

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**  
**BAKI BİZNES UNİVERSİTETİ**



**«MARKETİNG» İXTİSASININ**  
**P A S P O R T U**

**BAKI – 2019**

## **1. Ümumi müddəalar**

- 1.1. Marketing ixtisasının xarakteristikası
- 1.2. Ali peşə təhsilinin təhsil proqramının xüsusiyyətləri
- 1.3. Abituriyent üçün tələblər
- 1.4. Magistr təhsilini davam etdirmək imkanları
- 1.5. Təhsil proqramlarının əsas istifadəçiləri
- 1.6. Məzunun ixtisas xüsusiyyətləri
- 1.7. Peşəkar fəaliyyət sahəsi
- 1.8. Peşə fəaliyyətinin obyektləri
- 1.9. Peşə fəaliyyətinin növləri və vəzifələri
- 1.10. Təhsil Proqramının məqsədi
- 1.11. Məzunun bilik və bacarıq kompetensiyaları
- 1.12. İxtisasın peşə hazırlığı fənlərinin mənimsənilməsi sayəsində nail olunaçaq təlim nəticələrinə qoyulan minimum tələblər
- 1.13. Təcrübələr
- 1.14. Yekun Dövlət Attestasiyası
- 1.15. Peşə kompetensiyaları üzrə müvafiq biliklərə nail olmalıdır
- 1.16. İxtisasın peşə təliminin nəticələri üzrə məzun bacarmalıdır
- 1.17. Tələbənin təlim nəticələrinin qiymətləndirilməsi

## **2. Təhsil prosesinin məzmununu və təşkilini tənzimləyən sənədlər**

- 2.1. Təhsil Proqramı
- 2.2. Tədris planı
- 2.3. İllik iş qrafiki

## **3. Resurs təminatı**

- 3.1. Kadr təminatı
- 3.2. Tədris-metodik və informasiya dəstəyi
- 3.3. Maddi-texniki təchizat
- 3.4. Tələbələrə elmi-tədqiqat işinin təşkili xüsusiyyətləri

## **4. Tədrisdə keyfiyyət təminatı**

- 4.1. Tədrisdə keyfiyyət təminatı siyasəti
- 4.2. Tədrisdə Keyfiyyət Qiymətləndirilməsi Sistemi
- 4.3. Keyfiyyətin xarici qiymətləndirmə sistemi

## **1. ÜMUMİ MÜDDƏALAR**

### **1.1. «Marketing» ixtisasının xarakteristikası**

İxtisasın şifri və adı - 050408 "Marketing"

Verilən elmi - ixtisas dərəcəsi - Bakalavr

Əyani forma üzrə təhsil müddəti- 4 il (qiyabi forma üzrə təhsil müddəti 5 il)

Kreditlərin sayı- 240

"Marketing" ixtisası üzrə ali peşə təhsilinin təhsil proqramı müvafiq ixtisas üzrə ali peşə təhsili dövlət standartı (bundan sonra - DTS) əsasında hazırlanmışdır.

Təhsil proqramı "Marketing" ixtisası üzrə bakalavr hazırlığı prosesinin məqsədlərini, məzmununu və metodlarını müəyyən edən normativ sənədlər toplusudur.

### **1.2. Ali peşə təhsilinin təhsil proqramının xüsusiyyətləri**

"Marketing" ixtisası üzrə ali peşə təhsilinin təhsil proqramı bu ixtisas üzrə ali təhsilli mütəxəssislərin hazırlanması istiqamətində dövlət standartı əsasında hazırlanmış tədris planını, işçi tədris planını, fənn proqramlarını, tədris və praktiki işlə əlaqədar planları özündə cəmləşdirmişdir.

Təhsil Proqramının tərkibinə tədris planı, təqvim tematik planlar, fənlərin tədris-metodiki vəsaitləri, təlim və istehsalat təcrübələri, tələbələr üçün təhsilin və tədrisin keyfiyyətini təmin edən materiallar, təlimin keyfiyyətinə nəzarət qaydasını və məzmununu müəyyənləşdirən materiallar və müvafiq təhsil texnologiyasının tətbiq olunmasını təmin edən metodik materiallar və bir sıra normativ sənədlər də daxildir.

### **1.3. Abituriyent üçün tələblər**

Abituriyentin orta (tam) ümumi təhsili və ya orta-ixtisas peşə təhsili haqqında dövlət sənədi olmalıdır.

