

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ



**BAKALAVRİAT SƏVİYYƏSİNİN (ƏSAS (BAZA) ALİ TİBB TƏHSİLİNİN)
İXTİSAS ÜZRƏ**

TƏHSİL PROQRAMI

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 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.
- 1.3. Təhsil Proqramı tabeliyindən, mülkiyyət növündən və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən və “**050407 - Marketing**” ixtisası üzrə bakalavr hazırlığını həyata keçirən bütün ali təhsil müəssisələri üçün məcburidir.
- 1.4. 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 aşağıdakı ümumi kompetensiyalara yiyələnmişdir:*
 - İxtisası üzrə Azərbaycan dilində şifahi və yazılı kommunikasiya bacarıqlarına;
 - İxtisası üzrə ən azı bir xarici dildə kommunikasiya bacarıqlarına;
 - 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;
 - Milli dövlətimizin qarşılaşdığı təhdidləri və çağırışları müəyyən etmə bacarıqlarına;
 - İş yerində informasiya texnologiyalarından istifadə etmək qabiliyyətinə;
 - Komandada iş, problemin həllinə ortaq yanaşmaya nail olmaq qabiliyyətinə;

- Yeni şəraitə uyğunlaşmaq, təşəbbüs irəli sürmək qabiliyyətinə və uğur qazanmaq iradəsinə;
- Məsələlərin həlli üçün əlavə məlumat resurslarını müəyyən etmək və seçə bilmək qabiliyyətinə;
- Peşəkar məqsədlər üçün müvafiq məlumatı təhlil etmək, ümumiləşdirmək və tətbiq etmək bacarıqlarına;
- Peşəkar fəaliyyətini planlaşdırmaq və təşkil etmək, gələcək təhsilini və mövcud bacarıqlarını təkmilləşdirilmək, vaxtı idarə etmək və tapşırıqları vaxtında tamamlamaq qabiliyyətinə;
- Fəaliyyətində sosial və ekoloji məsuliyyətə, eləcə də vətəndaş şüuru və etik yanaşmaya, həmçinin keyfiyyətə üstünlük vermək bacarığına;
- Bilik və bacarıqlarını inkişaf etdirmək məqsədilə vəziyyəti və özünü yenidən qiymətləndirmək və özünütənqid bacarığına.
- Mürəkkəb sistemləri təhlil etmək, əlaqələri aşkarlayıb dərk etmək, müxtəlif sahələrdə və fərqli səviyyələrdə sistemlər arasında əlaqə prinsiplərini dərk etmək, qeyri-müəyyən şəraitdə fəaliyyət göstərmək (sistemli düşüncə kompetensiyası).
- 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 (proqnostik kompetensiya).
- Yerli və daha yüksək səviyyələrdə davamlılığın təmini və yüksəldilməsinə yönəldilmiş novator qərarların kollektiv işlənməsi və gerçəkləşdirilməsi bacarığı (strateji baxış kompetensiyası).
- Başqalarından öyrənmək, digərlərinin tələbatlarını, fikirlərini və hərəkətlərini anlamaq (empatiya)qrupda yaranan konfliktləri həll etmək, problemlərin həllinə yönəlik kollektiv və çoxtərəfli əməkdaşlıqda iştirak (kollektiv iş kompetensiyası).
- Qəbul edilmiş norma, yanaşma və fikirləri təhlil etmək, öz baxışlarını və fəaliyyətini kritik qiymətləndirmək, davamlı inkişaf məsələləri ilə bağlı diskussiyalarda öz mövqeyini müdafiə etmək (kritik düşüncə kompetensiyası).
- Cəmiyyətdə öz rolunu kritik qiymətləndirmək (özünüdərkətmə kompetensiyası).
- Mürəkkəb problemlərin həlli məqsədilə problemə yönəlik fərqli yanaşmalardan istifadə bacarığı, sadalanan kompetensiyalar əsasında kompleks və ədalətli qərarların qəbulu (problemin kompleks həlli kompetensiyası).
- Fərqli baxış və yanaşmaların dərk edilməsi və kompleks təhlili, geniş inteqrasiya və dünyada artan müxtəlifliyin fərqli perspektivlərinin ümumiləşdirilməsi (multikultural yanaşma və açıqlıq).
- Sahələrarası yanaşmaların formalaşdırılması və qərarların qəbulu bacarığı (sahələrarası kommunikasiya).

