

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ BİZNES UNİVERSİTETİ**

**Bakı Biznes Universitetinin Elmi
Şurasının _____ 2020-ci
il tarixli qərarı ilə təsdiq edilmişdir.**

**BAKALAVRİAT SƏVİYYƏSİNİN MARKETİNG İXTİSASI ÜZRƏ
T Ə H S İ L P R O Q R A M I**

İxtisasın (proqramın) şifri və adı: 050407 – Marketing

BAKİ - 2020

BAKALAVRIAT SƏVİYYƏSİNİN 050407 - MARKETING İXTİSASI ÜZRƏ TƏHSİL PROQRAMI

1. Ümumi müddəalar

- 1.1. Bakalavriat səviyyəsinin **“050407 -Marketing”** ixtisası üzrə Təhsil Proqramı (bundan sonra ixtisas üzrə Təhsil Proqramı) “Təhsil haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa, Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarlarına, eləcə də “Ali təhsilin bakalavriat (əsas (baza ali) tibb təhsili) səviyyəsi üzrə ixtisasların (proqramların) Təsnifatı”na uyğun və Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyinin 09.07.2020-ci il tarixli F-343-saylı qərarı ilə təsdiq edilmiş 050407 “Marketing” ixtisasının Təhsil Proqramını əsasında hazırlanmışdır.
- 1.2. Təhsil Proqramının məqsədləri aşağıdakılardır.
 - İxtisas üzrə məzunun kompetensiyalarını, ixtisasın çərçivəsini, fənlər üzrə təlim və öyrənmə metodlarını, qiymətləndirmə üsullarını, təlim nəticələrini, kadr hazırlığı aparmaq üçün infrastruktura və kadr potensialına olan tələbləri, tələbənin təcrübə keçmə, işə düzəlmə və təhsilini artırma imkanlarını müəyyənləşdirir.
 - Tələbələrə və işəgötürənləri məzunların əldə etdiyi bilik və bacarıqlar, eləcə də təlim nəticələri bərdə məlumatlandırmaq.
 - Təhsil Proqramı üzrə kadr hazırlığının bu proqrama uyğunluğunun qiymətləndirilməsi zamanı bu prosesə cəlb olunan ekspertləri məlumatlandırmaq.
 - Sahibkarlıq subyektlərində marketing tədqiqatlarının həyata keçirilməsinə dair bacarıqlar aşılamaq.
 - Marketing kommunikasiya sisteminin formalaşdırılması, ondan səmərəli istifadə etmək və müəyyən etməyi öyrətmək.
 - Reklam fəaliyyətinin, bazarlarda təşfiqat işlərinin həyata keçirilməsinə dair bacarıqlar aşılamaq.
 - Satış fəaliyyətinin, onun müxtəlif səviyyələrdə təşkili və idarə edilməsi məsələlərini öyrətmək.
- 1.3. 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.
- 1.4. Peşə fəaliyyətinin obyektləri. Mütəxəssisin peşə fəaliyyətinin obyektləri aşağıdakılardır:
 - İcra 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, anti-böhran 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.
- 1.5. Proqram **“050407 - Marketing”** ixtisası üzrə bakalavr hazırlığının həyata keçirilməsi üçün məcburidir.
- 1.6. Tələbənin 5 (beş) günlük iş rejimində həftəlik auditoriya və auditoriyadankənar ümumi yükünün həcmi 45 saatdır (xüsusi təyinatlı ali təhsil müəssisələri istisna olmaqla). Həftəlik

auditoriya saatlarının həcmi ümumi həftəlik yükün 50%-dən çox olmamalıdır. İxtisasın xüsusiyyətindən asılı olaraq həftəlik yükün həcmi dəyişdirilə bilər.

2. Məzunun kompetensiyaları

2.1. Təhsil proqramının sonunda məzun "Marketinq" ixtisası üzrə aşağıdakı kompetensiyalara yiyələnəməlidir.

MARKETİNG İXTİSASI ÜZRƏ ÜMUMİ KOMPETENSİYALARIN STRUKTURU			
ÜK	Kompetensiya sistemi	Kompetensiyalar	Fənn
İÜK1	Ana dilində və bir xarici dildə (xüsusilə ingilis dilində) peşəkar səviyyədə yazılı və şifahi danışmaq, ünsiyyət qurmaq və rəsmi yazışmalar aparmaq kompetensiyaları.	1. İxtisas üzrə azərbaycan dilində şifahi və yazılı kommunikasiya bacarığına: (ÜK-1) 2. İxtisas üzrə ən azı 1 xarici dildə kommunikasiya bacarığına: (ÜK-2)	1. Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya. 2. Xarici dildə işgüzar və akademik kommunikasiya.
İÜK2	Müstəqil düşünmə, məntiqi yanaşma və optimal qərar qəbul etmə kompetensiyaları.	1. Azərbaycan dövlətçiliyinin tarixi, hüquqi, siyasi, mədəni, ideoloji əsasları və müasir dünyadakı yeri və roluna dair sistemli və hərtərəfli biliklərə, milli dövlətimizin perspektiv inkişafını proqnozlaşdırma qabiliyyətlərinə: (ÜK-3) 2. Milli dövlətimizin qarşılaşdığı təhdidləri və çağırışları müəyyən etmə bacarıqlarına: (ÜK-4)	1. Azərbaycan tarixi. 2. HF-B04.1 3. Mülki müdafiyyə. 4. İPFS-B05.
İÜK3	İnformasiya texnologiyalarından səmərəli istifadə kompetensiyası.	1. İş yerində informasiya texnologiyalarında istifadə etmək qabiliyyətinə: (ÜK-5)	1. İKT–baza komp. bilikləri. 2. HF-B04.2
İÜK4	Sistemli düşüncə kompetensiyası.	1. Mürəkkəb sistemləri təhlil etmək, əlaqələr aşkarlayıb dərk etmək, müxtəlif sahələrdə və fərqli səviyyələrdə sistemlər arasında əlaqə prinsiplərini dərk etmək, qeyri-müəyyən şəraitdə fəaliyyət göstərmək: (ÜK-13) 2. Peşəkar məqsədlər üçün müvafiq məlumatı təhlil etmək, ümumiləşdirmək və tətbiq etmək bacarıqlarına: (ÜK-9)	1. Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika. 2. Statistika. 3. Mikroiktisadiyyat. 4. Makroiqtisadiyyat. 5. Ekonometrika.
İÜK5	Proqnostik kompetensiyası.	1. Gələcəyin (mümkün, ehtimal edilən və arzu olunan) fərqli variantlarını dərk etmək və qiymətləndirmək qabiliyyəti, gələcək haqqında aydın fikir formalaşdırmaq, fəaliyyətin mümkün nəticələrini qiymətləndirmək, risk və baş verən dəyişiklikləri nəzərə almaq: (ÜK-14)	1. Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika. 2. Menecment.

İÜK6	Strateji baxış kompetensiyası.	1.Yerli və daha yüksək səviyyələrdə davamlılığın təmini və yüksəldilməsinə yönəldilmiş novator qərarların kollektiv işlənməsi və gerçəkləşdirilməsi bacarığı: (ÜK-15) 2.Yeni şəraitə uyğunlaşmaq, təşəbbüs irəli sürmək qabiliyyətinə və uğur qazanmaq iradəsinə: (ÜK-7)	1. Menecment. 2. Mikroiqtsadiyyat. 3. Makroiqtisadiyyat.
İÜK7	Kollektiv iş mühitinə uyğunlaşma və komandada işləmək, vaxtı idarə etmə kompetensiyaları.	1. Başqalarından öyrənmək, digərlərinin tələbatlarını, fikirlərini və hərəkətlərini anlamaq (empathiya) qrupda yaranan konfliktləri həll etmək, problemlərin həllinə yönəlik kollektiv və çoxtərəfli əməkdaşlıqda iştirak: (ÜK-16) 2. Komandada iş, problemin həllinə ortaq yanaşmaya nail olmaq qabiliyyətinə: (ÜK-6)	1. Menecment. 2. İPFS-B07
İÜK8	Kritik düşüncə kompetensiyası.	1. Qəbul edilmiş norma, yanaşma və fikirləri təhlil etmək, öz baxışlarını və fəaliyyətini kritik qiymətləndirmək, davamlı inkişaf məsələləri ilə bağlı diskussiyalarda öz mövqeyini müdafiə etmək: (ÜK-17)	1.HF-B04.1
İÜK9	Özünüdərkətmə, təşəbbüskarlıq və liderlik kompetensiyaları.	1. Cəmiyyətdə öz rolunu kritik qiymətləndirmək: (ÜK-18) 2. Peşəkar fəaliyyətini planlaşdırmaq və təşkil etmək, gələcək təhsilini və mövcud bacarıqlarını təkmilləşdirmək, vaxtı idarə etmək və tapşırıqları vaxtında tamamlamaq qabiliyyətinə: (ÜK-10) 3. Bilik və bacarıqlarını inkişaf etdirmək məqsədilə vəziyyəti və özünü yenidən qiymətləndirmək və özünütənqid bacarığına: (ÜK-12) 4. Fəaliyyətində sosial və ekoloji məsuliyyətə, eləcə də vətəndaş şüuru və etik yanaşmaya, həmçinin keyfiyyətə üstünlük vermək bacarığına: (ÜK-11)	1. İPFS-B03 2. HF-B04.1 3. İPFS-B07
İÜK10	Problemin kompleks həlli kompetensiyası.	1. Mürəkkəb problemlərin həlli məqsədilə problemə yönəlik fərqli yanaşmalardan istifadə bacarığı, sadalanan kompetensiyalar əsasında kompleks və ədalətli qərarların qəbulu: (ÜK-19) 2. Məsələlərin həlli üçün əlavə məlumat resurslarını müəyyən etmək və seçə bilmək qabiliyyətinə: (ÜK-8)	1.Xətti cəbr və riyazi analiz.

ÜK 11	Multikultural yanaşma və açıqlıq kompetensiyası.	1. Fərqli baxış və yanaşmaların dərk edilməsi və kompleks təhlili, geniş integrasiya və dünyada artan müxtəlifliyin fərqli perspektivlərinin ümumiləşdirilməsi: (ÜK-20)	1.HF-B04.1
İÜK12	Sahələrarası kommunika-siya kompetensiyası.	1. Sahələrarası yanaşmaların forma-laşdırılması və qərarların qəbulu bacarığı: (ÜK-21)	1. Mikroiqtisadiyyat. 2.Makroiqtisadiyyat. 3. İKT. 4. Statistika.