#### **1.4. Magistr təhsilini davam etdirmək imkanları**

"Marketing" ixtisası üzrə ali peşə təhsilinin əsas təhsil proqramını mənimsəmiş bakalavrın müvafiq ixtisaslar üzrə magistratura təhsil səviyyəsində təhsilini davam etdirmək hüququ vardır.

#### **1.5. Təhsil Proqramının əsas istifadəçiləri**

Təhsil Proqramının əsas istifadəçiləri: Universitetin tədris şöbəsi, dekanlıqlar, kafedranın müəllimləri, tələbələr, məzunlar, mütəxəssislər, işəgötürənlər, abituriyentlərdir.

#### **1.6. Məzunun ixtisas xüsusiyyətləri**

"Marketing" ixtisasını bitirən məzun marketing peşəsinə sahib olmalıdır. Yəni, bazarı araşdırmağı, təhlil etməyi, nizamlamağı, istiqamətləndirməyi, reklam fəaliyyətini, satışı təşkil etməyi və idarə etməyi bacarmalıdır.

#### **1.7. Peşəkar fəaliyyət sahəsi**

"Marketing" ixtisası üzrə məzunun peşə fəaliyyətinin sahəsi dövlət və qeyri-dövlət müəssisələrində, maliyyə, əmlakın idarə edilməsi, bank, sığorta, qiymətli kağızlar sahəsi və s. hesab edilir.

#### **1.8. Peşə fəaliyyətinin obyektləri**

Mütəxəssisin peşə fəaliyyətinin obyektləri aşağıdakılardır:

- icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən müəyyən edilmiş qaydada ölkənin iqtisadi və sosial siyasətini həyata keçirən dövlət strukturlarının müvafiq bölmələri;
- dövlət maliyyə, əmlak xidməti, maliyyə bazarlarına nəzarəti həyata keçirən orqanlar, antiböhran siyasətini həyata keçirən orqanlar, milli iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrini tənzimləyən dövlət strukturları və s.;
- banklar, birjalar, maliyyə, sığorta şirkətləri;
- dövlət, bələdiyyə qurumlarının təsərrüfat xidmətləri;
- məhsul istehsal edən sənaye müəssisələri;

- konsaltinq və digər xidmətləri həyata keçirən müəssisələr;
- biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisə, təşkilat və təsərrüfat subyektləri;
- beynəlxalq biznes, maliyyə, turizm və digər xidmətlər üzrə dünya bazarlarında fəaliyyət göstərən transmilli şirkətlər;
- mövcud qaydalara riayət olunmaqla müxtəlif təhsil müəssisələrinin iqtisadiyyat, biznes, sahibkarlıq bölmələrində və peşə ixtisasına uyğun strukturlarda.

### **1.9. Peşə fəaliyyətinin növləri və vəzifələri**

"Marketing" ixtisası üzrə məzun aşağıdakı peşə-praktik fəaliyyət növlərindən biri üçün hazırlanmalıdır:

- marketing tədqiqatlarının aparılması;
- marketingin idarə edilməsi;
- beynəlxalq sahədə marketing araşdırmalarının aparılması;
- logistikanın idarə edilməsi;
- reklam fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi;
- ictimaiyyətlə əlaqələrin idarə edilməsi;
- satışın təşkili və idarə edilməsi;
- insan resurslarının idarə edilməsi.

### **1.10. Təhsil Proqramının məqsədi**

Təhsil proqramı ixtisasın dövlət təhsil standartının tələblərinə cavab verir. Tələbənin seçdiyi fənin kreditinin verilməsi məcburidir. Təhsil proqramının əsasında tədris planları tərtib edilir. Tədris planında əks etdirilən fənlər tələbələrdə bilik, bacarıq və vərdişlərin formalaşmasına yönəldilmişdir. "Marketing" ixtisası üzrə təhsil proqramının əsas məqsədi aşağıdakılardır.

