

Ümumi məlumat	Fənnin kodu, adı və kreditlərin sayı	MKT 850 Beynəlxalq marketing, 6 AKTS
	Departament	İqtisadiyyat və Menecment
	Program	Magistr
	Semestr	2025/2026-cı tədris ilinin payız semestri
	Müəllim	Leyla Şükür qızı Atakışiyeva
	E-mail	leyla.atakishiyeva@khazar.org
	Otaq/saat	
Ön şərtlər	MKT 840 Marketing menecmenti	
Tədris dili	Azərbaycan	
Məcburi/seçmə	Məcburi	
Dərsliklər və kurs materialları	1. Vəliyev A.C.Beynəlxalq marketing (ali məktəblər üçün dərslik) Bakı – 2017, səh.352 2. Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketing.Dərslik.Bakı:“iqtisad Univer-siteti”, - 2010. 3. E.İ.İbişov. Beynəlxalq marketing. Mühazirə mətnləri. Bakı. 2017. 4.“Marketing strategiyası və rəqabətli mövqeyləşdirmə”, Qrem Huley, Con Sonders, Naycel Pirs, “ <i>İqtisad Universiteti</i> ”, 2008	
Kursun təsviri	Kurs dövründə tələbə beynəlxalq marketing fənninin mahiyyəti, konseptual əsasları, onun təşkilatı hüquqi formaları, beynəlxalq bazarların və rəqiblərin təhlili, yeni strategiyaların işlənilib hazırlanması, TMK üçün effektiv marketing proqramlarının yerinə yetirilməsi və onların idarəedilməsi kimi məsələlərə toxunulacaqdır. Burada beynəlxalq marketingin spesifik xüsusiyyətlərini mənimsəmək; beynəlxalq marketing mühitini öyrənmək; beynəlxalq marketing tədqiqatlarının metodları barədə məlumatlı olmaq; xarici bazarların təhlili metodlarını bilmək; xarici bazarlara çıxma metodlarını və onun adaptasiya variantlarını mənimsəmək; xarici bazarlara çıxış zamanı marketing kompleksinin strukturunu və uyğun variantların adaptasiyasını təyin edə bilmək; xarici bazarlarla imn zamanı marketing xidmətinin təşkili variantları barədə məlumatlı olmaq; müasir dünya ticarətindəki təmayülləri dərk etmək və inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirmək və s. mövzuların tədrisi məqsədəuyğun hesab edilmişdir.	
Kursun məqsədi	Beynəlxalq marketing fənninin məqsədi, xarici bazarların spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla marketing elementlərinin tətbiqi prinsiplərini öyrətmək və əlverişli marketing strategiyaları formalaşdırmaq haqqında biliklər verməkdir. Bu fənnin məqsədlərinə aiddir: ✓ Qlobal bazarda müxtəlif ölkələrdə fəaliyyət göstərən müəssisələrin və ya markaların uluslararası səviyyədə tanınmasını və konkurensiya sürətini artırmaq. ✓ Müəyyən bir məhsul və ya xidmətin uluslararası bazarlarda üstünlük qazanmasını təmin etmək. ✓ Fərqli ölkələrdə satış səviyyəsinin artırılması və ölkələrin xalis özəlliklərini və məhsul xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq pazarlama strategiyalarının tətbiq edilməsi. ✓ Müxtəlif ölkələrdən gələn müştərilərə xidmət və satışın effektivləşdirilməsi. Dünya standartlarında fərdi vəzaifələrin öyrənilməsi və illər artan beynəlxalq şəraitin idarə edilməsi üçün tələb olunan biliklərin təmin edilməsi.	
Tədris öyrənmə nəticələri	1. Empirik informasiyaların sistemləşdirilməsi və emalını, idarəetmə məsələlərin həlli üçün marketing metodlarından istifadəni müstəqil seçə biləcəklər; 2. Bazarın və konkret sahənin marketing təhlilinin sistemi aparılmasını üsullarını biləcəklər; 3. Qəbul edilən marketing qərarlarının hər bir səviyyəsi üçün marketingin vəzifə və	