2.2. *Təhsil Proqramının sonunda məzun aşağıdakı peşə kompetensiyalarına yiyələnmişdir:*

- İqtisadi nəzəriyyənin əsaslarını, müəssisə və fərd səviyyəsindəki davranışları, əsas sosial-iqtisadi göstəriciləri, problemləri və prosesləri bilmək; (PK-1)
- Fərqli rəqabət sistemlərindəki bazarların xüsusiyyətlərini, müxtəlif bazar tiplərində firmaların fəaliyyət mexanizmini, qarşılıqlı əlaqələrin fərqli sənarilərini bilmək; (PK-2)
- Makroiqtisadi terminologiyanı tam şəkildə mənimsəmək, açıq iqtisadiyyatı təhlil edə bilmək və nəzəri modellərdən istifadə etməklə təkliflər irəli sürməyi bacarmaq; (PK-3)
- Riyazi üsullar, kəmiyyət və hesablama metodları üzrə bacarıqlara malik olmaq və bu üsul və metodlardan istifadə etməklə optimal qərarlar verə bilmək; (PK-4)
- İşində ümumi porifilli və ixtisaslaşdırılmış proqram təminatından (Excel, Word, Power Point, Photoshop və ya analitikproqramlardan hər hansı biri ilə (SPSS, Stata, Python kimi proqramlarla) işləmək, sadə analizləri eməyi bacarmaq; (PK-5)
- İqtisadi məlumatların təhlili və sistemləşdirilməsi üçün statistik biliklərə sahib olmaq, kəmiyyət və keyfiyyət məlumatlarını toplamaq, təhlil etmək və proqnozlaşdırmanı bacarmaq; (PK-6)
- İqtisadi məsələlərin empirik tədqiqində ortaya çıxan problemləri həll etmək üçün ekonometrik metodologiyanı öyrənmək və tətbiq edə bilmək; (PK-7)
- İdarəetmə və təşkilatla bağlı baza biliklərə yiyələnmək, ixtisas üzrə məlumatları analitik və sistematik şəkildə təhlil edə bilmək; (PK-8)
- Mühasibatın elmi-nəzəri və konseptual əsaslarına dair baza biliklərə sahib olmaq; (PK-9)
- Maliyyənin elmi-nəzəri və konseptual əsaslarına dair baza biliklərə sahib olmaq; (PK-10)
- 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)
- Milli iqtisadiyyatın makroiqtisadi mənzərəsini, sosial-iqtisadi göstəricilərin dinamikasını; iqtisadi siyasətin əsas konturlarını bilmək, sektorial təhlil aparmağı bacarmaq; (PK-12)
- Marketing fəaliyyətinin elmi-nəzəri və konseptual əsaslarına dair baza biliklərinə sahib olmaq; (PK-13)
- İdarəetmədəki və təşkilatdakı mövcud problemləri qavrama və həlli yollarını təklif etmək ilə bağlı biliklərə sahib olmaq; (PK-14)
- Biznesin idarə edilməsi üzrə müvafiq fəaliyyət və metodları təklif etmək və planlaşdırmaq, onların qısa və uzunmüddətli nəticələrini təhlil etmə bacarığına sahib olmaq; (PK-15)
- Karyera barədə ilkin anlayışları, karyera inkişaf fəaliyyətlərini, iş mü sahibəsinə hazırlıq prosedurlarını və mü sahibə 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 bacarmaq; (PK-16)
- Vaxtın effektiv idarə edilməsini, stres menecmentini, kreativ, tənqidi və analitik düşüncə formalarını bilmək, problem həll etmə və qərarvermə texnikalarına, natiqlik bacarıqlarına