1. marketingin mahiyyəti, təkamül konsepsiyaları, formaları, məqsəd, vəzifə, prinsipəri və marketing probleminə yanaşma metodunun tədrisi;
2. marketingin ərtaf mühitini müəyyən edilməsinin tədrisi;
3. marketing tədqiqatlarının mahiyyətinin tədrisi və tədqiqatın aparılması

prosesinin öyrədilməsi;

4. istehlakçı davranışının öyrənilməsinin marketinqdə əhəmiyyətinin müəyyən edilməsi;

5. bazarın seqmentləşdirilməsi və onun məqsədi, seqmentləşdirmə prosesi və onun meyarlarının müəyyən edilməsinin tədrisi;

6. marketinqdə məhsul siyasətinin yeri və rolunun müəyyənləşdirilməsi;

7. marketinq fəaliyyətində satışın yeri və rolunu tədris etmək;

8. marketinqin kommunikasiya sisteminin mahiyyətini və kommunikasiya prosesinin tədrisi;

9. marketinq sistemində qiymətin yeri və rolunun müəyyən edilməsinin tədrisi;

10. müəssisənin idarə edilməsi sistemində marketinqin yeri və rolunu müəyyənləşdirmək;

11. marketinqin strategiyası və planlaşdırılmasının zəruriliyinin tədrisi;

12. marketinq nəzarətinin mahiyyəti və marketinq nəzarət prosesinin tədrisi;

13. marketinqin tətbiq sferalarının genişləndiyi bir şəraitdə beynəlxalq marketinqin mahiyyətinin tədrisi;

14. xidmət və qeyri-kommerisya marketinqinin mahiyyətini və xarakterik xüsusiyyətlərinin öyrədilməsi;

15. marketinqin cəmiyyətə təsirini bilmək və marketinqin müasir növləri ilə tanışlıq istiqamətində biliklərin verilməsi.

### **1.11. Məzunun bilik və bacarıq kompetensiyaları**

Məzun humanitar və ixtisasın peşə hazırlığı bölümünə aid olan fənlər üzrə biliklərə malik olmalıdır.

Humanitar fənləri mənimsəmək nəticəsində məzun xarici dil, Azərbaycan tarixi, Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti, fəlsəfə, mədəniyyətşünaslıq, multikulturalizm və sair sahələrdə müvafiq bilikləri əldə edir və ümumi kompetensiyalara yiyələnir.

**Məzun ümumi kompetensiyalar üzrə aşağıdakı biliklərə yiyələnmişdir:**

- dövlət dilində sərbəst danışmağı, fikirlərini sərbəst ifadə etməyi, o cümlədən işgüzar yazışma vərdişlərinə yiyələnməyi, peşə təyinatlı mətnləri tərtib etməyi, onları redaktə etməyi bilməlidir;
- ümumi xarakterli danışmaq-dialoq apara bilmək, nitq etiket qaydalarına əməl etmək, məlumat toplamaq üçün ixtisasına uyğun ədəbiyyat oxumaq, ixtisas üzrə mətnləri lüğət ilə tərcümə etmək, xarici dildə annotasiya və iş məktubları tərtib etmək;
- Azərbaycan tarixini, əsas tarixi faktları, tarixləri, hadisələri və tarixi şəxsiyyətlərin adlarını, onların fəaliyyəti barədə qısa məlumatları bilmək;
- tarixi keçmişlə bağlı məsələlərdə mövqelərini ifadə etmək və əsaslandırma bilmək;
- sosial davranışın əsas qanunları və tənzimlənməsi formaları, sosial icmaların və sosial qrupların yaranmasının xarakteri, sosial proseslərin növləri və nəticələri barədə elmi təsəvvürlərə malik olmaq;
- sosioloji analizin əsaslarına sahib olmaq;
- fəlsəfi biliyin mühüm sahəsini təşkil edən idrak nəzəriyyəsini, insan idrakının mənşəyi və gerçəkliyə münasibəti, biliyin yaranma xüsusiyyətləri, onun gerçəkliyə uyğunluğu, təcrübə və nəzəriyyə arasındakı münasibətlər kimi məsələləri öyrənmək;
- Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının əsaslarını, insanın insana, cəmiyyətə, ətraf mühitə münasibətini tənzimləyən etik və hüquqi normaları bilməlidir;
- hüquq sisteminin və qanunvericiliyinin əsaslarını, peşə fəaliyyəti sahəsində hüquqi və mənəvi standartları bilmək;
- gələcək peşə fəaliyyətinə aid normativ və hüquqi sənədlərdən istifadə və tərtib edə bilmək;
- xarici dillərdən birini bilməlidir.
- peşə lüğətini bilməli və öz fəaliyyətində düzgün istifadə etməyi bacarmalıdır;
- tərəfdaşları ilə xarici dildə ünsiyyətdə olmağı və fikrini ifadə etməyi bacarmalıdır;
- xarici dillərdən birində şifahi və yazılı ünsiyyət qurmağı bacarmalıdır;
- iqtisadi təhlilləri və qiymətləndirmələri aparmaq üçün ümumi iqtisadi-riyazi biliklərə malik olmalıdır.

