

Ümumi məlumat	Fənn	MKT 838 Reklam strategiyası, 6 AKTS	
	Departament	İqtisadiyyat və menecment	
	Program	Magistr	
	Semestr	2025/2026-cı tədris ilinin payız semestri	
	Müəllim	Ərəbi İrfan Seyid Hadı oğlu	
	Otaq/saat		
Şərtlər	MKT 855 Marketing araşdırmaları		
Dil	Azərbaycan		
İcbari/Seçki	İcbari		
Dərslilər və kurs materialları	Kitablar		
	From Radio to Television (Vincent Terrace) (06.10.2022) 1-ci nəşr Dijital kabilelərin izinde (Kaan Varnalı) (25.01.2013) 1-ci nəşr ABM is B2B (Sangram Vajre, Eric Spett) (19.09.2019) 1-ci nəşr Building a story brand (Donald Miller) (page 12-54) (10.10.2017) 2-ci nəşr Facebook Advertising (Eddie White) (27.02.2019) 1-ci nəşr Pazarlama iletişiminde sosyal medya – 3-cü nəşr (2012) (Selih Seçkin Sevinç) Conducting a swot analysis (Reshan Perera) (18.03.2020) 1-ci nəşr Mastering Google Adswords (Noah Gray) (04.05.2018) 1-ci nəşr Master Google Ads (Mike Ncube) page 24-78 (16.04.2020) 1-ci nəşr Real time marketing&Pr (David Meerman Scott) (27.12.2011) 2-ci nəşr Mastery Del Retargeting (B.Vincent) page 8-44 (16.08.2023) Son nəşr		
	Linklər		
	https://www.themediaant.com/blog/traditional-advertising-vs-digital-advertising/ https://www.cyberclick.net/numericalblog/en/advertising-strategies-what-types-there-are-and-examples https://medium.com/@eSamurai/what-are-the-b2c-b2b-b2g-c2c-c2b-g2b-g2c-b2g-c2g-business-types-of-e-commerce-d8fa28718c21 https://fraza.az/az/news/read/156 https://rockcontent.com/blog/what-is-digital-advertising https://www.facebook.com/business/help/318580098318734?id=369013183583436 Perspe ctive, https://www.publift.com/adteach/what-are-cpm-cpc-cpa-ctr https://ads.google.com/intl/en_uk/home/resources/articles/how-to-analyze-google-ads-successfully/#:~:text=When%20analysing%20Google%20Ads%2C%20you,actual%20key words%20in%20your%20account. Real time .marketing for business growth.(Monique Reece) və David Meerman scott ttps://www.wordstream.com/social-media-marketing https://courses.lumenlearning.com/suny-marketing-spring2016/chapter/reading-advertising/ https://www.facebook.com/business/ads https://www.shopify.com/blog/facebook-ads-manager https://www.hallaminternet.com/facebook-advertising-advantages-disadvantages/ https://blog.hubspot.com/marketing/google-adwords-ppc https://megadigital.ai/en/blog/what-is-google-ads/		
Tədris metodları	Quize		X
	Qrup müzakirəsi		
	Labaratoriya		
	Mühazirə		X
	Kurs sənədi		

Qiymətləndirmə kriterləri	Metodlar	Son tarix	Faiz (%)
	Aralıq imtahanı		30
	Quize		10
	Davamiyyət		5
	Aktivlik		5
	Prezentasiya		10
	Final imtahanı		40
	Yekun		100
Kursun xülasəsi	Reklam sahəsinin,ənənəvi və rəqəmsal fərqləri, düzgün analiz qabiliyyəti ilə bağlı önəmli nüanslara yiyələnmək, düzgün auditoriya hədəfləməsinin aparılması müasir dövrün reklam tələbatı, xüsusilə də Meta (Instagram Facebook, Business Facebook) və Google ads reklamlarının (Google search, Youtube, Google display network, Shopping, App, local,Gmail) nəzəri və praktiki olaraq 0-dan peşəkar səviyyəyə qədər öyrənilməsi. Bu platformaların yalnız texniki tərəfini deyil, həmçinin strateji addımların atılması, düzgün qərar verilməsi, hədəf auditoriyasını düzgün qurmaq, auditoriyaya düzgün kontenti çatdırmaq və rəqibləri izləmək, onları dərinlən araşdırmağı özündə ehtivs edir. Burada əsas praktiki hissələr Business Facebook və Google ADS reklamlarıdır ki, bu iki nəhəng platforma digital marketingin əasa faktorlarıdır. Digər tərəfdən, sosial media-da Google search console, Google analytics, brendin yaradılması, reklam problemlərinin həlli, retargeting, remarketing, LinkedIn reklamları da bu bilgiləri ən üst səviyyəyə daşımaq üçün ən böyük məfhumdur.		
Kursun Məqsədi	Beynəlxalq və Azərbaycan təcrübəsi kontekstində ✓ reklam menecmentinin sistemi haqqında biliklərin, ✓ reklam kampaniyası layihəsinin hazırlanması, ✓ reklam fəaliyyətinin təşkili, ✓ reklamın səmərəliyinin qiymətləndirilməsinin formalaşdırılması, ✓ Sosial Media reklamları ilə praktiki tanışlıq ✓ Google ADS reklamları optimizasiyası ✓ Meta reklamları optimizasiyası		
Kursun yekununda	Bu kursu müvəffəqiyyətlə tamamlayan tələbələr: ✓ Yenidən hədəfləmə (retargeting) metodlarının nəzəri əsaslarını izah edə və onların praktik tətbiqlərini göstərə biləcəklər. ✓ Brend kommunikasiyasında reklamın rolunu və strateji əhəmiyyətini təhlil edə biləcəklər. ✓ Sosial media reklamlarının xüsusiyyətlərini və onların tətbiq imkanlarını praktik nümunələrlə göstərə biləcəklər. ✓ B2B, B2C və C2C reklam modelləri çərçivəsində effektiv reklam strategiyaları hazırlaya biləcəklər. ✓ Reklam fəaliyyətini müxtəlif meyarlar əsasında təhlil edə və qiymətləndirə biləcəklər. ✓ Reklamlarda düzgün hədəfləmə apararaq uyğun auditoriyanı müəyyənləşdirə biləcəklər		