- sahib olmaq, eləcə də komanda işinin qurulmasını bilmək və liderlik prinsiplərinə yiyələnmək; (PK-17)
- Layihələrin idarə edilməsində və digər çox istifadə olunan proqram təminatlarından istifadəni bacarmaq, iş həyatında şifahi və yazılı kommunikasiya vasitələrindən istifadə etməyi bacarmaq; (PK-18)
 - İxtisasla bağlı anlayış və terminlərin mənasını bilmək və tətbiq etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-19)
 - 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)
 - Marketing təhlilinin və tədqiqatın aparılmasının elmi-metodiki əsaslarını bilmək; (PK-21)
 - Kreativ düşüncə tərzində müştərilərin ehtiyac və tələbatlarının daha yüksək səviyyədə və yeni texnologiya istifadə etməklə ödənilməsinə bacarmaq; (PK-22)
 - Marketing sahəsi üzrə biliklərin praktik məsələlərin həllində tətbiq etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-23)
 - Marketing sferasında baş verən dəyişiklikləri bilmək və onları mənimsəmək xüsusiyyətlərinə sahib olmaq; (PK-24)
 - Marketing alətlərini əlaqələndirməklə yerli və beynəlxalq müştərilərin ehtiyac və tələbatlarının dolğun ödənilməsi istiqamətində bacarıqlara sahib olmaq; (PK-25)
 - Bazar mühitini fasiləsiz izləməklə həmin mühitdə özünü göstərən marketing imkanlarını və problemləri aşkara çıxarmaq qabiliyyətinə sahib olmaq; (PK-26)
 - Marketingdən bir vasitə kimi istifadə etməklə müəssisənin rəqabət üstünlüyünün təmin edilməsi və ona nail olma qabiliyyətinə malik olmaq; (PK-27)
 - Marketing təhlilinin və tədqiqatlarının nəticələrini təhlil etmək və hesabat tərtib etmək bacarığına malik olmaq; (PK-28)
 - Müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bazara dair geniş spektrli informasiyaları əldə etmək və onların sistemləşdirilməsini bacarmaq; (PK-29)
 - Marketing informasiya sistemi ilə interaktiv işləmək bacarığına malik olmaq; (PK-30)
 - Marketing büdcəsindəki məhdud vəsaitlərdən istifadə etməklə müəssisənin qarşısında duran məqsədlərə mümkün qədər az xərclərlə nail olmaq bacarığına yiyələnmək; (PK-31)
 - Müəssisədə marketing xidmətinin başqa struktur bölmələri ilə qarşılıqlı əlaqəsini təmin etmək bacarığına malik olmaq; (PK-32)
 - Marketing sahəsində taktiki və strateji xarakterli qərarlar qəbul etmək bacarığına yiyələnmək; (PK-33)
 - İnteqrasiya edilmiş marketing kommunikasiya sisteminin formalaşdırılması qabiliyyətinə sahib olmaq; (PK-34)
 - Müəssisədə hər kəsin yaradıcı təşəbbüslərindən istifadə etməklə, onlardan yararlanmaq qabiliyyətinə malik olmaq; (PK-35)

- Müxtəlif xidmət sahələrində səmərəli marketinq qərarları qəbul etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-36)
- Mürəkkəb marketinq mühitində müəssisənin və onun əsas rəqiblərinin inkişafını, həmçinin bazarın parametrlərini proqnozlaşdırmaq qabiliyyətinə malik olmaq; (PK-37)
- Müəssisə ilə müxtəlif ünsiyyət dairələri arasında meydana çıxacaq münafişəli məqamları aradan qaldırmaq və yaxud həll etmək bacarığına sahib olmaq; (PK-38)
- İstehlakçılarla səmərəli əlaqələrin qurulması və qorunub saxlanması üçün elmi düşüncə tərzinə və məharətə malik olma qabiliyyətinə sahib olmaq; (PK-39)
- Şirkətin brend strategiyasını işləyib hazırlamağı və brend-menecmentin texnologiyalarından istifadə etməyi bacarmaq; (PK-40)
- Müəssisəyə uyğun korporativ marketinq siyasətinin aparılması üçün şirkət mədəniyyəti və korporativ mühitlə bağlı biliklərə sahib olmaq; (PK-41)
- Bazar araşdırması və bazar araşdırması üzrə tətbiq olunacaq metodologiyaları və tətbiq qaydalarını mənimsəmək; (PK-42)
- Rəqəmsal marketinq və onun effektiv istifadəsi üçün mövcud dünya praktikasına uyğun biliklərə sahib olmaq; (PK-43)