2.2. Təhsil proqramının sonunda məzun “Marketinq” ixtisası üzrə aşağıdakı kompetensiyalara yiyələnmişdir.

MARKETİNG İXTİSASI ÜZRƏ PEŞƏ KOMPETENSİYALARIN STRUKTURU			
PK	Peşə kompetensiya sistemləri	Peşə kompetensiyası	Məcburi fənn bloku
1	İqtisadi təfəkkür və iqtisadi düşünmə qabiliyyəti.	1. İqtisadi nəzəriyyənin əsaslarını, müəssisə və fərd səviyyəsindəki davranışları, əsas sosial-iqtisadi göstəriciləri, problemləri və prosesləri bilmək; (PK-1) 2. Fərqli rəqəbat sistemlərindəki bazarların xüsusiyyətlərini, müxtəlif bazar tiplərində firmaların fəaliyyət mexanizmini, qarşılıqlı əlaqələrin fərqli senarilərini bilmək; (PK-2) 3. Makroiqtisadi terminologiyayı tam şəkildə mənimsəmək, açıq iqtisadiyyatı təhlil edə bilmək və nəzəri modelərdən istifadə etməklə təkliflər irəli sürməyi bacarmaq; (PK-3) 4. İqtisadiyyatı regional və sektorial olaraq təhlil etməyi bacarmaq, kənd təsərrüfatı, sənaye və xidmət sektorunun iqtisadi inkişafdakı rolunu və əhəmiyyətini bilmək, sahə üzrə yeni konseptləri şərh edə bilmək; (PK-11) 5. Milli iqtisadiyyatın makroiqtisadi mənzərəsini, sosial-iqtisadi göstəricilərin dinamikasını; iqtisadi siyasətin əsas konturlarını bilmək, sektorial təhlil aparmağı bacarmaq; (PK-12)	1.İqtisadiyyata giriş. 2.Mikroiqtisadiyyat. 3.Maktoiqtisadiyyat. 4. Marketinq. 5. İPFS-B11
2	Ümumi riyazi biliklərdən peşəkar fəaliyyətdə istifadə bacarıqları.	1. Riyazi üsullar, kəmiyyət və hesablama metodları üzrə bacarıqlara malik olmaq və bu üsul və metodlardan istifadə etməklə optimal qərarlar verə bilmək; (PK-4)	1.Xətti cəbr və riyazi analiz. 2.Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika.

3	İxtisaslaşdırılmış proqram tının tətbiqi bacarığı.	1. İşində ümumi porifilli və ixtisaslaşdırılmış proqram təminatından (Excel, Word, Power Point, Photoshop və ya analitik proqramlardan hər hansı biri ilə (SPSS, Stata, Python kimi proqramlarla) işləmək, sadə analizləri eməyi bacarmaq; (PK-5)	1. HF-B04.2
4	Statistik və ekonometrik metodologiyayı tətbiq etmək bacarıqları.	1. İqtisadi məlumatların təhlili və sistemləşdirilməsi üçün statistik biliklərə sahib olmaq, kəmiyyət və keyfiyyət məlumatlarını toplamaq, təhlil etmək və proqnozlaşdırmanı bacarmaq; (PK-6) 2. İqtisadi məsələlərin empirik tədqiqində ortaya çıxan problemləri həll etmək üçün ekonometrik metodologiyayı öyrənmək və tətbiq edə bilmək; (PK-7)	1. Statistika. 2. Ekonometrika.
5	İdarəetmə bacarıqları.	1. İdarəetmədəki və təşkilatdakı mövcud problemləri qavrama və həlli yollarını təklif etmək ilə bağlı biliklərə sahib olmaq; (PK-14) 3. Biznesin idarə edilməsi üzrə müvafiq fəaliyyət və metodları təklif etmək və planlaşdırmaq, onların qısa və uzunmüddətli nəticələrini təhlil etmə bacarığına sahib olmaq; (PK-15) 4. Müəssisədə hər kəsin yaradıcı təşəbbüslərindən istifadə etməklə, onlardan yararlanmaq qabiliyyətinə malik olmaq; (PK-35)	1. Menecment. 2. İPFS-B07. 3. İPFS-B08 4. İPFS-B09.

6	İxtisasla bağlı bazabiliklərə malik olmaq və onları tətbiq etmək kompetensiyaları.	1. İdarəetmə və təşkilatla bağlı baza biliklərə yiyələnmək, ixtisas üzrə məlumatları analitik və sisteməlik şəkildə təhlil edə bilmək; (PK-8) 2. Marketing fəaliyyətinin elmi-nəzəri və konseptual əsaslarına dair baza biliklərinə sahib olmaq; (PK-13) 3. İxtisasla bağlı anlayış və terminlərin mənasını bilmək və tətbiq etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-19) 4. Marketing sahəsi üzrə biliklərin praktik məsələlərin həllində tətbiq etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-23) 5. İqtisadiyyat və sosial elmlərdə tətbiq edilən ehtimal nəzəriyyəsi, statistik tətbiq və məlumatların təhlili ilə əlaqəli tapşırıqları həll edə bilmək üçün zəruri biliklərə sahib olmaq; (PK-20) 6. Maliyyənin elmi-nəzəri və konseptual əsaslarına dair baza biliklərə sahib olmaq; (PK-10) 7. Mühəsibətin elmi-nəzəri və konseptual əsaslarına dair baza biliklərə sahib olmaq; (PK-9)	1. İPFS-B08. 2. Marketing tədqiqatları. 3. Ehtimal nəzəriyyəsi. 4. Statistika. 5. İPFS-B01 6. İPFS-B04
7	Mühit amillərini təhlil etmək, proqnozlaşdırmaq, riskləri qiymətləndirmək kompetensiyaları.	1. Marketing sferasında baş verən dəyişikləri bilmək və onları mənimsəmək xüsusiyyətlərinə sahib olmaq; (PK-24) 2. Bazar mühitini fəsiləsiz izləməklə həmin mühitdə özünü göstərən marketing imkanlarını və problemləri aşkara çıxarmaq qabiliyyətinə sahib olmaq; (PK-26) 3. Marketing sahəsində taktiki və strateji xarakterli qərarlar qəbul etmək bacarığına yiyələnmək; (PK-33) 4. Mürəkkəb marketing mühitində müəssəsinin və onun əsas rəqiblərinin inkişafının və həmçinin bazarın parametrlərini proqnozlaşdırmaq qabiliyyətinə malik olmaq; (PK-37) 5. Müəssisə ilə müxtəlif ünsiyyət dairələri arasında meydana çıxacaq münəfişəli məqamları aradan qaldırmaq və yaxud həll etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-38)	1. Marketing. 2. Strateji marketing. 3. Satışın idarə edilməsi. 4. İPFS-B09. 5. İPFS-B10.

8	Marketing tədqiqatlarını aparmaq kompetensiyaları.	1. Marketing təhlilinin və tədqiqatın aparılmasının elmi-metodik əsaslarını bilmək; (PK-21) 2. Marketing təhlilinin və tədqiqatlarının nəticələrini təhlil etmək və hesabat tərtib etmək bacarığına malik olmaq; (PK-28) 3. Bazar araşdırması və bazar araşdırması üzrə tətbiq olunacaq metodologiyaları və tətbiq qaydalarını mənimsəmək; (PK-42)	1.Strateji marketing. 2. Marketing tədqiqatları. 3. İPFS-B08. 4. İPFS-B10.
9	Marketingdə informasiya texnologiyalarından səmərəli istifadə etmək kompetensiyaları.	1. Müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bazara dair geniş spektrli informasiyaları əldə etmək və onların sistemləşdirilməsini bacarmaq; (PK-29) 2. Marketing informasiya sistemi ilə interaktiv işləmək bacarığına malik olmaq; (PK-30) 3. Kreativ düşüncə tərzində əsasən müştərilərin ehtiyac və tələbatlarının daha yüksək səviyyədə və yeni texnologiya istifadə etməklə ödənilməsini bacarmaq; (PK-22) 4. Rəqəmsal marketing və onun effektiv istifadəsi üçün mövcud dünya praktikasına uyğun biliklərə sahib olmaq; (PK-43)	1.Marketing tədqiqatları. 2. Rəqəmsal marketing. 3. HF-B04.2 4. İPFS-B09. 5. İPFS-B06.
10	Marketingi idarə etmə kompetensiyaları.	1. Marketing büdcəsindəki məhdud vəsaitlərdən istifadə etməklə müəssisənin qarşısında duran məqsədlərə mümkün qədər az xərclərlə nail olmaq bacarığına yiyələnmək; (PK-31) 2. Müəssisədə marketing xidmətinin başqa struktur bölmələri ilə qarşılıqlı əlaqəsini təmin etmək bacarığına malik olmaq; (PK-32). 3. Müxtəlif xidmət sahələrində səmərəli marketing qərarları qəbul etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-36) 3. Marketingdən bir vasitə kimi istifadə etməklə müəssisənin rəqabət üstünlüyünün təmin edilməsi və ona nail olma qabiliyyətinə malik olmaq; (PK-27)	1.Strateji marketing. 2.Marketing. 3.Marketing tədqiqatları. 4. İPFS-B05 5. İPFS-B10.

11	Marketing kommunikasiya sistemində istehlakçıların tələbatlarını müəyyən etmək kompetensiyaları.	1. Marketing alətlərini əlaqələndirməklə yerli və beynəlxalq müştərilərin ehtiyac və tələbatlarının dolğun ödənilməsi istiqamətində bacarıqlara sahib olmaq; (PK-25) 2. İnteqrasişdırılmış marketing kommunikasiya sisteminin formalaşdırılması qabiliyyətinə sahib olmaq; (PK-34) 3.İstehlakçılarla səmərəli əlaqələrin qurulması və qorunub saxlanılması üçün elmi düşüncə tərzinə və məharətə malik olma qabiliyyətinə sahib olmaq; (PK-39)	1. Reklam işi. 2.Satışın idarə edilməsi. 3.İstehlakçı davranışı. 4.Pərakəndə ticarət marketingi. 5. İPFS-B09.
12	Strateji hədəfləri və onlara nail olmaq yollarını müəyyən etmək kompetensiyaları.	1. Şirkətin brend strategiyasını işləyib hazırlamağı və brend-menejmentin texnologiyalarından istifadə etməyi bacarmaq; (PK-40) 2. Müəssisəyə uyğun korporativ marketing siyasətinin aparılması üçün şirkət mədəniyyəti və korporativ mühitlə bağlı biliklərə sahib olmaq; (PK-41)	1.Strateji marketing. 2.İstehlakçı davranışı.

TƏCRÜBƏ			
13	Nəzəri biliklərin təcrübədə tətbiqi bacarıqları.	Karyera barədə ilkin anlayışları, karyera inkişaf fəaliyyətlərini, iş müsahibəsinə hazırlıq prosedurlarını və müsahibə texnikalarını bilmək, karyera yol xəritəsinin tərtib olunmasını və texnikaları, iradə, motivasiya və pozitiv düşüncə, işgüzar etika, iş axtarma strategiyaları, eləcə də iş üçün müraciət qaydalarını, peşəkar CV, rezume, istək və tövsiyə məktublarının hazırlanmasını, iş müsahibəsinə hazırlıq prosedurlarını və müsahibə texnikalarını bacarmaq; (PK-16)	Karyera planlaması. İPFS-B03.
14		Marketoloqların fəaliyyətinin icrasının gündəlik və ya həftəlik fərdi iş planını qurmaq, vaxtın effektiv idarə edilməsini bilmək, məqsədlərin qoyuluşu və nail olunması ilə əlaqədar taktikaları müəyyən etmək, stres menecmentini, kreativ, tənqidi və analitik düşüncə formalarını bilmək, marketing sahəsində problem həll etmə və qərarvermə texnikalarına, nəqliyyat bacarıqlarına sahib olmaq, bədən dili və doğru təqdimat qaydalarını, eləcə də komanda işinin qurulmasını bilmək və liderlik prinsiplərinə yiyələnmək, hədəf bazarlarını müəyyən etmək, marketing araşdırmalarını və təhlillərini aparmaq bacarıqlarına sahib olmaq; (PK-17)	Yumuşaq bacarıqlar. (Soft skills) Marketing tədqiqatları İPFS-B08.
15		Marketing kommunikasiya sistemini formalaşdırmaq və onu real satışa çevirmək, marketing layihələrini idarə etmək sahəsində bacarıqlara yiyələnmək, rəqəmsal texnologiyaya və iş təcrübəsinə sahib olmaqla marketing tədqiqatlarının aparılmasına və satışın idarə edilməsinə dair (1C müəssisə, SPSS, Stata, Python kimi proqramlarla) proqram təminatlarından istifadəni bacarmaq, şəxsi brendi qurmağı bacarmaq; (PK-18)	Sərt bacarıqlar. (Hardskills) HF-B04.2 Rəqəmsal marketing İPFS-B02.

