

<b>Ümumi məlumat</b>	<b>Fənn</b>	<b>MKT 853 Elektron marketing strategiyası</b>
	<b>Departament</b>	İqtisadiyyat və menecment
	<b>Program</b>	Magistr
	<b>Semestr</b>	2021/22-ci tədris ilinin yaz semestri
	<b>Müəllim</b>	Leyla Şükür qızı Atakişiyeva
	<b>Otaq/saat</b>	
<b>Şərtlər</b>	Yox	
<b>Dil</b>	Azərbaycan	
<b>İcbari/Seçki</b>	İcbari	
<b>Dərslilər və kurs materialları</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <a href="#">Simon Kingsnorth</a></li> <li>"History of the Internet: A Timeline"; (<a href="http://www.wnpl.alibrary.com/train/tutorial/timeline.html">http://www.wnpl.alibrary.com/train/tutorial/timeline.html</a>). Giriş tarixi 4 oktyabr, 2018.</li> <li>"History of the Internet"; (<a href="http://www.cs.rochester.edu/u/leblanc/internetcourse/history.htm">http://www.cs.rochester.edu/u/leblanc/internetcourse/history.htm</a>). Giriş tarixi 5 noyabr, 2018. 7</li> <li>"The Internet"; (<a href="http://www.wu.wien.ac.at:8082/rfc/rfc1462.hyx/rfc1462.3_bThe_bInterne">http://www.wu.wien.ac.at:8082/rfc/rfc1462.hyx/rfc1462.3_bThe_bInterne</a>). Giriş tarixi 10 noyabr, 2018.</li> <li>2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı <a href="http://www.e-qanun.az/framework/401647">http://www.e-qanun.az/framework/401647</a>.</li> <li>"Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu <a href="http://www.eqanun.az/alpidata/framework/data/10/f_10406.ht">http://www.eqanun.az/alpidata/framework/data/10/f_10406.ht</a></li> <li>Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход к онлайн-маркетингу, 2018</li> <li>Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. ; Новосибир. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.</li> </ol>	
<b>Kursun Məqsədi</b>	<p>Kursun əsas məqsədi tələbələrə internet üzərindən təhlükəsiz və effektiv ticarət haqqında məlumatlılığı və bu maarifləndirmə çərçivəsində e-ticarətdən istifadəni öyrədir. Müəssisələrə və fərdlərə təmin edəcəyi rəqabət üstünlüyü əldə etməyi hədəfləyir. Elektron ticarət - informasiya sistemlərindən istifadə edilməklə malların alqı-satqısı, xidmətlərin göstərilməsi və işlərin görülməsi üzrə həyata keçirilən fəaliyyət növüdür. Elektron ticarət iştirakçıları - elektron ticarətin həyata keçirilməsi zamanı satıcı (təchizatçı), alıcı (sifarişçi) və elektron sənəd dövriyyəsi vasitəçisi kimi çıxış edən hüquqi və fiziki şəxslər olur. Satıcı - malları satan elektron ticarət iştirakçısı, alıcı malları alan elektron ticarət iştirakçısı, vasitəçi - elektron sənədi göndərən və alan arasında elektron sənəd dövriyyəsi xidmətlərini göstərən fiziki və ya hüquqi şəxslərdir.</p>	
<b>Kursun Xülasəsi</b>	<p>Elektron ticarətin nəzəri metodoloji xüsusiyyətlərini, funksiyalarını müəyyən-ləşdirmək üçün verilən anlayışları və tərifləri, inkişaf dinamikasını, inkişafına təsir edən amilləri, dünya təcübəsində istifadə olunan elektron marketing strate-giyalarını araşdırmaq, qlobalaşma mühitinə elektron ticarətin təsirlərini müəy-yən-ləşdirmək və s.</p>	
<b>Kursun yekununda</b>	<p>Tələbələr nəticədə bacaracaqlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dövlət və real sektorlarda elektron ticarət proqramlarından istifadəsini,</li> <li>✓ Elektron ticarətdə təhlükəsizlik problemlərini aşkar etmək, analitik düşünərək bu problemlərə həll yollarının tapılması;</li> <li>✓ Elektron ticarətdə istifadə olunan informasiya sistemlərinin əsas funksiyalarını müəyyən edilməsi;</li> </ul>	