3. Təhsil Proqramının strukturu

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

Cədvəl 1

Fənlərin sayı	Fənnin adı	AKTS krediti
Ümumi fənlər		30
1	<p>Azərbaycan tarixi <i>Bu fənn ən qədim dövrlərdən başlayaraq müasir dövrdə Azərbaycan xalqının keçdiyi tarixi inkişaf yolunun mərhələlərini ardıcılıqla öyrənir. Tələbələrımızdə vətənpərvərlik hissini 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.</i></p>	5

2	Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya <i>Bu fənn cərcivəsində tələbələrə Azərbaycan dilində təqdimat etmək, natiqlik, akademik və işgüzar yazı bacarıqlarının aşılmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir.</i>	4
3	Xarici dildə işgüzar və akademik kommunikasiya <i>Bu fənn cərcivəsində tələbələrə ixtisası üzrə xarici dillərdən birində təqdimat etmək, natiqlik, akademik və işgüzar yazı, şifahi və yazılı bacarıqların aşılmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir.</i>	15
4	Seçmə fənlər (<i>Seçmə fənlər ali təhsil müəssisəsi tərəfindən müəyyən edilir. İxtisasın spesifikasiyasından asılı olaraq seçmə fənlərə əlavələr edilə bilər.</i>)	6
4.1	Fəlsəfə	3
	Sosiologiya	
	Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası və hüququn əsasları	
	Məntiq	
	Etika	
4.2	Multikulturalizmə giriş	3
	İnformasiya texnologiyaları (ixtisas üzrə)	
	İnformasiyanın idarə edilməsi	
	Sahibkarlığın əsasları və biznesə giriş	
	Politoloqiya	
İxtisas fənləri		120
5	İqtisadiyyata giriş <i>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.</i>	6
6	Mikroiqtisadiyyat <i>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.</i>	10
7	Makroiqtisadiyyat <i>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.</i>	10

	<i>Problemlərin həll edilməsində dövlətin iqtisadi siyasətinin istiqamətləri göstərilir</i>	
8	Xətti cəbr və riyazi analiz <i>“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.</i>	8
9	Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika <i>“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.</i>	8
10	İKT - baza komputer 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 aşılrayır.	8
11	Statistika <i>Bu fənn keyfiyyətə müəyyən edilmiş kütləvi sosial-iqtisadi hadisə və proseslərin kəmiyyət tərəfini, onların tərkibini, bölgüsünü, konkret məkan və zaman şəraitində mövcud qarşılıqlı asılılıqlarını və qanunauyğunluqlarını öyrənir.</i>	10
12	Ekonometrika <i>Bu fənn riyazi və statistik metod, modellərdən istifadə edərək iqtisadi obyektlərin və proseslərin spesifik kəmiyyət və keyfiyyət əlaqələrini öyrənir.</i>	10
13	Menecment Bu fənn menecmentin əsas funksiyalarını, menecerlərin rollarını, təşkilati quruluşları və onların hər birinin üstün və mənfi cəhətlərini, liderlik növlərini öyrənir, təşkilatlardakı qrup və komanda dinamikasını, təşkilat mədəniyyətini, müxtəlifliyin faydalarını tədqiq edir.	7
14	Marketing <i>Bu fənn sayəsində tələbə marketingin tərifini, marketingə aid ilkin anlayışların formalaşması, marketingin mühiti haqqında biliklərin toplanması ilə yanaşı Bazarın segmentasiyası, bazar bilgi sistemləri, marketing miks haqqında biliklərə və tətbiqlərə yiyələnmək haqqında biliklər əldə edə biləcək. Eyni zamanda, məhsul, məhsulun yaşam əyrisi, brend və brendinq haqqında ilkin anlayışlara sahib olacaq və</i>	6