3. Təhsil Proqramının strukturu

3. Təhsil proqramının strukturu.

3.1. **"050407 - Marketing"** ixtisası üzrə Təhsil Proqramı 240 (4 il) AKTS kreditindən ibarətdir. Kreditlər aşağıdakı şəkildə bölüşdürülür:

Fənlərin sayı	Fənnin adı	AKTS krediti
	Ümumi fənlər	30
1.	Azərbaycan tarixi Bu fənn ən qədim dövrlərdən başlayaraq müasir dövrədək Azərbaycan xalqının keçdiyi tarixi inkişaf yolunun mərhələlərini ardıcılıqla öyrənir. Tələbələrımızdə vətənpərvərlikhissini aşılamaq üçün bütün tarixi mərhələlərdə yaranmış dövlətlərin siyasi tarixi, ayrı-ayrı şəxsiyyətlərin qəhrəmanlıq nümunələri tarixi faktlar əsasında şərh olunur. Tarixi keçmişimizdən yararlanmaqla yanaşı əsas məqsəd tələbələrdə geniş dünyagörüşünün, vətən sevgisinin, tarixi hadisələri analitik təhlil etmə qabiliyyətinin və hadisələrdən, siyasi proseslərdən düzgün nəticə çıxarmaq qabiliyyətini formalaşdırmaqdan ibarətdir.	5
2.	Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya Bu fənn çərçivəsində tələbələrə Azərbaycan dilində təqdimat etmək, nətiqlik, akademik və işgüzar yazı bacarıqlarının aşılmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir.	4
3.	Xarici dildə işgüzar və akademik kommunikasiya Bu fənn çərçivəsində tələbələrə ixtisası üzrə xarici dillərdən birində təqdimat etmək, nətiqlik, akademik və işgüzar yazı, şifahi və yazılı bacarıqların aşılmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir.	15
4.	Seçmə fənlər. (Universitet tərəfindən müəyyən edilir. İxtisasın spesifikasiyasından asılı olaraq seçmə fənlərə əlavə edilə bilər.)	6
4.1	Fəlsəfə Sosiologiya Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası və hüququn əsasları Məntiq Etika Multikulturalizmə giriş	3
4.2	İnformasiya texnologiyaları (ixtisas üzrə) İnformasiyanın idarə edilməsi Sahibkarlığın əsasları və biznesə giriş Politoloqiya	3
	İxtisas fənləri	120
5.	İqtisadiyyata giriş Bu fənnə mühüm iqtisadi anlayışlar izah edilir, bazar iqtisadiyyatının ümumi xarakteristikası verilir və məhdud iqtisadi ehtiyatların səmərəli istifadə olunmasında bazar mexanizminin rolu müəyyənləşdirilir. İqtisadi subyektlərin qərar qəbul etməsini şərtləndirən prinsiplər açıqlanır.	6
6.	Mikroiqtisadiyyat İqtisad subyektlərin mənfəəti və faydasının maksimumlaşdırmaq baxımından davranışlarını öyrənir müvafiq bazar rəqabəti modellərindən ev təsərrüfatları və firmaların qəbul etdikləri qərarları şərtləndirən amilləri təhlil edilir, iqtisadi ehtiyatların səmərəli istifadəsində bazar mexanizminin üstünlükləri və çatışmazlıqları göstərilir.	10

7.	Makroiqtisadiyyat İqtisadi ehtiyatların bütövlükdə rəşional istifadə edilməsi baxımından ölkədə dayanıqlı iqtisadi artımın və makroiqtisadi sabitliyin təmin edilməsi, iqtisadi ehtiyatların tam və səmərəli istifadə edilməsi, işsizliyin və inflyasiyanın minimumlaşdırılması, xarici iqtisadi əlaqələrin optimallaşdırılmasının nəzəri və praktiki məsələləri təhlil edilir. Problemlərin həll edilməsində dövlətin iqtisadi siyasətinin istiqamətləri göstərilir.	10
8.	Xətti cəbr və riyazi analiz "Xətti cəbr və riyazi analiz" fənni "Xətti cəbr" və "Riyazi analiz" bölmələrindən ibarətdir. "Xətti cəbr" xətti tənliklər, xətti fəza, xətti çevirmə kimi xətti təbiətə malik obyektləri. "Riyazi analiz" isə diferensial, integral hesabının köməkliyi ilə funksiya və dəyişən kəmiyyətləri öyrənir.	8
9.	Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika fənni "Ehtimal nəzəriyyəsi " və "Riyazi statistika" bölmələrindən ibarətdir. "Ehtimal nəzəriyyəsi" təsadüfi hadisələrin baş verməsinin riyazi qanunauyğunluqlarını, "Riyazi statistika" isə statistik qanunauyğunluqların müəyyən edilməsi məqsədi ilə məlumatın yığılmasının, emalının və müşahidələrin nəticələrinin interpretasiyasının riyazi üsullarını öyrənir.	8
10.	İKT - baza kompüter bilikləri Bu fənn iqtisadi yönümdə təhsil alan gələcək mütəxəssislərə müasir informasiya proseslərinin həyata keçirilməsində istifadə olunan üsul və vasitələr haqqında geniş məlumat verir, iqtisadi proseslərin ayrılmaz tərkib hissəsi olan yeni informasiya və İnternet texnologiyaları üzrə müasir bilikləri aşılayır.	8
11.	Statistika Bu fənn keyfiyyətə müəyyən edilmiş kütləvi sosial-iqtisadi hadisə və proseslərin yət tərəfini, onların tərkibini, bölgüsünü, konkret məkan və zaman şəraitində cüt qarşılıqlı asılılıqlarını və qanunauyğunluqlarını öyrənir.	10
12.	Ekonometrika Bu fənn riyazi və statistik metod, modellərdən istifadə edərək iqtisadi obyektlərin və proseslərin spesifik kəmiyyət və keyfiyyət əlaqələrini öyrənir.	10
13.	Menecment Bu fənn menecmentin əsas funksiyalarını, menecerlərin rollarını, təşkilatı luşları və onların hər birinin üstün və mənfi cəhətlərini, liderlik növlərini öyrənir, qruplardakı və komanda dinamikasını, təşkilat mədəniyyətinin müxtəlifliyini tədqiq edir.	7
14.	Marketing Bu fənn sayəsində tələbə marketingin tərfi, marketingə aid ilkin anlayışların formalaşması, marketingin mühiti haqqında biliklərin toplanması ilə yanaşı, bazarın siyasi, bazar bilgi sistemləri, marketing miks haqqında biliklərə və tətbiqlərə yiyələnmək haqqında biliklər əldə edə biləcəkdir. Eyni zamanda, məhsul, məhsulun yaşam əyrisi, brend və brendinq haqqında ilkin anlayışlara sahib olacaq və qiymətləndirmə strategiyalarını müəyyən edə bilməklə yanaşı, qiymət və qiymətin formalaşması ilə bərabər tələbə bölüşdürmə, bölüşdürmə formaları, kanalları, pərakəndə və toptançılar haqqında ilkin anlayışlarda yiyələnməkdir. Tanıtım üçün vacib olan irəlilətmə (Promotion) miks-reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr, satış təşviq, personal satış, birbaşa satış-fəaliyyətləri haqqında nümunələr və hər birinin öyrənilməsi, istehlakçı davranışları, strateji marketing, marketingdə etika, marketingdə müasir yanaşmalar haqqında ilkin məlumatlar qazanacaqdır.	6

15.	İstehlakçı davranışları İstehlakçıların zamanla dəyişən maraq, bəyənmə, istək, ehtiyac anlayışlarının ətraflı öyrənilməsi ilə yanaşı onların qavrama, motivasiya, inanc, tutum və davranışlarının öyrənilməsi metodlarının mənimsənilməsi bu fənn üçün əsas aspektlərdir. İstehlakçı davranışına təsiri olan psixoloji, sosial, mədəni və iqtisadi faktorları yaxından analiz edilməsi ilə yanaşı satın alma prosesinin, bu prosesin mərhələlərinin və eyni zamanda qərar vermə mexanizmlərinin təhlili də bu fənn çərçivəsi vəsində öyrədilir.	6
16.	Marketing tədqiqatları Bu fənn tədqiqat anlayışının və elmi araşdırma fikrinin, fəlsəfəsinin öyrədilməsi, tədqiqat metodlarının (kəmiyyət və keyfiyyət) və hər bir araşdırma texnikasının mənimsənilməsini əhatə edir. Bununla yanaşı, bazar araşdırması, marketing araşdırmalarının aparılması, birinci və ikinci data məlumat toplanması, ədəbiyyatların təhlili də tələbəyə mənimsədilir. Araşdırmada ən çox istifadə edilən metodlardan olan anketin formalaşdırılması, şkalaların və ölçmə məntiqinin öyrədilməsi, sual formalarının təhlili, təsviri analizlərin, etibarlılıq testlərinin, faktor analizlərinin edilməsi və şərh edilməsi, əlaqə korelasiya və reqressiya-təsir testlərinin tətbiqi və şərh edilməsi hədəflənir. Həmçinin, ən azı 1 proqramda (SPSS/R/STATA) data analizi tətbiqinin praktik həyata keçirilməsi və proqramla işləmə bacarığının verilməsi, data vizuallaşdırma ilə analizin anlaşılır formaya salınması.	4
17.	Satışın idarə edilməsi Bu fənn vasitəsilə tələbəyə satışın tərif, marketingdən əsas fərqləndirən xüsusiyyətlər, satış prosesi və mərhələlərin ayrı-ayrı təhlil edilməsi və bu prosesin tətbiqinə nəzarət mexanizmləri ilə yanaşı, satış təxmin metodlarının öyrədilməsi və tətbiq edilməsi, satış gücünün seçilməsi, seçim formalarının təhlili və iş prosesində tətbiq edilməsi, satışda karyera imkanları öyrədilir. Həmçinin, satış texnikaları, satış həmlələri ilə birlikdə satış büdcəsinin formalaşdırılması və büdcənin tətbiqinə nəzarət, ümumi satış prosesinə nəzarət də əldə olunan bacarıqlar sırasındadır.	4
18.	Reklam işi Bir məhsulun tanınması, marketingdə olduqca əhəmiyyətlidir. Məhsul yalnız tanıtma fəaliyyətləri nəticəsində bazarda irəliləyir. Bu baxımdan da bu fənn ilə İrəlilətmə (Promotion) anlayışının izah edilməsi və kommunikasiya anlayışına keçid haqqında biliklərin öyrədilməsi ilə yanaşı kommunikasiya modellərinin (Ümumi. AIDA, NAIDAS və.s) qurulması, formalaşdırılması və fərqlərinin izah edilməsinin öyrədilməsi əsas məqsəd olaraq müəyyən edilmişdir. Eyni zamanda bu fənn, İrəlilətmə alt başlıqlarından biri olaraq nəzərdə tutulan, reklamın tərif, məqsədləri, reklam formaları haqqında baza biliklərin verilməsi, müxtəlif media vasitələri ilə ənənəvi və rəqəmsal reklamların həyata keçirilməsi haqqında bacarıqların qazandırılması, reklamın performansının ölçülməsi və dəyərləndirmə metodları, bu sahəyə aid bir sıra metriklərin istifadəsinə dair bacarıqların əldə edilməsini təmin edir. Əlavə olaraq da, reklama dair büdcələmə prosesinin icrasını ətraflı izah edir.	6