### **1.12. İxtisasın peşə hazırlığı fənlərinin mənimsənilməsi sayəsində nail olunacaq təlim nəticələrinə qoyulan minimum tələblər:**

- rəqabət və antiböhran sahəsində biliklərə sahib olmalıdır;
- informasiya cəmiyyətində fəaliyyət göstərməyi və peşəkarlıq sayəsində İKT-dən istifadə etməyi bacarmalıdır;
- marketinq məqsədləri üçün faydalı informasiyanı təmin etməyi, araşdırmağı, ümumiləşdirməyi və strateji hədəfləri düzgün müəyyən etməyi bilməlidir;
- marketinq-plan, uçot, hesabat və digər məlumat mənbələrində əks etdirilmiş informasiyanın qiymətləndirilməsi metodikasını dərinlən mənimsəməlidir;
- qeyri-standart vəzifələri həll etmək, iqtisadi prosesləri proqnozlaşdırmaq;
- öz işlərini elmi əsaslarla təşkil edər, peşə fəaliyyəti sahəsində istifadə olunan məlumatların toplanması, saxlanması və emalı (redaktə edilməsi) üçün kompüter metodlarına sahib olmağı, müasir informasiya texnologiyalarından istifadə etməyi bacarmalıdır;
- müasir tələblərə uyğun təqdimatlar hazırlamağı, işgüzar ünsiyyət qurmağı bacarmalıdır.

### **1.13. Təcrübə**

Təcrübənin məzmunu, təcrübələrin təşkili və həyata keçirilməsi ilə bağlı sənədlər təcrübə şöbəsi tərəfindən müəyyən edilir və rektorluq tərəfindən təsdiq edilir. Tələbənin bakalavriat təcrübəsi tədris planının vacib tərkib hissəsidir.

Tələbə universitetdə aldığı bilikləri təcrübədə tətbiq etmək imkanı əldə edir, bu şərtlə ki, tələbənin yerinə yetirdiyi işin xarakteri universitetdə oxuduğu ixtisasa uyğun olsun. Təcrübənin məzmunu təcrübənin iş proqramı ilə tənzimlənir.

Təcrübələr bir sıra dövlət təşkilatlarında, o cümlədən, maliyyə bazarlarına nəzarət edən qurumlarda, dövlətin antiböhran siyasətini həyata keçirən, milli iqtisadiyyatı tənzimləyən dövlət orqanlarında, sənaye, konsultinq, maliyyə-bank sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələrdə, tədqiqat müəssisələrində, habelə



sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan bütün digər şirkətlərdə və təsərrüfat cəmiyyətlərində təşkil edilməlidir.

#### **1.14. Yekun Dövlət Attestasiyası**

Ali təhsilin son pilləsi Yekun Dövlət Attestasiyasıdır. Yekun Dövlət Attestasiyası təhsil proqramının mənimsənilmə səviyyəsini müəyyənləşdirmək, təhsilalanlara müvafiq ixtisas dərəcəsi vermək məqsədi ilə həyata keçirilir. Yekun Dövlət Attestasiyası Dövlət imtahanı (şifahi) formasında keçirilir.

Təhsil proqramının bütün tələblərini yerinə yetirmiş və tədris planında nəzərdə tutulmuş bütün fənlər və təcrübələr üzrə müəyyən olunmuş kreditləri qazanmış tələbələr Yekun Dövlət Attestasiyasına buraxılırlar. Yekun Dövlət Attestasiyasını müvəffəqiyyətlə verən tələbə təhsil aldığı ixtisas üzrə bakalvr pilləsinin tam kursunu başa vurmuş hesab olunur.

#### **1.15. Peşə kompetensiyaları üzrə müvafiq biliklərə nail olmalıdır:**

- marketinqə aid olan ümumi qanunauyğunluqları;
- marketinqin idarə edilməsinin nəzəri məsələlərini;
- marketinq araşdırmaları və təhlilləri üzrə statistik materialların və hesabatların hazırlanması metodikasını;
- marketinqə dair beynəlxalq təcrübəni;
- insan resurslarının idarə edilməsi məsələlərini;
- innovasiyaların, investisiyaların idarə edilməsi məsələlərini;
- strateji marketinq məsələlərini;
- marketinq ilə bağlı bilikləri öz praktik fəaliyyətlərində istifadə edə bilməlidir.