	<p>qiymətləndirmə strategiyalarını müəyyən edə bilməklə yanaşı, qiymət və qiymətin formalaşması ilə bərabər tələbə bölüşdürmə, bölüşdürmə formaları, kanalları, pərakəndə və toptançılar haqqında ilkin anlayışlara da yiyələnəcək. Tanıtım üçün vacib olan irəlilətmə (Promotion) miks -reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr, satış təşviq, personal satış, birbaşa satış- fəaliyyətləri haqqında nümunələr və hər birinin öyrənilib, istehlakçı davranışları, strateji marketing, marketingdə etika, marketingdə müasir yanaşmalar haqqında ilkin məlumatlar qazanacaqdır.</p>	
15	<p>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 çərçivəsində öyrədilir.</p>	6
16	<p>Marketing tətqiqatları 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 datanın 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 hədəflənilir. Həmçinin, 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</p>	4
17	<p>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</p>	4

	<i>firmanın bu istiqamətdə məhsullarla bağlı qərar vermə metodlarının öyrənilməsi, məhsul həyat əyrisindəki yerinə görə planlamaların edilməsi, məhsul üzrə strateji marketingin qurulması, marketing miksini formalaşdırılması, müasir trendlərə adaptasiyasının qurulması tətbiqi olaraq tələbəyə qazandırılır.</i>	
18	<p>Reklam işi</p> <p><i>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 tərifi, 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.</i></p>	6
19	<p>Satışın idarə edilməsi</p> <p><i>Bu fənn vasitəsilə tələbəyə satışın tərifi, 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</i></p>	4
20	<p>Pərakəndə ticarət marketingi</p> <p><i>Bu fənnə, bölüşdürmə anlayışı, bölüşdürmə kanalları və pərakəndə mağazalar haqqında ilkin məlumatlar, pərakəndə ticarətin kanal içindəki rolunun açıqlanmasıyla birlikdə, pərakəndə mağazaların yer seçimi, seçimə təsir edən faktorlar, pərakəndə mağaza formaları və klassifikasiyası haqqında biliklər öyrədilir. Pərakəndə 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, Pərakəndə sektorunda kommunikasiya fəaliyyətinin planlanması və tətbiq edilməsi, həmçinin e-pərakəndə,</i></p>	4

	<i>pərakəndə sektorunda texnologiyanın tətbiqi kimi bacarıqlar, pərakəndədə müasir yanaşmalar, etika və sosial məsuliyyət kimi fikirlər də tələbələrə aşılanır.</i>	
21	Rəqəmsal marketing <i>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, Google 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.</i>	6
22	Mülki müdafiə <i>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 eyniləşdirməsini, 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 gşrilməsi ilə bağlı məsələləri əhatə edir.</i>	3
...	Ali təhsil müəssisəsi tərəfindən müəyyən edilən fənlər¹ <i>Burada olan fənlər hər bir ali təhsil müəssisəsi tərəfindən fərdi qaydada müəyyən edilir və həmin ixtisasın tədris planında əksini tapır.</i>	60
Təcrübə		30
1	Karyera planlaması	5
2	Yumşaq bacarıqlar (Soft skills)	9
3	Sərt bacarıqlar (Hard skills)	10
4	İstehsalat təcrübəsi / layihə	6
CƏMI		240

¹ Bu fənlər professor-müəllim heyətinin təcrübəsi, tədqiqat infrastrukturu, yerli və beynəlxalq iş imkanları nəzərə alınaraq ali təhsil müəssisəsi tərəfindən təklif edilir. Ali təhsil müəssisəsi tərəfindən müəyyən edilən fənlər tələbələr üçün seçmə xarakteri daşmalı, eləcə də tələbələrin xarici mübadilə proqramlarında iştirakına şərait yaratmalıdır.