19.	Strateji marketing Bu fənn vasitəsilə strategiya anlayışı ilə yaxın tanışlıq, taktika və əməliyyat anlayışlarından fərqliliyinin izah edilməsi, məram, missiya, hədəf və məqsəd anlayışları ilə yaxından tanışlıq və marketingi bu istiqamətdə yönləndirmə fəaliyyətlərinin öyrədilməsi, marketing mühitinin ətraflı analiz edilməsi ilə yanaşı, firmanın daxili mühitinin, mikro və makro çevrəsinin təhlilinin aparılması, SWOT analizi ilə mövcud vəziyyətin analizinin aparılması, PEST analizi ilə strateji addımların müxtəlif aspektlərdən qiymətləndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Eyni zamanda, BCG, Ansoff matrislərinin analizi və firmanın bu istiqamətdə məhsullarla bağlı qərar vermə metodlarının öyrənilməsi, məhsul həyat əyrisindəki yerinə görə planlamaların edilməsi, məhsul üzrə strateji marketingin qurulması, marketing miksin formalaşdırılması, müasir trendlərə adaptasiyasının qurulması tətbiqi olaraq tələbəyə qazandırılır.	4
20.	Parakəndə ticarət marketingi Bu fənnə, bölüşdürmə anlayışı, bölüşdürmə kanalları və parakəndə mağazalar haqqında ilkin məlumatlar, parakəndə ticarətin kanal içindəki rolunun açıqlanmasıyla birlikdə, parakəndə mağazaların yer seçimi, seçimə təsir edən faktorlar, parakəndə mağaza formaları və klassifikasiyası haqqında biliklər öyrədilir. Parakəndə mağazalarda rəf düzümü haqqında, müxtəlif mağaza içi dizaynı və mağaza atmosferinin təşkili haqqında biliklərin verilməsiylə yanaşı, bu sektordakı karyera imkanlarının təhlili və doğru kadrların seçilməsi metodları da bu dərstdə öyrədilməkdədir. Eyni zamanda, Parakəndə sektorunda kommunikasiya fəaliyyətinin planlanması və tətbiq edilməsi, həmçinin e-parakəndə, parakəndə sektorunda texnologiyanın tətbiqi kimi bacarıqlar, parakəndədə müasir yanaşmalar, etika və sosial məsuliyyət kimi fikirlər də tələbələrə aşılır.	4
21.	Mülki müdafiə Bu fənn çərçivəsində müxtəlif global FH-rın sürətlə artdığı müasir dövrdə insanın ətraf mühitində təhlükəsizliyinə və sağlamlığının qorunmasına yönəldilmiş qaydalar tədris olunur. Bu fənn həmçinin zərərli amillərin aşkara çıxarmasını və eyniləşdir məsini, insanın mühavizəsinin metod və vasitələrini, zərərli və təhlükəli amillərin minimum dərəcəyə qədər azaldılması yollarını, sülh və müharibə dövrü baş verən qəza hallarının, fəlakətlərin nəticələrini aradan qaldırmaq üçün tədbirlərin görülməsi ilə bağlı məsələləri əhatə edir.	3
22.	Rəqəmsal marketing Bu fənn vasitəsilə marketingdə yeni anlayışlar və rəqəmsal marketing haqqında, ənənəvi marketingdən əsas fərqlərinin izah edilməsi, sosial media marketingi, sosial şəbəkələr haqqında informasiyalar və sosial mediada marketing üçün vasitələr haqqında informasiyaların verilməsi, SEO. SEM anlayışları, Google Ads, Goog/e adwords kimi axtarış vasitələrinin və kontent marketing strategiyalarının tətbiqi öyrədilməkdədir. Eyni zamanda, Influencer, Viral marketing, Growthhacking haqqında biliklərin öyrədilməsi və tətbiqi, Mobil marketing, əşyaların interneti və virtual həyat tətbiqləri haqqında informasiyaların ötürülməsi də bu fənn çərçivəsində nəzərdə tutulmaqdadır.	6

Peşə hazırlığının seçmə fənn blokları			60
1.	İPFS –B01	1. Maliyyə uçotu 2. İdarəetmə uçotu 3. Audit 4. Daxili nəzarət və daxili audit 5. Mühəsibat uçotunun beynəlxalq standartları 6. Mühəsibat uçotu və maliyyə nəzarəti	6
2.	İPFS - B02	1. Layihələrin idarə edilməsi 2. Beynəlxalq biznes layihələrinin idarə edilməsi 3. Proseslərin idarə edilməsi 4. Xərclərin idarə edilməsi 5. Məlumat bazası və informasiya menecmenti 6. İdarəetmə bacarıqları	6
3.	İPFS - B03	1. Biznes etikası və sosial məsuliyyət 2. İdarəetmədə ünsiyyət mədəniyyəti 3. İctimaiyyətlə əlaqələr və marketing 4. Müasir idarəetmə yanaşmaları 5. İdarəetmə kommunikasiyaları 6. İdarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi	6
4.	İPFS - B04	1. Maliyyə 2. Fiskal siyasət və dövlət maliyyəsi 3. Pul nəzəriyyəsi və siyasət 4. Korporativ maliyyə 5. Beynəlxalq biznes maliyyəsi 6. Bank işi	6
5.	İPFS - B05	1. İqtisadi hüquq 2. İnzibatı hüquq 3. Biznes hüququ 4. Beynəlxalq iqtisadi hüquq 5. İqtisadiyyatın tənzimlənməsi 6. Beynəlxalq ticarət hüququ	5
6.	İPFS - B06	1. Maliyyə bazarları 2. Nəzəriyyə və təcrübədə fiskal siyasət 3. Beynəlxalq biznes maliyyəsi 4. Maliyyənin əsasları 5. Qloballaşma və qlobal bazarlar 6. Beynəlxalq biznes strategiyası	4
7.	İPFS - B07	1. İnsan resurslarının idarə edilməsi 2. Biznesin idarə edilməsi 3. İnsan resurslarının inkişafı və planlaşdırılması 4. İnsan inkişafının əsasları 5. Təşkilatı davranış 6. Xidmət fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və karyera menecmenti	4
8.	İPFS - B08	1. Biznes fəaliyyətinin təhlili 2. İqtisadi təhlil 3. Maliyyə təhlili 4. İdarəetmə təhlili 5. Biznes analitikası və risklərin idarə edilməsi 6. İqtisadi dinamikanın əsasları	6

9.	İPFS - B09	1. Marketing kommunikasiya sistemi 2. Beynəlxalq nəqliyyat əməliyyatları 3. Təchizat zəncirinin idarəedilməsi 4. Xidmətlərin iqtisadiyyatı 5. Elektron biznes və birbaşa marketing 6. Kommunikasiya əlaqələri	6
10.	İPFS – B10	1. Marketingin idarə edilməsi 2. Aktivlərin qiymətləndirilməsi və idarəedilməsi 3. Xərclərin idarə edilməsi 4. Müasir idarəetmə yanaşmaları 5. İnkişafın idarə edilməsi 6. Pərakəndə və topdan satış	5
11.	İPFS – B11	1. Azərbaycan iqtisadiyyat 2. Beynəlxalq iqtisadiyyat 3. İnkişaf iqtisadiyyatı 4. Xidmətlər iqtisadiyyatı 5. İqtisadiyyat və mühit 6. Ətraf mühitin iqtisadiyyatı	6
Təcrübə			30
1	Karyera planlaması		5
2	Yumşaq bacarıqlar (Soft skills)		9
3	Sərt bacarıqlar (Hard skills)		10
4	İstehsalat təcrübəsi / layihə		6
CƏMİ			240

Qeyd: Bu fənlərin seçilməsində professor-müəllim heyətinin təcrübəsi, tədqiqat infrastruktur, yerli və beynəlxalq iş imkanları nəzərə alınmışdır. Bu fənlər tələbələr üçün seçmə xarakteri daşıyır, eləcə də tələbələrin xarici mübadilə proqramlarında iştirakına şərait yaradır.

4. Tədris və öyrənmə

- 4.1. Tədris və öyrənmə mühiti elə təşkil olunmalıdır ki, tələbələr təhsil proqramında nəzərdə tutulan təlim nəticələrini əldə edə bilsinlər.
- 4.2. Tədris və öyrənmə metodları müvafiq sənədlərdə (məsələn, müəllimin sillabusunda və s.) təsvir edilməli və ictimaiyyətə (məsələn, universitetin veb sahifəsində, proqramın broşurlarında və s.) açıq olmalıdır.
- 4.3. Tədris və öyrənmə metodları innovativ təhsil təcrübələri nəzərə alınaraq davamlı şəkildə nəzərdən keçirilməli və təkmilləşdirilməlidir. Tədris və öyrənmə metodlarının müntəzəm şəkildə təkmilləşdirilməsi universitetin keyfiyyət təminatı sisteminin bir hissəsi olmalıdır.
- 4.4. Təlim prosesində fərqli tədris metodlarından istifadə edilməlidir. Bu metodlar tələbəyönümlü yanaşmanı və tələbələrin təlim prosesindəki fəal rol oynamasını təşviq etməlidir. İstifadə edilə biləcək tədris və öyrənmə metodlarına aşağıdakıları nümunə olaraq göstərmək olar:
 - mühazirə, seminarlar, praktiki tapşırıqlar;
 - təqdimatlar və müzakirələr, debatlar;
 - müstəqil iş/araşdırma (məsələn, praktiki nümunələrlə iş);
 - layihələr;
 - problemlərə əsaslanan tədris;
 - sahə işləri;

- rol oyunları;
- hesabatlar;
- qrup qiymətləndirməsi;
- ekspert metodu;
- video və audio konfrans texnologiyaları;
- video və audio mühazirələr;
- distant təhsil;
- simulyasiyalar;
- və s.

Qeyd: sadalanan metodlar ixtisasın spesifikasiyasından asılı olaraq seçilə və (və ya) dəyişdirilə bilər.