#### **1.16. İxtisasın peşə təliminin nəticələri üzrə məzun aşağıdakıları bacarmalıdır:**

1.16.1. Marketinqin mahiyyəti, təkamül konsepsiyaları, formaları, məqsəd, vəzifə, prinsipərini fərqləndirmək və marketinq probleminə yanaşma metodunu müəyyən etmək;

- 1.16.2. Marketingin makromühit və mikromühit amillərini fərqləndirmək və müəssisə ilə ətraf mühit arasındakı əks əlaqəni müəyyən etmək;
- 1.16.3. Marketing tədqiqatlarının mahiyyətini bilmək və tədqiqatın aparılması prosesini tətbiq etmək;
- 1.16.4. Son və işgüzar istehlakçıların davranışa təsir göstərən amilləri fərqləndirmək və davranış modelini müəyyən etmək;
- 1.16.5. Bazarların segmentləşdirilməsinin məqsədini müəyyən etmək və segmentləşdirmə prosesinin təşkilini tətbiq etmək;
- 1.16.6. Marketingdə məhsul çeşidinin planlaşdırılmasının vəzifə və mərhələlərini fərqləndirmək, yeni məhsulun tərtib edilməsi üsullarını və bazara çıxarılması strategiyalarının formalarını, məhsulun qablaşdırılmasına olan tələbləri, məhsulların rəqabətinin formalarını müəyyən etmək;
- 1.16.7. Məhsulların bölüşdürülməsi və satışının məqsədini, vəzifələrini müəyyən etmək və satış kanallarının səviyyələrini, formalarını fərqləndirmək;
- 1.16.8. Marketingin kommunikasiya elementlərini seçmək və marketingin kommunikasiya prosesini tətbiq etmək;
- 1.16.9. Marketingdə qiymətin funksiyalarını, qiymət səviyyəsinə təsir edən amilləri, qiymətin növünü, qiymət əmələgəlməsinin mərhələlərini müəyyən etmək və qiymətqoyma metodlarını tətbiq etmək;
- 1.16.10. Marketingin idarə edilməsi funksiyalarını, prinsiplərini, idarəetmə strukturuna təsir edən amilləri müəyyən etmək, marketingin tipik təşkilati quruluşlarını fərqləndirmək;
- 1.16.11. Marketingin planlaşdırılmasının səviyyələrini müəyyən etmək, marketingin strateji planlaşdırılması prosesi və məhsul üzrə marketingin planlaşdırılması prosesini (SWOT təhlil) tətbiq etmək və marketing planlarını tərtib etmək;
- 1.16.12. Marketing nəzarət prosesini tətbiq etmək, nəzarət formalarını fərqləndirmək və situasiyalı təhlili tətbiq etmək;

1.16.13. Beynəlxalq marketinqin xarakterik xüsusiyyətlərini, beynəlxalq bazarlara çıxmanı şərtləndirən amilləri müəyyən etmək və beynəlxalq bazarlara çıxma metodlarını fərqləndirmək;

1.16.14. Xidmət marketinqinin xarakterik xüsusiyyətlərini müəyyən etmək və müxtəlif təsnifləşdirmə əlamətlərinə görə xidmətin formalarını fərqləndirmək;

1.16.15. Marketinqin müasir növlərinin mahiyyətini və əhəmiyyətini müəyyən etmək.

### **1.17. Tələbənin təlim nəticələrinin qiymətləndirilməsi**

Tələbələrə semestr ərzində hər bir fənn üzrə auditoriya (mühazirə, seminar, praktik məşğələlər, laboratoriya, kollokviumlar) və auditoriyadankənar (tələbənin müstəqil və müəllimin rəhbərliyi ilə sərbəst işi) fəaliyyəti aşağıdakı meyarlar üzrə qiymətləndirilir:

1. Mühazirə dərslərində iştirakına və cari mövzu üzrə aparılan qeydlərinə görə 0-10 bal.

2.Seminar (məşğələ) və ya laboratoriya dərslərində frontal şifahi sorğuların, kollokviumların, seminar-məşğələ dərslərinə hazırlığa dair sərbəst işin tərtibi üzrə yekun cavab nəticələrinə görə 0-20 bal.

