarning raqobat qobiliyatini aniqlash.	8 ta
4	Marketingda tovar, narh va savdo siyosati.	Tovar va uning xususiyatlari. Tovarning sifat ko'rsatkichlari. Narxga ta'sir aniqlash. Narx belgilash usullarini o'rganish. Sotish tarmog'ini shakllantiruvchi omillar. Saqdo qilishning yangi turlari va usullari.	11 ta
5	Reklama-savdo sotiqni rag'batlantirish	Reklama faoliyatini va vositalarini aniqlash. Savdo joylarida reklama vositalarini ko'rsatishni o'rganish va uning turlarini aniqlash	3 ta
6	Xalqaro marketing va inqiroz sharoitida marketing.	Xalqaro marketing Globallashuv tushunchasi. Jarayonida marketing. Xalqaro xalqaro marketing inqiroz vaziyatida marketingni boshqarish. Bozor haqida ma'lumotlar tanqisligi. Tadbirkorlik inqirozdan chiqishning muhim omili.	6ta

V. Baholanadigan kognitiv ko'nikmalar va taqsimoti

T/r	Kognitiv daraja	Izohi	Ulushi (%)
1.	Bilish	Fanga doir nazariy ma'lumotni, atama va qoidalarni eslab qolish, tushunish, nazariy jihatdan tahlil qila olish	20 %
2.	Qo'llash	O'zlashtirgan nazariy bilim va tushunchalarni yangi kontekstlarda (ta'limiy, muammoli vaziyat va pedagogik-psixologik holatlarda) ishlata olish	60 %

3.	Mulohaza qilish	Muayyan faktlar, dalillar va normalarni mantiqiy bog‘liq tarzda tahlil qilib, jarayonlarning ketma-ketligini farqlab, vaziyatni analiz qilib, xulosalar chiqara olish	20 %
----	------------------------	---	------

VI. Test turlari va taqsimoti

T/r	Test turi	Izohi
1.	Y1	To‘rtta variantdan bittasi to‘g‘ri bo‘lgan muqobil javobli yopiq test
2.	Y2	Tartiblangan bir nechta javoblardan to‘g‘rilarini topishni talab qiladigan muqobil javobli yopiq test
3.	Y3	Moslashtirishni talab qiladigan yopiq test
4.	Y4	Gap yoki jarayonlarni to‘g‘ri ketma-ketlikda joylashtirish talab etiladigan yopiq test

VII. Baholash mezonlari va ajratilgan vaqt

Test topshiriqlari umumiy 80 ball bilan baholanadi.

Har bir to‘g‘ri javob 2 ball, noto‘g‘ri javob esa 0 ball bilan baholanadi.

Test topshirig‘ini bajarish uchun 80 daqiqa vaqt me‘yori belgilanadi.

VIII. Imtihon tartibi

Taqiqlangan vositalar: imtihon vaqtida mobil telefon, aqlli soat, planshet yoki elektron eslatmalardan foydalanish qat’iyan man etiladi.

Axloq va intizom: nusxa ko‘chirish, yordam so‘rash yoki yordam berish, imtihon davomida gaplashish, ruxsatsiz chiqish kabi holatlar taqiqlanadi.

Nazoratchi qoidabuzarlikni aniqlaganda, uni rasmiylashtirib, tinglovchini testdan chetlashtiradi va natijasi bekor qilinadi.

IX. Tavsiya etilgan adabiyotlar

1. S.S. G‘ulomov Marketing asoslari. T., 2000 yil.
2. J.J.Jalilov.I.A.Axmedov «Korxonalar tashkiliy iqtisodiy faoliyati
3. Menejment va marketing» Toshkent -2004 yil.
4. S.S.G‘ulomov. «marketing asoslar » Toshkent «SHark» -2002 yil
5. Normaxmatov R. Marketing (Ma’ruzalar kursi). Samarqand, SamISI bosmaxonasi, 2007.
6. Salimov S. Marketing nazariyasi.. Toshkent, 2001.
7. Jalilov J «Marketing tatlqiqotlari» Toshkent-2005.
8. Z.Xudayberdiyev.SH.Xo‘janazarov. Marketing asoslari Toshkent-2007

**Eslatma: test topshiriqlari mazmuni tavsiya etilgan adabiyotlarda aks etgan mazmun, tamoyil va yondashuvlar bilan moslashtiriladi, ammo test topshiriqlari to'g'ridan - to'g'ri manbalardan olinmaydi. Malaka sinoviga tayyorgarlik ko'rish jarayonida tavsiya etilgan adabiyotlar eslab qolish manbai sifatida xizmat qilishdan ko'ra, umumiy kasbiy tayyorgarlikni mustahkamlashga qaratilgan.*