

Malumat	Mövzu (kodu, titul, kredit)	MKT 840 Marketing menecmenti – 3KU credits (6 ECTS credits)	
	Departament	İqtisadiyyat və idarəetmə	
	Program	Magistr	
	Semestr və Tədris ili	Yaz 2020	
	Instructor	Dos. Elman.İ.İbişov	
	E-mail:	elman.ibishli@ khazar.org	
	Classroom/hours	Çərşənbə axşamı 18:30 - 21:00, otaq 31	
Ön şərtlər	ECON 830: Müəssisənin İqtisadiyyatı		
Dil	Azərbaycan dili		
Məcburi / Seçim	Məcburi		
Dərs materialları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler F. Marketing menecment. Ekspress kurs. 2-ci nəşr. Rus dilindən tərcümə. Bakı. "İqtisad Universiteti Nəşriyyatı", 2008 2. E.İ.İbişov. Marketing menecment. Mühazirə mətnləri. Bakı. 2019 3. "Marketing strategiyası və rəqabətli mövqeyləşdirmə", Qrem Huley, Con Sonders, Naycel Pirs, "İqtisad Universiteti", 2008 4. Grant, R. M. (2005) Contemporary Strategy Analysis, 5th Edn., Oxford UK: Blackwell 		
Kursun məzmunu	Kurs dövründə magistrələrə marketing menecment fənninin mahiyyəti, konseptual əsasları, onun təşkilatı hüquqi formaları, bazarın və rəqiblərin təhlili, yeni strategiyaların işlənilib hazırlanması, effektiv marketing proqramlarının yerinə yetirilməsi və onların idarəedilməsi kimi məsələlərə toxunulacaqdır. Bu məqsədlə bazarın formaları, tələb və rəklif və onların qarşılıqlı münasibəti, tələb və təklif zəncirinin idarəedilməsi, alıcılarla qarşılıqlı münasibətlər menecmenti və əməkdaşlıq əlaqələri menecmenti, rəqabətli bazarda firmaların davranışı, bazara alternativ çıxış kanalları, brendinq və ticarət markasının aktivlərinin idarəedilməsi və s. mövzuların tədrisi məqsəduyğun hesab edilmişdir.		
Kursun məqsədi	Burada əsas məqsəd magistrələrə strateji marketingin prinsipləri və müasir metodları haqqında sistem xarakterli təsəvvürləri formalaşdırmaq, eləcə də menecerlərin yeni texnoloji və qlobal reallıqlara uyğunlaşması haqqında biliklər verməkdən ibarətdir.		
Dərsin nəticələri	<ol style="list-style-type: none"> 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. Mal və xidmətlərin qiymətlərini formalaşdırılması üsullarını biləcəklər; 5. Müstəqil formada firma və şirkətlərin təsərrüfat fəaliyyətinin marketing auditinin aparılmasını mənimsəyəcəklər. 		
Təhsil alanların biliklərinin qiymətləndirilməsi və balların verilmə qaydaları	Mühazirə		V
	Quizzes		
	Mühazirə		V
	Kurs işi		V
	Methods	Date/deadlines	Percentage
	Aralıq imtahanı		30
	Dərsdə iştirak		5

	Yoxlama imtahanı-quiz (4 quiz, hər biri 5%)		20
	Fəallıq		5
	Final imtahanı		40
	Cəmi		100
Qaydalar	<p>Davamiyyət: Bu hissədə bal tələbənin dərəcə davamiyyətinə və özünü nümunəvi aparmasına görə veriləcəkdir</p> <p>Aktivlik: Semestr boyu bir mövzu üzrə slayd şou təqdimatına görə 5 bal veriləcəkdir.</p> <p>Yoxlama imtahanı : Semestr ərzində dörd quiz olacaq və quizlər açıq suallardan ibarət olacaq. Hər quiz 5 bal olmaqla, ümumilikdə 20 bal veriləcəkdir.</p>		

Tentative

Həftə	Gün	Mövzu	Dərslik
1	12.02.2020	Marketinq menecment anlayışı, mahiyyəti və XXI əsr marketinqi.	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 1.
2	19.02.2020	Yeni iqtisadiyyatda marketinq	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 2.
3	26.02.2020	Əmtənin dəyərliliyi, istehlakçıların təmin edilməsi və alıcı sadıqlığı. Quiz 1	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 3.
4	04.03.2020	Bazara istiqamətlənmiş strateji planlaşdırma	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 4.
5	11.03.2020	İnformasiyaların yığılması və bazar tələbinin qiymətləndirilməsi, marketinq mühiti	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 5.
6	18.03.2020	İstehlakçı bazarlarının və alıcıların davranışlarının təhlili	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 6.
7	25.03.2020	İşgüzar bazar və biznes alıcılarının davranışları	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 7.
8	01.04.2020	Rəqabət problemləri. Quiz 2	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 8.
9	8.04.2020	Bazar segmentlərinin identifikasiyası və məqsədli bazarın seçilməsi Midterm	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 9.
10	15.04.2020	Əmtənin yaradılması, differensiyalaşdırma və mövqeləşdirmə	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 10.
11	22.04.2020	Əmtə çeşidləri və ticarət markalarının idarə edilməsi. Quiz 3	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 11.
12	29.04.2020	Xidmətlərin işlənilib hazırlanması və servisin idarə edilməsi	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 12.
13	06.05.2020	Qiymətqoyma strategiyalarının və proqramların işlənilib hazırlanması	F.Kotler. Marketinq menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 13.

14	13.05.2020	Marketing satış kanallarının idarə edilməsi. Quiz 4	F.Kotler. Marketing menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 14.
15	20.05.2020	Pərakəndə və topdan ticarətin idarə edilməsi və marketing loqistikası.	F.Kotler. Marketing menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 15.
16	27.05.2020	İntegrasiya olunmuş marketing kommunikasiyasının idarə edilməsi	F.Kotler. Marketing menecment. Tərcümə. Bakı, 2008. Fəsil 16.
Final imtahanı			