	Quiz Keçilmiş mövzuları əhatə edən quizlər təşkil olunacaq və cavablandırması üçün dərs ərzində minimum 15 dəqiqə - maximum 30 dəqiqə vaxt ayrılacaq. Quizlər açıq suallar və ya test şəklində tərtib oluna bilər. Prezentasiya Hər magistr tələbəsi reklam strategiyaları kursunu əhatə edən mövzular çərçivəsində, praktik yönümlü - hər hansı bir beynəlxalq səviyyəli müəssisə və təşkilatın timsalında reklam strategiyaların tətbiqi ilə bağlı - seçilmiş mövzu haqqında material toplamalı, təqdimat hazırlamalı və təqdim etməlidir. Bu mövzular kursun ilk həftəsində tələbələr tərəfindən seçilir və semstrin sonuna kimi slayd şəklində (.PPT formatında) təqdim etməlidir. Davamiyyət Tələbə semestr ərzində üzürsüz səbəbdən dərslərin 25%-ində iştirak etmədiyi halda müəllimin verəcəyi davamiyyət balından məhrum olunur. İmtahanda iştirak etmək hüququ saxlanılır. Yuxarıda qeyd edilən dərs saatına uyğun olaraq üzürsüz səbəbdən dərslərin 25%-ində artıq dərs buraxan tələbə imtahanda iştirak etmək hüququnu itirir. Aktivlik Tələbənin semestr ərzindəki bütün çalışmaları, dərslərdəki aktivliyi, quizlərin yerinə yetirilməsi, dərslərin gedişində davranışı və s. nəzərə alaraq 5 balla qiymətləndiriləcəkdir.
--	--

Tematik plan			
Həftə	Tarix	Mövzular	Dərslik/Tapşırıq
1.		Reklam təkamülü. Reklam şirkətlərinin rolu. Ənənəvi və digital reklamlar.	https://www.themediaant.com/blog/traditional-advertising-vs-digital-advertising/
2.		Reklam strategiyasının qurulması	http://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/8463/7652.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3.		Biznes modellərdə reklam planlaması. (B2B, B2C, C2C).	https://medium.com/@eSamurai/what-are-the-b2c-b2b-b2g-c2c-c2b-g2b-g2c-b2g-c2g-business-types-of-e-commerce-d8fa28718c21
4.		TV, Radio, və digər ənənəvi reklam modelləri.	https://frazaz.az/az/news/read/156
5.		Rəqəmsal reklamlar. İnnovativ reklam vasitələri.	https://rockcontent.com/blog/what-is-digital-advertising/
6.		Reklam kampaniyalarının effektivliyinin ölçülməsi	https://www.facebook.com/business/help/318580098318734?id=369013183583436Perspective , https://www.publift.com/adteach/what-are-cpm-cpc-cpa-ctr https://ads.google.com/intl/en_uk/home/resources/articles/how-to-analyze-google-ads-successfully/#:~:text=When%20analysing%20Google%20Ads%2C%20you,actual%20keywords%20in%20your%20account.

7.		Retargeting (Ənənəvi və Rəqəmsal reklamlarda).RTM, SWOT analiz.	The SWOT analysis (Lawrence G. Fine)
			Real time .marketing for business growth.(Monique Reece) və David Meerman scott
8.		Aralıq imtahanı Reklam auditoriyasının düzgün seçilməsi	https://www.wordstream.com/social-media-marketing
9.		Reklam məqsədləri	https://courses.lumenlearning.com/suny-marketing-spring2016/chapter/reading-advertising/
10.		Meta platforması üzərindən Instagram, Facebook reklamları	https://www.facebook.com/business/ads https://www.shopify.com/blog/facebook-ads-manager
11.		Meta platforması strategiyası 2 (Praktiki)	https://www.hallaminternet.com/facebook-advertising-advantages-disadvantages/
12.		Google (Dünyanın ən böyük reklam platforması) reklamları, Google ADS.	https://blog.hubspot.com/marketing/google-adwords-ppc
13.		Youtube reklamçılığı.	https://blog.hubspot.com/marketing/youtube-video-advertising-guide
14.		Google Search (axtarış reklamları)	https://megadigital.ai/en/blog/what-is-google-ads/
15.		Google Display Network	https://www.webfx.com/blog/marketing/what-is-google-display-network/