3. Referatın tərtibi və prezentasiyaya görə 0-20 bal.

Seminar (məşğələ) və ya laboratoriya dərslərində frontal şifahi sorğuların, kollokviumların, Referatın tərtibi və prezentasiyaya görə qiymətləndirmədə aşağıdakı taksanomiya halları nəzərdə tutulmalıdır. Qiymətləndirmə meyarında hər bir halın xüsusi çəkisi aşağıdakı kimi nəzərdə tutulur.

- Bilik-20%
- Tələbənin mövzunu anlaması-20%
- Tətbiq etmə-20%
- Təhlil-20%
- Sintez-20%

Yuxarıda qeyd olunan qiymətləndirmələr fənn jurnallarında aparılır. Konkret fənlər üzrə semestr ərzində toplanmış balın yekun miqdarına görə təhsilalanların biliyi aşağıdakı kimi qiymətləndirilir:

51 bala qədər	• qeyri-kafi”	• F
51-60 bal	• “qənaətbəxş”	• E
61-70 bal	• “kafi”	• D
71-80 bal	• “yaxşı”	• C
81-90 bal	• “çox yaxşı”	• B
91-100 bal	• “əla”	• A

## **2. TƏHSİL PROSESİNİN MƏZMUNUNU VƏ TƏŞKİLİNİ TƏNZİMLƏYƏN SƏNƏDLƏR**

### **2.1. Təhsil proqramı**

Bakalavriat səviyyəsinin ixtisas üzrə təhsil proqramı “Təhsil Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununa”, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarı ilə təsdiq olunmuş Ali Təhsil Səviyyəsinin Dövlət Standartı və Proqramına, bakalavriat təhsilinin məzmunu və təşkili qaydalarının tələblərinə uyğun olaraq Təhsil Nazirliyi tərəfindən hazırlanır və təsdiq edilir.

### **2.2. Tədris planı**

Universitet müstəqil olaraq "Marketinq" ixtisası üzrə mütəxəssis yetişdirmək üçün Dövlət təhsil standartı və təhsil proqramı əsasında tədris planını hazırlayır və təsdiqləyir. Təhsil prosesi Təhsil Nazirliyi tərəfindən təsdiq edilmiş Dövlət Təhsil Standartları, ixtisasın təhsil proqramına, “Təhsil haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu”-nun tələblərinə, Təhsil Nazirliyinin müvafiq əsasnamələrinə uyğun tərtib edilmiş tədris planı nəzərə alınmaqla təşkil edilir. Tədrisin məzmununu daim yeniləmək məqsədi ilə tədris planının məzmunu hər 5 ildən bir nəzərdən keçirilir, daha da təkmilləşdirilir.

“Marketinq” ixtisası üzrə bakalavriat səviyyəsi üzrə təhsil proqramının yerinə yetirilməsinin müddəti aşağıdakı kimi nəzərdə tutula bilər:

- Bakalavriat səviyyəsi üzrə təhsil proqramını mənimsəmək üçün ayrılan ümumi həftələr - 198
- Nəzəri təlim, o cümlədən, təcrübələr (14həftə) üçün ayrılan həftələr - 154
- Tətillər üçün ayrılan həftələr - 38
- Yekun attestasiyaya ayrılan həftələr - 6

### **2.3. İllik iş qrafiki**

Tədris fəaliyyəti “Tədris prosesinin iş qrafiki”nə uyğun olaraq ciddi şəkildə aparılır. “Marketinq” ixtisası üzrə əyani təhsil alan tələbələr üçün təqvim- tədris planı 4 il ərzində nəzəri hazırlıq, imtahan, tətillər, təcrübə, yekun attestasiyaya hazırlıq və Yekun Dövlət Attestasiyasının keçirilməsinin ardıcılığını əks etdirir.

### **3. RESURS TƏMİNATI**

#### **3.1. Kadr təminatı**

" Marketing" ixtisası üzrə kadr hazırlığı müvafiq tədris planında əks etdirilən fənlərin tədrisi ilə həyata keçirilir. Dövlət Təhsil Standartlarının tələblərinə uyğun olaraq mütəxəssis hazırlığı, bir qayda olaraq, tədris olunan fənlərin profilinə uyğun və ya elmi-metodiki fəaliyyətlə mütəmadi məşğul olan pedaqoji heyət tərəfindən təmin edilməlidir;

Fənləri tədris edən müəllimlərinin müvafiq peşə sahəsində elmi dərəcəsi və ya təcrübəsi olmalıdır.