- 4.5. Təhsildə nəzəriyyə və praktiki təlim arasında tarazlıq gözlənilməlidir. Əsas diqqət əmək bazasının dəyişən ehtiyaclarına uyğun olaraq praktiki bacarıqların gücləndirilməsinə yetirilməlidir.
- 4.6. Təhsil proqramı tələbələrin müstəqilliyini dəstəkləməli və ömürboyu təlim konsepsiyasını inkişaf etdirməlidir. Təhsil prosesinin sonunda tələbə hər hansı istiqamətdə müstəqil işləyə bilən və təhsilini ömürboyu davam etdirməyi bacarmalıdır.

5. Qiymətləndirmə

- 5.1. Qiymətləndirmə elə təşkil olunmalıdır ki, tələbələrin gözlənilən təlim nəticələrini əldə etmələri səmərəli şəkildə ölçülə bilinsin. Bu, əldə olunan irəliləyişi monitorinq etməyə, təhsil proqramlarının nəticələrinə hansı dərəcədə nail olunduğunu qiymətləndirməyə, eləcə də tələbələrlə fikir mübadiləsinə şərait yaratmağa və təhsil proqramlarının təkmilləşdirilməsi üçün ilkin şərtlərin formalaşdırılmasına yardım etməlidir.
- 5.2. Qiymətləndirmə üsulları müvafiq sənədlərdə (məsələn, fənn proqramında, sillabusda və s.) təsvir edilməli və hamı üçün açıq olmalıdır (məsələn, universitetin veb sahifəsində, proqramın broşurlarında və s.).
- 5.3. Qiymətləndirmə üsulları innovativ tədris təcrübələri nəzərə alınaraq davamlı şəkildə nəzərdən keçirilməli və təkmilləşdirilməlidir. Qiymətləndirmə üsullarının müntəzəm şəkildə yenilənməsi keyfiyyət təminatı sisteminin bir hissəsi olmalıdır.
- 5.4. Tədris prosesində fərqli qiymətləndirmə üsullarından istifadə edilməlidir. Bu üsullar tələbəyə-nümlü yanaşmanı və tələbələrin təlim prosesindəki fəal rol oynamasını təşviq etməlidir. İstifadə edilə biləcək qiymətləndirmə üsullarına nümunələr:
 - yazılı tapşırıqlar;
 - bilik və bacarıqlara dair testlər, kompyuter əsaslı testlər;
 - şifahi təqdimatlar;
 - sorğular;
 - açıq müzakirələr;
 - praktika hesabatları, sahə işləri hesabatları;
 - praktikada, laboratoriyada müşahidələrə əsasən bacarıqların qiymətləndirilməsi;
 - layihə işlərinə dair hesabatlar;
 - portfolionun qiymətləndirilməsi;
 - frontal sorğu;
 - qrup şəklində və özünü qiymətləndirmə;
 - və s.

Qeyd: sadalanan üsullar fənnin spesifikasiyasından asılı olaraq seçilə və (və ya) dəyişdirilə bilər.

- 5.5. Təlim nailiyyətlərinin qiymətləndirilməsində istifadə olunan üsullar aydın müəyyənləşdirilmiş meyarlara əsaslanmalıdır və təhsil müddətində tələbənin əldə etdiyi bilik, bacarıq və qabiliyyət səviyyəsini düzgün və etibarlı şəkildə müəyyən etməyə imkan verməlidir. Təlim nəticələrinin qiymətləndirilməsi zamanı müəllimlər şəffaflıq, qərəzsizlik, qarşılıqlı hörmət və huma-

nistlik prinsiplərini rəhbər tutmalıdırlar.

- 5.6. Tələbələrə müəllimlərlə/qiymətləndiricilərlə təhsillərinin bütün aspektlərini, o cümlədən qiymətləndirmə prosesini müzakirə etmək imkanı verilməlidir. Universitet müvafiq qaydalara uyğun olaraq qiymətləndirmə prosesi, yaxud qiymətlə bağlı apelyasiya prosedurlarını müəyyən etməlidir.
- 5.7. Akademik etika təhsil prosesində önəmli yer tutur. Tələbələrə akademik dürüstlüyə riayət etmək, plagiarizm problemini anlamaq öyrədilir. Onlar intellektual əməyin oqli mülkiyyət hüquqları barəsində məlumatlandırılmalıdırlar.

6. Proqramın və hər bir fənnin təlim nəticələri

- 6.1. Təhsil proqramının təlim nəticələri, eləcə də hər bir fənnin təlim nəticələrinin müəy-yənləşdirilməsi və hər bir fənnin sillabusunun hazırlanması akademik heyətin səlahiyyətindədir.
- 6.2. Təlim nəticələri akademik heyət tərəfindən Əlavə 1-dəki formaya uyğun olaraq müəyyənəşdirilir. Təlim nəticələri matrisində (Əlavə-2) fənlərlə təlim nəticələri arasındakı əlaqə əks olunur.
- 6.3. Təhsil Proqramının cəmiyyətin və əmək bazarının dəyişən ehtiyaclarına cavab verən nəzəri və praktiki məzmunu təmin etməsi məqsədilə fənlərin sillabusları müntəzəm şəkildə yenilənir.

7. İnfrastruktur və kadr potensialı

- 7.1. **“050407 - Marketing”** ixtisasının təhsil proqramına müvafiq hazırlanmış tədris planında nəzərdə tutulan fənlər üzrə dərslərin aparılması, təcrübələrin keçirilməsi və elmi-tədqiqat işlərinin yerinə yetirilməsi üçün müvafiq İKT ilə təchiz olunmuş kabinet və laboratoriyalar, kompüter sinifləri, emalatxanalar və s. ilə təmin olunmuş maddi-texniki bazası olmalıdır. Təhsilalanların Universitetin lokal şəbəkəsinə, internetə, məlumat bazalarına, elektron kitabxanalarına, axtarış sistemlərinə çıxışı təmin edilməlidir.
- 7.2. Professor-müəllim heyəti, bir qayda olaraq, elmi dərəcəyə malik olur. Digər dövlət, yaxud özəl müəssisələrdən və/və ya digər müvafiq təşkilatlardan gələn yüksək ixtisaslı mütəxəssislər, həmçinin müvafiq ixtisas qrupu üzrə minimum magistr dərəcəsinə sahib olan şəxslər də tədrisə cəlb oluna bilərlər.

8. Təcrübə

- 8.1. Təcrübə tələbənin nəzəri biliklərinin praktikada tətbiqi, eləcə də peşə bacarıqlarının gücləndirilməsi baxımından önəmlidir. İxtisasın xüsusiyyətlərindən asılı olaraq təcrübənin təşkili qaydaları universitet tərəfindən müəyyən oluna bilər.
- 8.2. Təcrübə özəl şirkətdə, dövlət müəssisəsində, tədqiqat laboratoriyasında (eləcə də universitet, AMEA, özəl yerli, yaxud beynəlxalq təşkilat və şirkətlər və s.) təşkil oluna bilər.
- 8.3. Təcrübə prosesindən maksimal fayda əldə etmək məqsədilə proses aşağıdakı kimi 4 mərhələdə təşkil oluna bilər: 1) tələbə karyera planlaşdırılmasını doğru tərtib etməyi öyrənməli, 2) eləcə də yumşaq və 3) sərt bacarıqlara yiyələnməli, 4) müəssisə və təşkilatlarda təşcrübə keçməli və ya onlardan daxil olan sifariş layihəsini yerinə yetirməlidir.
- 8.4. Tələbənin karyera planlaması və yumşaq bacarıqlar fənnlərini mənimsəməsi ona təhsil müddətində özünü inkişaf və fürsətlərin dəyərləndirməsinə imkan yaradacaq. Belə ki, “Karyera planlaması” fənni üzrə kursu mənimsəməklə tələbələr karyera barədə ilkin anlayışları, təhsil müddətində dəyərləndirilməli olan karyera inkişaf fəaliyyətlərini biləcəkdir; karyera yol xəritəsinin tərtib olunmasını və texnikaları, iradə, motivasiya və pozitiv düşüncə, işgüzar etika, iş axtarma strategiyaları, eləcə də iş üçün doğru müraciət qaydalarını, peşəkar CV, rezume, istək və tövsiyə məktublarının hazırlanmasını bacaracaq; iş müsahibəsinə hazırlıq prosedurlarını və

müsahibə texnikalarını anlayacaqdır.

“Yumşaq bacarıqlar” fənni sayəsində isə tələbə vaxtın effektiv idarə edilməsini, stress menecmentini, kreativ, tənqidi və analitik düşüncə formalarını biləcək; problem həll etmə və qərarvermə texnikaları, ictimaiyyət qarşısında çıxış, səlis nitqin inkişaf yolları, bədən dili və doğru təqdimat qaydalarını, eləcə də komanda işinin qurulmasını bacaracaq; liderlik haqqında prinsipləri anlayacaqdır.

Sərt bacarıqlar” fənni tələbələrə iş dünyasında ən çox istifadə edilən excel alətlərindən, layihələrin idarə edilməsində proqram təminatlarından səlis istifadəni bacaracaq; iş həyatında şifahi və yazılı kommunikasiya qaydalarını biləcək; rəqəmsal savadlılıq istiqamətindəki əsas nüansları anlayacaq, şəxsi brendin qurulması yollarını biləcəkdir.

- 8.5. Təcrübəni təşkili iki formada təklif olunacaqdır. Belə ki, tələbələr şirkət və qurumlarda təcrübə imkanlarını araşdıracaq və müsbət dəyərləndirilən tələbələr qarşı tərəfin razılıq sənədlərini universitetə təqdim edəcəkdir. Təhsil müddətində mənimsənilmiş karyera planlaması, sərt və yumşaq bacarıqlar sayəsində iş dünyasında uğur qazanma ehtimalları yüksək olacaqdır. Təcrübədən öncə Universitet və təcrübə təşkil olunacaq müəssisə arasında müqavilə imzalanmalıdır. Eyni zamanda, tələbənin fərdi müraciəti əsasında onun ixtisasına uyğun digər şirkət, müəssisə və ya laboratoriyada, o cümlədən xaricdə təcrübə keçməsinə icazə verilir. Müqavilədə şərtlər, tələbələrin hüquq və öhdəlikləri və digər zəruri təfərrüatlar əks olunur.
- 8.6. Təcrübənin təşkili barəsində ikinci forma isə tələbələrin iş dünyasından daxil olan sifariş layihələrinin icra olunmasıdır. Belə ki, şirkət və qurumlarda ehtiyac duyulan araşdırmalar, təkmilləşmə imkanları, problemlərə həll yolları tələbə və mentor müəllimlərin birgə fəaliyyəti ilə təhlil ediləcək və layihə şəklində sifarişçilərə təqdim ediləcəkdir.
- 8.7. Təcrübənin qiymətləndirilməsi təqdim olunmuş layihənin dəyərləndirilməsindən sonra iş dünyası nümayəndələri tərəfindən həyata keçiriləcəkdir.