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 ediləcək tədris və öyrənmə metodlarına aşağıdakıları nümunə olaraq göstərmək olar:
 - müəhazirə, 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 müəhazirələr;
 - 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 bazarının 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 bilməli 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 ali təhsil müəssisəsinin keyfiyyət təminatı sisteminin bir hissəsi olmalıdır.
- 5.4. Tədris prosesində fərqli qiymətləndirmə üsullarından istifadə edilməlidir. Bu üsullar tələbəyönümlü yanaşmanı və tələbələrin təlim prosesindəki fəal rol oynamasını təşviq etməlidir. İstifadə ediləcək 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 şəklinə 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 humanistlik prinsiplərini rəhbər tutmalıdırlar.
- 5.6. Tələbələrə müəllimlərlə/qiymətləndiricilərlə təhsillərinin bütün aspektlərini, o cümlədən qiymətləndirmə prosesini müzakirə etmək imkanı verilməlidir. Ali təhsil müəssisəsi 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 əqli 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 müəyyənləşdirilməsi və hər bir fənnin sillabusunun hazırlanması ali təhsil müəssisəsinin/akademik heyətin səlahiyyətindədir.
- 6.2. Təlim nəticələri hər bir ali təhsil müəssisəsi tərəfindən Əlavə 1-dəki formaya uyğun olaraq müəyyənləşdirilir. Təlim nəticələri matrisində (Əlavə 2) fənlərlə təlim nəticələri arasındakı əlaqə əks olunmalıdır.
- 6.3. Təhsil Proqramının cəmiyyətin və əmək bazarının dəyişən ehtiyaclarına cavab verən nəzəri və praktiki məzmunu təmin etməsi məqsədilə fənlərin sillabusları müntəzəm şəkildə yenilənməlidir.

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 ali təhsil müəssisəsinin lokal şəbəkəsinə, internetə, məlumat bazalarına, elektron kitabxanalarına, axtarış sistemlərinə çıxışı təmin edilməlidir.
- 7.2. Ali təhsil müəssisələrinin 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 qayadaları ali təhsil müəssisəsi 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 özünüinkişaf 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 biləcək; 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 mü sahibəsinə hazırlıq prosedurlarını və mü sahibə texnikalarını anlayacaqdır.

“Yumşaq bacarıqlar” fənni sayəsində işə tələbə vaxtın effektiv idarə edilməsini, stress menecmentini, kreativ, tənqidi və analitik düşüncə formalarını biləcək; problem həll etmə və qərar vermə 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 ali təhsil müəssisəsi və təcrübə təşkil olunacaq şirkət/müəssisə/laboratoriya müqavilə imzalanmalıdır. Eyni zamanda, tələbənin fərdi müraciəti əsasında onun ixtisasına uyğun digər şirkət/müəssisə/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 iş 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, merchandiser, 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 bilirlər.
- 9.2. Ali təhsil müəssisəsi 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:

Azərbaycan Respublikasının Təhsil
Nazirliyinin Aparat rəhbərinin müavini,
Elm, ali və orta ixtisas təhsil şöbəsinin müdiri

 Yaqub Piriye

“01” iyul 2020-ci il

İqtisadiyyat və idarəetmə ixtisasları
qrupu üzrə Dövlət Təhsil Proqramlarını
hazırlayan işçi qrupun sədri

 Ədalət Muradov

“30” iyul 2020-ci il



Təhsil Proqramı və fənlər üzrə təlim nəticələri

Ali təhsil müəssisəsi Təhsil Proqramı və hər fənn üzrə gözlənilən təlim nəticələrini müəyyən etməlidir. *Aşağıdakı cədvəllərdə ən azı 6 təlim nəticəsi sadalanmalıdır (Təhsil Proqramı və hər fənn üzrə ayrılıqda)*

Təhsil Proqramının təlim nəticələri (PTN)
PTN 1 Azərbaycanın yaxın tarixi ilə bağlı ümumi anlayışın formalaşdırılması və yaxın tarixə nəzər yetirilməsi, humanitar fənlərlə bağlı marketinq əsaslı bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi
PTN 2 Tələbələrin ən az 1 xarici dil bacarığının təkmilləşdirilməsi, baza kompüter biliklərinə və təməl riyazi savad qazanmasının təmin edilməsi
PTN 3 İqtisadi və idarəetmə biliklərinin inkişaf etdirilməsi və ekonometrika, statistika sahələrində baza savadının verilməsi
PTN 4 Marketinqin bir biznes funksiyası olaraq dərk edilməsi ilə yanaşı istehlakçı davranışları, marketinq kommunikasiya və brendinq məfhumunun tələbə tərəfindən mənimsənilməsinin təmin edilməsi, satış strategiyaları və satış prosesinin formalaşdırılması
PTN 5 Rəqəmsal marketinq və bütün alət və vasitələrinin öyrədilməsi ilə yanaşı, rəqəmsal marketinqin metrik tətbiqi, marketinq tədqiqatları və data əsaslı marketinq, alternativ marketinq yanaşmalarının öyrədilməsi
PTN 6 Müasir dünya ilə ayaqlaşan marketinq trendlərinin, aktual mövzuların, strateji marketinq və biznes etikasının, marketinqdə korporativ sosial məsuliyyətin icra edilməsinin öyrədilməsi, qiymətləndirmə strategiyaları və bölüşdürmə kanalları, təchizat zənciri haqqında və pərakəndənin bu zəncirdəki rolu haqqında baza informasiyaların əldə olunması