#### **3.2. Tədris-metodik və informasiya dəstəyi**

Mütəxəssis hazırlığı üçün təhsil proqramının icrası təhsil proqramının fənlərinin tam siyahısının məzmununa uyğun tədris vəsaitlərinin, kitabxana fondlarının və digər məlumat bazalarının mövcudluğu ilə təmin edilməlidir.

Bütün fənlər üçün – mühazirə, seminarlar, laboratoriya işləri, təcrübələr, eləcə də əyani vəsaitlər, audio, video və multimedia materialları təmin edilməlidir.

Mütəxəssis hazırlığını yerinə yetirmək üçün Proqramlarda məcburi olaraq tövsiyə olunan tədris ədəbiyyatları təmin edilməlidir.

Tədris-informasiya mənbələri müasirliyin tələblərinə cavab verməlidir. Təhsil prosesində peşə yönümlü jurnalların və digər dövri nəşrlərin materiallarından istifadə edilməlidir.

#### **3.3. Maddi-texniki təchizat**

Universitetin daxili keyfiyyət təminatı siyasətinə və müvafiq standartlara uyğun olaraq təhsilənlərin təhsil mühitini zənginləşdirmək üçün təhsil resurslarının olması, təkmil informasiya texnologiyalarının, müasir kitabxananın, məişət, tibb xidməti strukturlarının və digər resursların mövcudluğu vacibdir. Bu resursların beynəlxalq standartlar səviyyəsinə çatdırılması daxili keyfiyyət təminatı siyasətinin tərkib hissəsidir.

Universitet müvafiq ixtisaslar üzrə mütəxəssis hazırlığı üçün maddi-texniki bazanın tərkibi kimi müasir kompüter avadanlığı və proqram təminatına sahib olmalıdır.

Tədris prosesinin kompüterləşdirilməsi, yerli şəbəkəyə qoşulması, internetə çıxışı olan və tətbiqi proqram paketləri ilə təchiz olunmuş kompüter auditoriyaları tərəfindən təmin edilir.

Laboratoriya məşğələləri aparmaq üçün hər bir fənn üçün zəruri proqram təminatı quraşdırılmış, şəbəkəyə qoşulmuş ən azı 12 kompüterdən ibarət kompüter otaqları mövcud olmalıdır.

Universitet sanitariya-gigiyena tələblərinə cavab verməlidir.

### **3.4. Tələbələrin elmi-tədqiqat işinin təşkili xüsusiyyətləri**

Tələbələrin tədqiqat işləri vahid tədris prosesinin tərkib hissəsi kimi ixtisaslı mütəxəssislərin hazırlanmasının ayrılmaz hissəsidir: Tələbələrin elmi-tədqiqat işinin tətbiqi tədris, elmi və praktiki fəaliyyətin məcmusunu əks etdirir.

Tələbələrin tədqiqat işləri tədris planına uyğun olaraq tələbələr tərəfindən tədris prosesində və auditoriyadankənar peşə və yaradıcılıq fəaliyyətinin əsaslarını, tədqiqatçılıq texnikasını və bacarıqlarını inkişaf etdirmək yolu ilə mütəxəssislərin hazırlıq səviyyəsini artırmaq məqsədi ilə təşkil edilir.

Tələbələrin tədqiqatçılıq fəaliyyətinin inkişafı sayəsində aşağıdakı nəticələrin əldə edilməsinə nail olunmalıdır:

1) öyrənilən fənlərin nəzəri əsasları sahəsində tələbələrin biliklərini genişləndirmək və dərinləşdirmək, müstəqil tədqiqat fəaliyyətinin müəyyən praktik bacarıqlarını əldə etmək və inkişaf etdirmək;

2) elm və təcrübənin qarşıya qoyduğu aktual problemləri həll etmək üçün tələbələrin iştirakı ilə elmi tədqiqatlar aparmaq;

3) öz elmi tədqiqatlarının nəticələrini (hesabatlar, tezislər, məruzələr və s.) əsaslandırmaq və təqdim etmə bacarıqlarını inkişaf etdirmək;

4) elmi-tədqiqat işləri zamanı yeni informasiya texnologiyalarını geniş tətbiq etmək, informasiya və proqram təminatını dəstəkləmək bacarıqlarına malik olmaq;

5) iqtisadi inkişafın yeni şəraitində fərdi düşüncə sistemlərini formalaşdırmaq və fərdi işləmək bacarığına malik olmaq.