9. Məşğulluq və ömürboyu təhsil

- 9.1. “050407 - **Marketing**” ixtisası üzrə Təhsil Proqramının məzunları həm özəl həm dövlət sektorunda kommunikasiya, logistika, marketing, ictimaiyyətlə əlaqələr, məhsul idarəçisi, brend menecer, müştəri əlaqələrinin idarəedilməsi kimi sahələrdə Marketing mütəxəssisi, marketing menecer, satış mütəxəssisi, satış meneceri, merehandiser, brend menecer, reklam mütəxəssisi, ictimaiyyətlə əlaqələr, marketing tədqiqatçısı, logistika mütəxəssisi, biznes analitik, müştəri əlaqələri idarəçisi, rəqəmsal marketing mütəxəssisi, sosial media meneceri, kommunikasiyaların idarəedilməsi, brendinq mütəxəssisi, brend menecer, məhsul meneceri, e-ticarət mütəxəssisi, istehsalat mütəxəssisi, təchizat zənciri mütəxəssisi, SEO/SEM üzrə mütəxəssis, influencer, databaza marketingi mütəxəssisi, təchizat üzrə menecer peşələrində işləyə bilərlər.
- 9.2. Universitet Təhsil Proqramının məzunlarının məşğulluğuna dair müntəzəm sorğular keçirməli, eləcə də vakant iş yerlərinə dair məlumatları öz veb sahifəsində yerləşdirməlidir.
- 9.3. “**050407- Marketing**” ixtisası üzrə Təhsil Proqramının məzunları təhsillərini “İqtisadiyyat və idarəetmə” ixtisasları qrupuna daxil olan bütün magistr proqramlarında davam etdirə bilərlər.
- 9.4. Təhsil müddətində əldə olunan bilik, bacarıq və yanaşmalar məzunların müstəqil şəkildə ömürboyu təhsil almaları üçün ilkin şərtlərdəndir.

Razılaşdırılmışdır:

Təhsil işləri üzrə prorektor
dos. X.C. Əzizova

“Menecment və marketing” kafedrasının müdiri
dos. R.F.Sadıqov

Təhsil Proqramı və fənnlər üzrə təlim nəticələri

Təhsil Proqramı və hər fənn üzrə gözlənilən təlim nəticələri müəyyən edilmişdir.

Marketing ixtisası üzrə Təhsil Proqramının təlim nəticələri (PTN)
PTN 1. Azərbaycanın yaxın tarixi ilə bağlı ümumi anlayışları formalaşdırmaq və yaxın tarixə nəzər yetirməklə, humanitar fənlərlə bağlı marketing əsaslı bacarıqlarını təkmilləşdirmək.
PTN 2. Ən azı 1 xarici dildə kommunikasiya qurmağı bacarmaq.
PTN 3. Baza kompüter və təməl riyazi bilikləri qazanmaqla, marketingin idarə edilməsi sahəsində riyazi iqtisadi metodları tətbiq etmək və kompüter texnologiyasından səmərəli istifadə etməyi bacarmaq.
PTN 4. İqtisadi və idarəetmə biliklərini, habelə ekonometrika və statistika sahələrində baza sava-dını inkişaf etdirilməklə, bazar segmentlərini sistemli formada araşdırmağı və təhlil etməyi bacarmaq.
PTN 5. Marketing sahəsində əldə edilmiş qabaqcıl nəzəri və praktik biliklərdən istifadə etməklə, marketing tədqiqatlarını aparmağı, habelə innovasiya yönümlü marketing layihələrini qurmağı, müəssisənin maliyyə təsərrüfat fəaliyyətini və ona təsir göstərən amilləri analitik və sistemli formada təhlil etməyi bacarmaq.
PTN 6. Marketing fəaliyyətinin elmi-nəzəri əsaslarına dair baza biliklərinə, o cümlədən maliyyə, uçot, audit sahəsində biliklərə sahib olmaqla, marketing idarəetmə sistemini formalaşdırmağı bacarmaq.
PTN 7. İnformasiya təminatı sahəsində biliklərə sahib olmaqla marketing sahəsində informasiya bazasını formalaşdırmağı və marketing təhlillərinin aparılmasında ondan səmərəli istifadə etməyi bacarmaq.
PTN 8. Marketingi bir biznes funksiyası olaraq dərk etməklə, strateji marketing və rebrandinq si-yasətinin müəyyən etmək, marketing kommunikasiya sistemini formalaşdırmaq, istehlakçılarla davranış qaydalarını satış prosesində tətbiqini bacarmaq.
PTN 9. Rəqəmsal marketingin bütün alət və vasitələrini öyrənməklə, data əsaslı marketing tədqiqatlarında rəqəmsal marketingin metrik tətbiqini bacarmaq.
PTN 10. Müasir dünya ilə ayaqlaşan bacarmaq. Azərbaycan iqtisadiyyatına dair məlumatları mə-nimsəmək, daxili və xarici bazarları araşdırmaq, marketing təhlilləri aparmaq mexanizmlərinə sa-hib olmaq, ictimaiyyətlə əlaqələri formalaşdırmaq və idarə etməyi bacarmaq.
PTN 11. Korporativ və istehlakçı hüquqlarına dair baza biliklərinə malik olmaqla, habelə insan resurslarının idarə edilməsi sahəsində nəzəri və praktiki biliklərə sahib olmaqla, komandanı məq-sədyönlü formada formalaşdırmağı, əmək fəaliyyətində motivləşdirməyi, etik prinsipləri və məsuliyyət tədbirlərinin inzibati mexanizmlərini tətbiq etməyi bacarmaq.
PTN 12. Qiymətləndirmə strategiyaları, bölüşdürmə kanalları, təchizat zənciri və pərakəndə tica-rətin bu zəncirdəki rolu haqqında baza informasiyaları əldə etmək və həmin informasiyalardan satışın idarə edilməsində səmərəli istifadəni bacarmaq.

“Azərbaycan tarixi” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Azərbaycanın dünyanın ən qədim yaşayış məskənlərindən, ilk sivilizasiya məkanlarından biri olmasını müəyyən etməyi bacarmaq.
FTN 2. Azərbaycanın qədim, orta əsrlər və yeni dövrdə dövlətçiliyinin təşəkkülü şəraitini, siyasi, beynəlxalq amilləri təhlil etməyi bilmək.
FTN 3. Azərbaycan xalqının təşəkkülü, formalaşmasında ideoloji, iqtisadi və mədəni amillərin rolunu təhlil etməyi bacarmaq.
FTN 4. Azərbaycan xalqının mürəkkəb, həm də qəhrəmanlıq nümunələri ilə zəngin tarixinin mərhələlərini, hər dövrün fərqli xüsusiyyətlərini təhlil etməyi bacarmaq.
FTN 5. Azərbaycan dövlətinin müasir dünyada yeri və rolunu sistemli şəkildə öyrənmək.
FTN 6. Azərbaycan tarixinin inkişafının tarixi təcrübəsindən düzgün nəticələr çıxarmağı bilmək.

“Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Qloballaşma şəraitində Azərbaycan dili və ona göstərilən dövlət qayğısı ilə bağlı məlumatlara yiyələnmək. Dövlət dili haqqında fərman və sərəncamlar, “Ulu öndər Heydər Əliyev və Azərbaycan dili” mövzusunda təqdimatlar hazırlamağı öyrənmək. “Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya” fənninin məqsəd və vəzifələrini bilmək. Kommunikasiyanın forma və funksiyaları, kommunikasiya səviyyələri barədə biliklərə sahib çıxmaq.
FTN 2. Akademik kommunikasiya prosesində köməkçi nitq hissələrinin rolunun nədən ibarət olduğunu mənimsəmək. Şifahi və yazılı kommunikasiyalar, habelə nitqə verilən tələblər; nitqin düzgünlüyü, dəqiqliyi, aydınlığı, səlisliyi, təmizliyi, yığcamlığı, sadəliyi, zənginliyi, rabitəliliyi və digər önəmli məsələlərin rolunu müasir tələblər səviyyəsində öyrənmək.
FTN 3. Kommunikasiya ritorikasının nədən ibarət olduğunu, ədəbi dilin üslublarını, Azərbaycan ədəbi dilinin aktiv və passiv leksikasını bilmək. Ədəbi dil və kommunikativlik, kommunikativliyin növləri, kommunikativlikdə rabitə və kommunikativ strategiya və yaradıcılıq texnologiyalarını mənimsəmək.
FTN 4. Dinləmə mədəniyyəti və dinləmənin kommunikasiya növü kimi mahiyyətini öyrənmək. Dinləmə və diqqət, dinləmə formaları, dinləmə bacarıqlarının təkmilləşdirilməsinin önəmini qavramaq. Kommunikasiya mədəniyyəti, danışiq etikası və müraciət etikətləri barədə məlumatlara yiyələnmək. Təşkil olunmuş nitqin (mühazirə, məruzə, çıxış, spontan nitq) özünəməxsusluğunu bilmək.
FTN 5. Müasir Azərbaycan dilinin işgüzar üslubu barədə məlumatları və qaydaları öyrənmək. İşgüzar kommunikasiyada məktubların rolu, elektron və onlayn kommunikasiyalar barədə biliklərini zənginləşdirmək.
FTN 6. Rəsmi-ışgüzar sənədləri dili barədə məlumatları öyrənmək. İşgüzar kommunikasiyaların növləri və formaları, həmçinin dili və üslubu barədə məlumatlara yiyələnmək. İşgüzar kommunikasiyada Azərbaycan dilinin saflığının, orfoqrafiya qaydalarının və cümlə quruluşuna əməl olunmasının mahiyyətini öyrənmək. İşgüzar ritorika haqqında nəzəri və praktik çalışmalara sahib çıxmaq.

“İqtisadiyyata giriş” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Baza iqtisadi anlayışları və onların qarşılıqlı əlaqəsini, iqtisadi subyektlərin davranış prinsiplərini öyrənilməsi.
FTN 2. İqtisadiyyatda bazar mexanizminin rolu haqqında təsəvvürə malik olacaq, iqtisadi hadisə və prosesləri məzmun və formal təhlilinin ilkin vərdişlərini öyrədilməsi.
FTN 3. İqtisadiyyatda baş verən prosesləri başa düşmək üçün nəzəri bazaya malik biliklərin verilməsi.
FTN 4. Bazar mexanizminin əsas elementləri olan tələb təklif qiymət rəqabət onların qarşılıqlı əlaqəsini.
FTN 5. Bazar iqtisadiyyatının fəaliyyət qanunauyğunluqlarını.
FTN 6. İqtisadi subyektlərin qərarların qəbul etmə mexanizmini.

“Mikroiqtisadiyyat” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Ev təsərrüfatının və firmalar tərəfindən iqtisadi qərarların necə verildiyini.
FTN 2. İqtisadi subyektlər tərəfindən verilən qərarların məhsulların miqdarlarına və qiymətinə, istehsal amillərinə və resurların bölüşdürülməsinə necə təsir etməsini.
FTN 3. İstehlakçı davranışlarının fəaliyyətini öyrənir.
FTN 4. Bazarın rəqabətli baxımından əsas növləri olan: Təkmil rəqabətli bazar, inhisarçı rəqabətli bazar, oligopolik bazar, inhisar bazarları haqqında ümumi məlumatlar əldə edilir.
FTN 5. İctimai nemətlərin iqtisadi mahiyyəti və onlann ümumi rifaha təsirinin öyrənilməsi.
FTN 6. Bazar iqtisadi ehtiyatların səmərəli bölgüsünü təmin edə bilmədikdə, bazarın iflası zamanı iqtisadiyyata dövlətin müdaxiləsinin zəruriliyini və bazar fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəldilmiş hökumətin siyasi tədbirlərinin öyrənilməsi.