“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 təşəkküllü 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, danışq etikası və müraciət etiketləri 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-işgüzar 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.

“Xarici dildə işgüzar və akademik kommunikasiya” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)

FTN 1 Ümumi ingilis dilində dinləmə, danışq, 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 lügətə yiyələnmək;

FTN 2 Ümumi ingilis dilində B 1 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

“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 rəqabətliyi baxımından əsas növləri olan: Təkmil rəqabətli bazar, inhisarçı rəqabətli bazar, oliqopolik bazar, inhisar bazarları haqqında ümumi məlumatlar əldə edilir

FTN 5 İctimai nemətlərin iqtisadi mahiyyəti və onların ümumi rifaha təsirinin öyrənilməsi

FTN 6 Bazar iqsadi ehtiyatların səmərəli bölgüsünü təmin edə bilmədikdə, bazarın iflası zamanı iqsadiyyata 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

“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 inteqral hesabının köməkliyi ilə funksiya və dəyişən kəmiyyətlərin tədqiqini bilməyi;

FTN 3 Qeyd edilən riyazi biliklər əsasında iqtisadi və texniki məsələlərin həllində riyazi təhlil aparmaq qabiliyyətini 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 modelləşmənin əsaslarının öyrənilməsini.

“Ehtimal nəzəriyyəsi və riyazi statistika” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)

FTN 1 Təsadüfi hadisələrin və proseslərin baş verməsinin riyazi qanunauyğunluqlarını müəyyən etməyi ;

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 yaratmağı;

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 computer 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.

“Ekonometrika” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)

FTN 1 İqtisadi məsələnin formalaşdırılması və fərziyələrin 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 4 Ekonometrik modelin parametrlərinin və bütövlükdə modelin qiymətləndirilməsi, müvafiq testlərin realizə olunmasında müasir tətbiqi proqram paketlərindən istifadə bacarıqlarına yiyələnmək
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

“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

“Marketing” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)

FTN 1 Marketingin tərifı, marketingə aid ilkin anlayışların formalaşması, marketingin mühiti haqqında biliklərin toplanması
FTN 2 Bazarın seqmentasiyası, 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 yiyələnəcək.
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 -korelasiya və reqressiya-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

“Strateji 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 marketinqi bu istiqamətdə yönləndirmə fəaliyyətləri
FTN 3 Marketinqin 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 marketinqin qurulması, marketinq 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, marketinqdən 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 marketinqi” fənni üzrə təlim nəticələri (FTN)
FTN 1 Marketinqdə 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 dövüdə sülh və müharibə dövürlərində 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, sanitar təmizliyi, ərazinin dezinfeksiyası, kimyəvi zəhərlənmə ocaqlarında deqazasiya, radiasiya şəraitində isə dezaktivasiya üsullarını bilmək;
FTN 3 Fövqəladə hallar komissiyası. Fövqəladə halların nəticələrinin aradan qaldırılması üçün Dövlət sisteminin rolu və vəzifələrini bilmək. Hərbiləşdirilməmiş mülki müdafiə dəstələrinin yaradılmasını 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 idarətmə, mülki müdafiə qərargahları və onların əsas vəzifələrini bilmək;

FTN 6 Mülki müdafiə tədbirlərinin planlaşdırılması və həyata keçirilməsini bacarmaq. FH-in nəticələrinin aradan qaldırılması yollarını bilmək. Qəza- xilasetmə 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.