## **4. TƏDRİSDƏ KEYFİYYƏT TƏMİNATI**

### **4.1. Tədrisdə keyfiyyət təminatı siyasəti**

Bakı Biznes Universitetinin keyfiyyət təminatı siyasətinin əhatə dairəsi ixtisaslar üzrə təhsil proqramlarının hazırlanmasını, təhsil proqramlarının optimallığının, mobilliyinin təmin olunmasını, biliyin təkmil beynəlxalq standartlara uyğunluğunun qiymətləndirilməsini, tələbəyönümlü təhsilin tətbiqini özündə əks etdirir.

İxtisas üzrə tədris-metodik vəsaitlər keyfiyyət təminatının standartlarına uyğunlaşdırılmalıdır. Tələbəyönümlü təhsil, tədris və qiymətləndirmə sisteminin tətbiqi tələbələrin tədris prosesində daha fəal iştirakına şərait yaradır, onların motivasiyasının yüksəldilməsinə xidmət edir, onlarda özünütəhlil, müstəqil düşüncə qabiliyyətini formalaşdırır, mövcud vəziyyəti təhlil edib qiymətləndirmək qabiliyyətini aşılayır.

Ona görə də daxili keyfiyyət təminatında professor-müəllim heyətinin peşəkarlığının yüksəldilməsi, müasir bilik, bacarıq və vərdislərə yiyələnməklə yanaşı, öyrətmə metodologiyasının daim təkmilləşdirilməsinə ehtiyac vardır. Bu səbədən professor-müəllim heyətinin mütəmadi, ardıcıl və sistemli şəkildə peşə ixtisaslarının artırılması siyasəti qurulmalıdır.

Bakı Biznes Universitetinin fəaliyyəti ilə bağlı olan bütün proqramlar və layihələrin icrasının səmərəli təşkil edilməsi, bütün maraqlı tərəflərin şəffaf, dəqiq və dürüst məlumatlarla təmin edilməsi üçün açıq informasiya sisteminin mövcudluğu inkaredilməzdir. Daxili keyfiyyət təminatının yüksək səviyyədə həyata keçirilməsi və informasiyaların idarə edilməsi üçün Universitetin bütün struktur vahidlərinin fəaliyyətlərinin mütəmadi olaraq qiymətləndirilməsi olduqca böyük əhəmiyyət kəsb edir.

### **4.2. Tədrisdə Keyfiyyət Qiymətləndirilməsi Sistemi**

Təlimin keyfiyyət təminatı sistemində mütəxəssis hazırlığı prosesində təlim keyfiyyətinin monitorinqi, məzunların peşə fəaliyyətinin nəticələrinin izlənməsi daxildir.



Tələbə hazırlığının təlim keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi aşağıdakı sxemə əsasən aparılır:

- cari və aralıq qiymətləndirmə
- təcrübələrin nəticələrinin attestasiyası
- yekun dövlət attestasiyası.

### **4.3. Keyfiyyətin xarici qiymətləndirmə sistemi**

“Marketing” ixtisasının həyata keçirilmə keyfiyyətinin xarici qiymətləndirilməsi məzunların çalışdığı sahədə peşə - karyera uğurları ilə məmnunluğunu, işəgötürənlərin mütəxəssislərin peşə və şəxsi keyfiyyətlərindən məmnunluğunu təmin etmək məqsədi ilə təşkil edilir.

Bu istiqamətdə məzunlar və işəgötürənlərlə iş aşağıdakılar vasitəsilə həyata keçirilir:

- tələbələrin təcrübə yerlərindən işəgötürənlərdən rəy almaq;
- məzunların və işəgötürənlərin sorğularının aparılması;
- "tələbə-müəllim-işəgötürənlər" dəyirmi masalarının təşkili.

Məzunların təlim keyfiyyətinin monitorinqi və mütəxəssis hazırlığı keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün tövsiyələrin hazırlanması işəgötürənləri sorğusual etməklə həyata keçirilir. Anketdə gənc mütəxəssisin təlim keyfiyyəti, peşəkar və işgüzar keyfiyyətləri barədə rəylər əks etdirilir.