“Makroiqtisadiyyat” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Makroiqtisadi sabitliyi, dayanıqlı iqtisadi artımı, ehtiyatların tam istifadə olunmasını, inflyasiya və işsizlik səviyyəsinin minimumlaşdırılmasını öyrənir.
FTN 2. Makroiqtisadi tarazlığın məcmu tələb və məcmu təklif modeli.
FTN 3. Makroiqtisadi tarazlığın Keynsin gəlirlər və xərclər modeli.
FTN 4. Vergi-büdcə və pul kredit siyasəti.
FTN 5. Əmtəə və pul bazarlarında makroiqtisadi tarazlıq.
FTN 6. Açıq və qapalı iqtisadiyyatın makroiqtisadi təhlili.

“Xarici dildə işgüzar və akademik kommunikasiya” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Ümumi ingilis dilində dinləmə, danışmaq, oxu və yazı bacarıqlarına yiyələnmək, gündəlik söhbətləri eşidib anlama, onlara qeyri-rəsmi cavab vermə, dialoq qurma, mürəkkəb cümlələri düzgün zaman formasında şifahi işlətmə, ingilis dilində kiçik paraqrafların, qeyri-rəsmi məktubların yazılması, habelə kiçik mətnlərin oxuyub anlama, mətnlər üzrə suallara cavab vermə, A2 səviyyəsi üzrə lüğətə yiyələnmək.
FTN 2. Ümumi ingilis dilində B1 səviyyədə dialoqları dinləyib anlamaq, həmin səviyyə üzrə sözlərdən istifadə etməklə mürəkkəb strukturlu tabeli və tabelsiz mürəkkəb cümlələr qurmaq; 150 sözlük esselər yazmaq, effektiv giriş və nəticə yazmaq bacarıqlarına yiyələnmək; rəsmi-məktubların strukturunu öyrənmək; həmin struktur üzrə işgüzar məktubun yazılışına yiyələnmək; rəsmi təqdimatların edilməsi.
FTN 3. Ümumi ingilis dilində B2 səviyyəsində kinoları izləmək, kitabları oxumaq, onlar haqda şərh yazmaq, onları təhlil etmək, etdikləri təhlilləri təqdimatlar vasitəsilə dinləyiciyə çatdırmaq.
FTN 4. İqtisadi terminlərin, habelə işgüzar ingilis dili lüğətinə yiyələnmək, deskriptiv yazı növündən istifadə edərək qrafiklərin, cədvəllərin, faiz göstərən sirkulyar qrafiklərin akademik şifahi təsviri; 3-cü şəxsin adından istifadə edərək fikirlər irəli sürmə, ümumi akademik fikir mübadiləsi aparmaq bacarığı.
FTN 5. İşgüzar mühitdə sərbəst dialoq, müzakirə, diskussiya aparmaq və debat etmək bacarığına yiyələnmək; özünü professional mühitdə ingiliscə təqdim etmə bacarığının formalaşması.
FTN 6. 2-ci və 3-cü conditional cümlələrin şifahi nitqdə düzgün işlədilməsi, vasitəli nitqdə olan dialoqların vasitəsiz nitqdə şifahi istifadə etmə bacarığının inkişafı, akademik söz bazasına yiyələnmə və onlardan şifahi nitq zamanı asanlıqla istifadə edilməsi bacarığı; rəvan ingilis dilində akademik şəkildə danışma bacarığına yiyələnmə.

“Xətti cəbr və riyazi analiz” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Xətti cəbri tənliklər sistemi, xətti fəza, xətti çevirmə və digər xətti təbiətə malik olan riyazi obyektləri öyrənməyi.
FTN 2. Diferensial və integral hesabının köməkliyi ilə funksiya və dəyişən kəmiyyətlərin tədqiqini bilməyi.
FTN 3. Qeyd edilən riyazi biliklər əsasında iqtisadi və texniki məsələlərin həllində riyazi təhlil aparmaq qabiliyyəti yaratmağı.
FTN 4. Riyazi üsullardan istifadə etməyi və riyaziyyatdan istifadə olunacaq fənlərin tədrisi üçün nəzəri baza formalaşdırmağı.
FTN 5. İqtisadi məsələlərin həllində effektiv-riyazi həll üsullarını seçməyi.
FTN 6. Riyazi modeləşmənin əsaslarının öyrənilməsini.

“Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Təsadüfi hadisələrin və proseslərin baş verməsinin riyazi qanunauyğunluqlarını müəyyən etməy.
FTN 2. Məlumatların yığılmasının və müşahidələrin nəticələrinin emalının riyazi üsullarını öyrətməyi.
FTN 3. Öyrənilən riyazi üsullar əsasında iqtisadi və texniki məsələlərin həllində riyazi təhlil aparmaq qabiliyyətini yaratmaq.
FTN 4. Riyazi modelləşmənin həyata keçirilməsində effektiv riyazi həll üsullarını seçməyi.
FTN 5. Riyaziyyatdan istifadə olunacaq digər fənlərin tədrisi üçün nəzəri baza formalaşdırmağı.
FTN 6. Məntiqi və alqoritmik düşüncə tərzini formalaşdırmağı.

“İKT-baza Kompüter bilikləri” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. İnformasiyanın alınması, saxlanması və emalının əsas üsul və vasitələrinə yiyələnmək, kompüterdən informasiyanın idarə edilməsi vasitəsi kimi istifadə bacarığına və qlobal kompüter şəbəkələrində informasiya ilə işləmə qabiliyyətinə malik olmaq.
FTN 2. Qoyulmuş məsələyə uyğun olaraq iqtisadi verilənlərin emalı üçün emal vasitələrini seçmə, hesablamanın nəticələrini təhlil etmə və alınmış nəticələri əsaslandırma bacarığına yiyələnmək.
FTN 3. Daxili və xarici mənbələrdən istifadə edərək zəruri verilənləri toplama, təhlil etmə və analitik hesabat hazırlama bacarığına yiyələnmək.
FTN 4. Analitik və tədqiqat məsələlərinin həlli üçün müasir texniki vasitələrdən və informasiya texnologiyalarından istifadə bacarığına malik olmaq.
FTN 5. Kommunikativ məsələlərin həlli, İnternetdə axtarış və arayış sistemləri vasitəsilə peşə əhəmiyyətli informasiyanın axtarışı və seçimi vasitələrindən və informasiya texnologiyalarından istifadə qabiliyyətinə malik olmaq.
FTN 6. Təlim və özünü təlim proseslərində iştirak üçün İKT vasitələrindən istifadə imkanlarına malik olmaq.

“Statistika” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Praktiki vəzifələrin həlli üçün zəruri olan məlumatların toplanması, işlənməsi və təhlilinin statistik metodologiyasını mənimsəmək.
FTN 2. Statistik məlumatların toplanması, saxlanması, ilkin işlənməsinin üsul və metodlarını seçməyi və onların tətbiqini, müasir informasiya mənbələri ilə işləməyi bacarmaq.
FTN 3. Təsviri statistikanın metodları əsasında toplanmış statistik məlumatların ümumiləşdirilməsini, təhlil məqsədilə əlverişli formada təqdim etməyi bacarmaq.
FTN 4. İnformasiya əldə edilməsinin mühüm vasitəsi kimi statistik göstəricilərin hesablanması, onların izahını, optimal qərarların qəbul edilməsi üçün nəticələr formalaşdırmağı bacarmaq.
FTN 5. Statistik metodologiyanın praktiki tətbiqini, uçot və statistikanın beynəlxalq standartlarına və qaydalarına uyğun olaraq istənilən həcmdə məlumatlarla işləməyi, yüksək statistik texnologiyaların tətbiqini, düzgün və əsaslandırılmış nəticələri formalaşdırmağı bacarmaq.
FTN 6. İnformasiyanın idarəedilməsinin mühüm vasitəsi kimi informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadəni bacarmaq.

“Menecment” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Menecmentin əsas funksiyalarını və menecerlərin rollarını təsvir etmək.
FTN 2. Menecerlərin planlaşdırma prosesini təşkilatın missiyası, vizyonu və dəyərləri ilə necə uyğunlaşdırdığını izah etmək.
FTN 3. Ümumi təşkilati quruluşları və hər birinin üstünlük və mənfi cəhətlərini müəyyənləşdirmək.
FTN 4. Təşkilatlardakı qrup və komanda dinamikasını anlamaq.
FTN 5. Təşkilat mədəniyyətini və müxtəlifliyin faydalarını anlamak.
FTN 6. Güclü və zəif liderliyi və liderlik növlərini tanımaq.

“Ekonometrika” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. İqtisadi məsələnin formalaşdırılması və fərziyyələrin qurulması, iqtisadi məsələni təsvir etmək üçün zəruri olan göstəricilər sisteminin seçilməsi bacarıqlarını əldə etmək.
FTN 2. İzaholunan və izahedici dəyişənlər üçün zəruri olan statistik məlumatların toplanması, ilkin emalı və bu istiqamətdə zəruri biliklərə yiyələnmək.
FTN 3. Modelin spesifikasiyasının qurulması, iqtisadi göstəricilər arasında əlaqənin formasının nəzəri əsaslandırılmasını bacarmaq.
FTN 5. İzaholunan iqtisadi göstəricilərin proqnoz ssenarilərinin verilməsi və onlardan istifadə mexanizmlərinin hazırlanması bacarığına yiyələnmək.
FTN 6. Ekonometrik modellərin nəticələrinin praktiki qərarların qəbul edilməsi üçün formalaşdırılması bacarıqlarına yiyələnmək.

“Strateji marketing” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Marketingin tərfi, marketingə aid ilkin anlayışların formalaşması, marketingin mühiti haqqında biliklərin toplanması.
FTN 2. Bazarın segmentasiyası, bazar bilgi sistemləri, marketing miks haqqında biliklərə və tətbiqlərə yiyələnmək.
FTN 3. Məhsul, məhsulun yaşam əyrisi, brend və brendinq haqqında ilkin anlayışlara sahib olmaq.
FTN 4. Qiymətləndirmə strategiyaları, qiymət və qiymətin formalaşması ilə bərabər tələbə bölüşdürmə, bölüşdürmə formaları, kanalları, pərakəndə və toptançılar haqqında ilkin anlayışlara da yiyələnmək.
FTN 5. İrəlilətmə (Promotion) miks-reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr, satış təşviq, personal satış, birbaşa satış-fəaliyyətləri haqqında nümunələr və hər birinin öyrədilməsi.
FTN 6. İstehlakçı davranışları, strateji marketing, marketingdə etika, marketingdə müasir yanaşmalar haqqında ilkin məlumatların əldə edilməsi.

“İstehlakçı davranışları” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. İstehlakçıların zamanla dəyişən maraq, bəyənmə, istək, ehtiyac anlayışlarının ətraflı öyrənilməsi.
FTN 2. İstehlakçıların qavrama, motivasiya, inanc, tutum və davranışlarının öyrənilməsi metodlarının mənimsənilməsi.
FTN 3. İstehlakçı davranışına təsiri olan psixoloji, sosial, mədəni və iqtisadi faktorları yaxından analiz edilməsinin öyrənilməsi.
FTN 4. İstehlakçıların satın alma prosesinin, bu prosesin mərhələlərinin və eyni zamanda qərar vermə mexanizmlərinin analiz edilməsi.
FTN 5. İstehlakçı davranışlarının analizi və bu istiqamətdə marketing fəaliyyətinin təşkili haqqında təşəbbüslərin ötürülməsi.
FTN 6. İstehlakçı davranışlarını öyrənmə modellərinin əhatə edilməsi, öyrənilməsi və tətbiqi.