	funksiyalarını düzgün formalaşdırmağı bacaracaqlar; 4. Beynəlxalq səviyyədə mal və xidmətlərin qiymətlərinin formalaşdırılması üsullarını biləcəklər.		
Tədris metodları	Quiz		x
	Qrup təcrübəsi/təqdimat		x
	Mühazirə		x
	Seminar / Keys təhlillər		
Qiymətləndirmə	Metodlar	Tarix/son tarix	Faiz (%)
	Aralıq imtahan	Elan ediləcək	30
	Dərsə davamiyyət		5
	Dərsdə aktivlik		5
	Qrup təqdimatı		20
	Final imtahan	Elan ediləcək	40
Qaydalar	Davamiyyət: 25% iştirak həddini aşan tələbələrə final imtahanında iştirak etməyə icazə verilməyəcəkdir. Dərsə 15 dəqiqə gec gələn tələbələrə qayıb yazılacaq və dərsdə iştirakına icazə veriləcək. Aktivlik: Tələbənin müzakirələrdə iştirakına görə, eyni zamanda verilən tapşırıqlara hazırlıqlı gəldiklərinə əsasən qiymətləndirmə aparılacaq. Təqdimat: Semestr ərzində 2 mövzunu əhatə edən təqdimat olacaq, ümumilikdə 20 bal veriləcəkdir. İlk araşdırma mövzusunda tələbələr 2-3 nəfərlik qruplara bölüşdürülür. Digər mövzuda isə fərdi olaraq araşdırma aparılır. Hər iki təqdimatın hazırlanması zamanı çap materiallarından, elektron mənbələrindən istifadə etmək imkanı olacaq. Bundan əlavə qrup təqdimatlarının hazırlanmasında əsas məqsəd verilmiş tapşırığa komanda halında düzgün cavabın tapılmasıdır; komandada işləmək bacarığının öyrənilməsidir. Qrup təqdimatlarının təqdim edilməsinə görə 10 bal, fərdi təqdimatların təqdimatı üçün də 10 bal tədrisin son həftəsində, final imtahanından əvvəl yazılacaqdır. Təqdimatın mövzusu beynəlxalq marketinq cərcivəsində xüsusi sahələr və ya sənayələr əsasında seçilmiş müəssisənin aşağıda qeyd olunmuşdur: 1. Beynəlxalq məhsul inkişafı və innovasiya 2. Beynəlxalq bazarlar üçün qiymət strategiyaları Plagiarizm: başqa şəxsin, ideya və fikirlərini bu və ya başqa formada özünün kimi qələmə verilməsi və çatdırılmasıdır. Plagiarizm birmənalı olaraq qadağandır və Universitet üzrə qəbul olunmuş qaydalar əsasında tənzimlənir.		

Cədvəl			
Həftə	Tarix	Mövzu	Mənbə
1		“Beynəlxalq marketinq” kursunun predmeti, məqsədi və vəzifələri.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”, 2010. Fəsil 1.
2		“Beynəlxalq marketinq” fəaliyyəti, prinsipləri və inkişaf konsepsiyaları.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”, 2010. Fəsil 2.
3		Beynəlxalq marketinq daxili və xarici mühiti, onun informasiya təminatı. Beynəlxalq marketinqdə kommunikasiya siyasəti.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU ”, 2010. Fəsil 3.
4		Beynəlxalq marketinqin təşkili və xidmət strukturu.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU ”, 2010. Fəsil 4.

5		Beynəlxalq şirkətlərin təşkili metodları.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”, 2010. Fəsil 5.
6		Beynəlxalq marketinq sferasında müəssisələrin fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”, 2010. Fəsil 6.
7		Beynəlxalq marketinqdə qiymət siyasəti.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”, 2010. Fəsil 8.
8		İxrac potensialının qiymətləndirilməsi və rəqabət qabiliyyətinin təhlili.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”, 2010. Fəsil 9.
9		Aralıq imtahanı	
10		Ticarət siyasəti və satışın təşkili formaları. Xarici bazarların kompleks tədqiqi və proqnozlaşdırılması.	Allahverdiyeva M.A. Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”,2010. Fəsil 10.
11		Beynəlxalq marketinqdə əmtəə strategiyası.	Allahverdiyeva M.A. Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”,2010. Fəsil 11.
12		Təqdimat	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”,2010. Fəsil 12.
13		Beynəlxalq marketinqdə reklam	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”,2010. Fəsil 13.
14		Beynəlxalq bazar strategiyaları və onların reallaşması imkanları.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”,2010. Fəsil 14.
15		Azərbaycan Respublikasında beynəlxalq marketinqin əsas istiqamətləri və inkişaf perspektivləri.	Allahverdiyeva M.A.Beynəlxalq marketinq.Dərslik.“ADİU”,2010. Fəsil 15.
		Final imtahanı	