	Elektron ticarət sahəsinə yenilik gətirən məlumatların, ideyaların, tətbiqlərin və ya texnologiyaların həyata keçirilməsində risk və məsuliyyəti anlaması və s.			
<b>Tədris metodları</b>	<b>Quiz</b>		x	
	<b>Qrup müzakirəsi</b>		x	
	<b>Labaratoriya</b>			
	<b>Mühazirə</b>		x	
	<b>Kurs sənədi</b>			
<b>Qiymətləndirmə kriterləri</b>	<b>Metodlar</b>	<b>Son tarix</b>	<b>Faiz (%)</b>	
	<b>Aralıq imtahanı</b>		30	
	<b>Quize</b>		10	
	<b>Davamiyyət</b>		5	
	<b>Aktivlik</b>		5	
	<b>Prezentasiya</b>		10	
	<b>Final imtahanı</b>		40	
	<b>Yekun</b>		100	
<b>Qaydalar</b>	<p><b>Quiz</b> 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.</p> <p><b>Prezentasiya</b> Hər magistr tələbəsi elektron markerinq strategiyaları kursunu əhatə edən mövzular çərçivəsində, praktik yönümlü - hər hansı bir beynəlxalq səviyyəli müəssisə və təşkilatın təmsalında 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.</p> <p><b>Davamiyyət</b> 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.</p> <p><b>Aktivlik</b> Tələbənin semestr ərzindəki bütün çalışmaları, dərslərdəki aktivliyi, quizlərin yerinə yetirilməsi, dərslərin gedişində davranışı və s. nəzərə alaraq 5 balla qiymətləndiriləcəkdir.</p>			
	<b>Tematik plan</b>			
	<b>Həftə</b>	<b>Tarix</b>	<b>Mövzular</b>	<b>Dərslər/Tapşırıq</b>
	1		Elektron ticarət anlayışı və əsas xüsusiyyətləri Elektron ticarət anlayışı, yaranma tarixi və forması, fənnin predmeti, metodu, elektron ticarəti klassik ticarətdən fərqləndirən xüsusiyyətlərin təhlili. Internet, elektron ticarətin müasir nəzəriyyələri, praktik əhəmiyyət, internet-intranet və extranet.	Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход к онлайн-маркетингу, 2018 глава-1
2		Elektron ticarətin növləri. Şirkət-şirkət arasında, şirkət istehlakçı arasında, şirkət dövlət arasında, vətəndaş-dövlət arasında elektron ticarət növlərinin nəzəri və praktiki təhlili.	Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -1	
3		Elektron iş modelləri. Elektron iş modellərinin sinifləndirilməsi, Elektron bazar yeri, elektron portallar, elektron iş modellərinin növləri, müasir vəziyyət.	Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход	

			к онлайн-маркетингу, 2018 глава-2
4.		Elektron ticarətdə gizlilik prinsipi. Internet sistemliliyi, pincode, plastik kartlarda gizlilik prinsipi, elektron alqı satqıda gizlilik prinsipi.	Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -3
5.		Elektron ticarətdə dünya təcrübəsinin təhlili. Elektron ticarət nöqtəsi anlayışı, Çin e-ticarət nöqtəsi, Amerika ticarət nöqtəsi, Yaponiya ticarət nöqtəsi. Elektron ticarət nöqtələsini avantaj ve dezavantajlar.	Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход к онлайн-маркетингу, 2018 глава-4
6.		Elektron ticarətdə reklam. Elektron reklam, elektron reklamın növləri, veb saytlar, Affiliate, “Innersitial”, “Supersitial” reklamlar, sayt daxili sponsorlar.	Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -5
7.		Elektron ticarətdə markalaşma (e-branding). Marka, marka nişanı, elektron marka, elektron markalaşma tsikli, Azərbaycanda elektron marka.	Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход к онлайн-маркетингу, 2018 глава-6
8.		Elektron ticarət və sahibkarlıq. Kiçik və orta sahibkarlıqda elektron vergi sistemi, hədəf bazar, elektron kanallarda göstərilən məhsullar-xidmətlər, sahibkarlıq problemləri və həlli metodları.	Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -7
9.		Elektron ticarəti dəstəkləyən təşkilatlar. ARPA, Avropa birliyi, OECD, UNECE, İTC ticarət təşkilatları və elektron ticarət.	Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -7
10.		Elektron ticarət və Avropa Birliyi. Avropa birliyi-yaranma tarixi, e ticarətin inkişafında rolu. E-CLİP, Elektron müqavilələr, İstehlakçı hüquqlarının qorunması.	Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -9
11.		Elektron ticarətdə tətbiq edilən strategiyalar və problemlər.	Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход к онлайн-маркетингу, 2018 глава-5
12.		E-ticarətin inkişaf strategiyalarındakı yeniliklər	Саймон Кингснорт Стратегия цифрового маркетинга. интегрированный подход к онлайн-маркетингу, 2018 глава-8
13.		Elektron ticarətdə iqtisadi mübahisələr.	Digital Marketing Strategy:

		İqtisadi mübahisələr,elektron ticarət konfliktləri, beynəlxalq e ticarət mübahisələri, e ticarət mübahisələrin iqtisad məhkəmələri tərəfindən həlli.Azərbaycanda elektron ticarət tətbiqinin iqtisadi səmərəliyi	An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by <u>Simon Kingsnorth</u> chapter -8
14.		Elektron ticarətdə qanunvericiliyin təhlili. Elektron ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununun təhlili.	"Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu <a href="http://www.eqanun.az/alpidata/framework/data/10/f_10406.ht">http://www.eqanun.az/alpidata/framework/data/10/f_10406.ht</a>
		<b>Final imtahanı</b>	