“Marketing tədqiqatları” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Araşdırma anlayışının və elmi araşdırma fikrinin, fəlsəfəsinin öyrədilməsi.
FTN 2. Araşdırma metodlarının (kəmiyyət və keyfiyyət) və hər bir araşdırma texnikasının mənimsənilməsi.
FTN 3. Bazar araşdırması, marketing araşdırmalarının aparılması, birinci və ikinci datanın toplanması, ədəbiyyatların təhlili.
FTN 4. Anketin formalaşdırılması, şkalaların və ölçmə məntiqinin öyrədilməsi, sual formalarının təhlili.
FTN 5. Təsviri analizlərin, etibarlılıq testlərinin, faktor analizlərinin edilməsi və şərh edilməsi, əlaqə-korelyasiya və regressiya təsir testlərinin tətbiqi və şərh edilməsi.
FTN 6. Ən az 1 proqramda (SPSS/R/STATA) data analizi tətbiqinin praktik həyata keçirilməsi və proqramla işləmə bacarığının verilməsi, data vizuallaşdırma ilə analizin anlaşılır formaya salınması.

“Marketing” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Strategiya anlayışı ilə yaxın tanışlıq, taktika və əməliyyat anlayışlarından fərqliliyinin izah edilməsi.
FTN 2. Məram, missiya, hədəf və məqsəd anlayışları ilə yaxından tanışlıq və marketingi bu istiqamətdə yönləndirmə fəaliyyətləri.
FTN 3. Marketingin mühitinin ətraflı analiz edilməsi ilə yanaşı, firmanın daxili mühitinin, mikro və makro çevrəsinin təhlilinin aparılması.
FTN 4. SWOT analizi ilə mövcud vəziyyətin analizinin aparılması, PEST analizi ilə strateji addımların müxtəlif aspektlərdən qiymətləndirilməsi.
FTN 5. BCG, Ansoff matrislərinin analizi və firmanın bu istiqamətdə məhsullarla bağlı qərar vermə metodlarının öyrənilməsi, məhsul həyat əyrisindəki yerinə görə planlamaların edilməsi.
FTN 6. Bir məhsul üzrə strateji marketingin qurulması, marketing miksini strateji formalaşdırılması, müasir trendlərə adaptasiyasının qurulması.

“Reklam işi” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. İrəlilətmə (Promotion) anlayışının izah edilməsi və kommunikasiya anlayışına keçid haqqında biliklərin öyrədilməsi.
FTN 2. Kommunikasiya modellərinin (Ümumi, AIDA, NAIDAS və.s) qurulması, formalaşdırılması və fərqlərinin izah edilməsi.
FTN 3. Reklamın tərif, məqsədləri, reklam formaları haqqında baza biliklərin verilməsi.
FTN 4. Müxtəlif media vasitələri ilə ənənəvi və rəqəmsal reklamların həyata keçirilməsi haqqında biliklərin verilməsi.
FTN 5. Reklamın performansının ölçülməsi və dəyərləndirmə metodları, bu sahəyə aid bir sıra metriklərin öyrədilməsi, büdcələmə prosesinin icrası.
FTN 6. Bir məhsulun brendinq, reklam və kommunikasiya strategiyasının formalaşdırılması, reklam filminin çəkilməsi və təqdim edilməsi.

“Satışın idarə edilməsi” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Satışın tərif, marketingdən əsas fərqləndirən xüsusiyyətlərin öyrədilməsi.
FTN 2. Satış prosesi və mərhələlərin ayrı ayrı təhlil edilməsi və bu prosesin tətbiqinə nəzarət.
FTN 3. Satış təxmin metodlarının öyrədilməsi və tətbiq edilməsi, üstün və zəif cəhətlərin analizi.
FTN 4. Satış gücünün seçilməsi, seçim formalarının təhlili və iş prosesində tətbiq edilməsi, satışda karyera imkanları.
FTN 5. Satış prosesində tətbiq olunan satış texnikalarının, satış həmlələrinin, strategiyaların və taktikaların öyrədilməsi və səylərin məhsuldarlığının analiz edilməsi.
FTN 6. Satış büdcəsinin formalaşdırılması və büdcənin tətbiqinə nəzarət, ümumi satış prosesinə nəzarətin tətbiq edilməsi.

“Pərakəndə ticarət marketingi” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Marketingdə bölüşdürmə anlayışı, bölüşdürmə kanalları və pərakəndə mağazalar haqqında ilkin məlumatlar, pərakəndə ticarətin kanal içindəki rolunun açıqlanması.
FTN 2. Pərakəndə mağazaların yer seçimi, seçimə təsir edən faktorlar, pərakəndə mağaza formaları və klassifikasiyası haqqında biliklərin öyrədilməsi.
FTN 3. Pərakəndə mağazalarda rəf düzümü haqqında, müxtəlif mağaza içi dizaynı və mağaza atmosferinin təşkili haqqında biliklərin verilməsi.
FTN 4. Pərakəndə mağazalarda karyera imkanlarının təhlili və doğru kadrların seçilməsi metodları.
FTN 5. Pərakəndə sektorunda kommunikasiya fəaliyyətinin planlanması və tətbiq edilməsi.
FTN 6. E-pərakəndə, pərakəndə sektorunda texnologiyanın tətbiqi, pərakəndədə müasir yanaşmalar, etika və sosial məsuliyyət kimi biliklərin verilməsi.

“Rəqəmsal marketing” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Marketingdə yeni anlayışlar və rəqəmsal marketing haqqında, ənənəvi marketingdən əsas fərqlərinin izah edilməsi.
FTN 2. Sosial media marketingi, sosial şəbəkələr haqqında informasiyalar və sosial mediada marketing üçün vasitələr haqqında informasiyaların verilməsi.
FTN 3. SEO, SEM anlayışları, Google Ads, Google adwords kimi axtarış vasitələrinin və kontent marketing strategiyalarının tətbiqi.
FTN 4. Influencer, Viral marketing, Growthhacking haqqında biliklərin öyrədilməsi və tətbiqi.
FTN 5. Mobil marketing, əşyaların interneti və virtual həyat tətbiqləri haqqında informasiyaların öyrədilməsi.
FTN 6. Bir məhsul üzrə rəqəmsal marketing strategiyasının qurulması və tətbiq edilməsi.

“Mülki müdafiə” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1. Fövqəladə hadisələrin təsnifatı, onların tam xarakteristikası, Mülki müdafiənin yaranma tarixi, onun FH-da rolu və vəzifələrini öyrənmək. Mülki müdafiə ilə bağlı Nazirlər kabinetinin qərarları və qanunlarını bilmək.
FTN 2. Müasir dövrdə sülh və müharibə dövrlərində Mülki müdafiənin rolunu və vəzifələrini bilmək. Texnogen FH-də hadisələrin qarşısının alınması yolları, bakterioloji, kimyəvi və radiasiya şəraitində əhalinin davranış qaydalarını, mahiyyətini bilmək. Karantin, observasiya şəraitində, sanitariya təmizliyi, ərazinin dezinfeksiyası, kimyəvi zəhərlənmə ocaqlarındakı qəzasiya, radiasiya şəraitində işə dezaktivasiya üsullarını bilmək.
FTN 3. Fövqəladə hallar komissiyası. Fövqəladə halların nəticələrinin aradan qaldırılması üçün Dövlət sisteminin rolu və vəzifələrini bilmək. Hərbiləşdirilməmiş mülki müdafiə dəstələrinin yara-dılmasını öyrənmək.
FTN 4. Fövqəladə hallar zamanı əhalinin mühafizəsinin təşkilini həyata keçirmək. Kollektiv- mühafizə qurğuları və onlardan istifadə qaydalarını bilmək. Fərdi mühafizə vasitələri və onlardan istifadə qaydalarını bilmək. Fövqəladə hallar zamanı əhalinin köçürülməsini bacarmaq. Fövqəladə hallar zamanı əhalinin səmərəli mühafizəsinin təşkilini bacarmaq. Kollektiv mühafizə qurğuları və onlardan istifadə qaydalarını bacarmaq. Fərdi mühafizə vasitələri və onlardan istifadə qaydalarını bilmək. Fövqəladə hallar zamanı əhalinin köçürülməsini həyata keçirmək.
FTN 5. Mülki müdafiə kəşfiyyatının təşkili və aparılması qaydalarını bilmək. Radiasiya və kimyəvi kəşfiyyat cihazlarını işlətməyi bacarmaq. Mülki müdafiə üzrə idarəetmə, mülki müdafiə qərar-gahları və onların əsas vəzifələrini bilmək.
FTN 6. Mülki müdafiə tədbirlərinin planlaşdırılması və həyata keçirilməsini bacarmaq. FH-in nəticələrinin aradan qaldırılması yollarını bilmək. Qəza- xilas etmə və digər təxirəsalınmaz işlərin dağıntı ocaqlarında təşkil etmək və aparılmasını həyata keçirmək. Əhalinin mülki müdafiə sahəsində hazırlanmasının prinsiplərini öyrənmək. Fövqəladə hadisələr zamanı dağıntı ərazisində ilk tibbi yardım aparmağı bacarmaq.

“MARKETİNG” ixtisası üzrə fənlərin Program təlim nəticələri ilə uyğunluğunun matrisi													
№	Fənlər	PTN 1	PTN 2	PTN 3	PTN 4	PTN 5	PTN 6	PTN 7	PTN 8	PTN 9	PTN 10	PTN 11	PTN 12
ÜMUMİ FƏNLƏR													
1.	Azərbaycan tarixi	X											
2.	Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya	X	X										
3.	Xarici dildə işgüzar və akademik kommunikasiya -I		X										
4.	HF-B04.1	X											
	HF-B04.2			X				X		X			
İXTİSAS FƏNLƏRİ													
5.	İqtisadiyyata giriş				X								
6.	Mikroiqtisadiyyat				X								
7.	Makroiqtisadiyyat				X								
8.	Xətti cəbr və riyazi analiz			X									
9.	Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika			X									
10.	İKT-baza komputer bilikləri			X	X								
11.	Statistika				X								
12.	Ekonometrika									X			
13.	Menement				X		X					X	
14.	Marketing						X		X				
15.	İstehlakçı davranışı										X	X	
16.	Marketing tədqiqatları					X		X	X	X	X		
17.	Strateji marketing							X	X		X		X
18.	Reklam işi										X		
19.	Satışın idarə edilməsi								X		X		X
20.	Pərakəndə ticarət marketingi							X	X		X		
21.	Rəqəmsal marketing							X		X			X
22.	Mülki müdafiə	X											
SEÇMƏ FƏNLƏR													
23.	İPFS – B01						X						
24.	İPFS – B02					X							
25.	İPFS – B03											X	
26.	İPFS – B04						X	X					
27.	İPFS – B05	X											
28.	İPFS – B06				X							X	
29.	İPFS – B07											X	
30.	İPFS – B08					X		X			X		
31.	İPFS – B09							X	X		X		
32.	İPFS – B10								X		X		
33.	İPFS – B11										X		