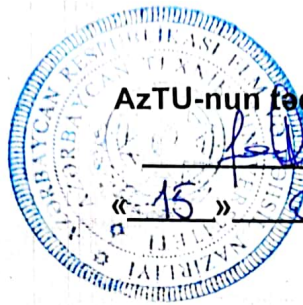


AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN TEXNİKİ UNİVERSİTETİ



TƏSDİQ EDİRƏM

AzTU-nun fədis işləri üzrə prorektor

N.Yusifbəyli

2023-cü il

RƏQƏMSAL MARKETİNG

fənninin
PROQRAMI
(bakalavriat səviyyəsi üçün)

Fakültə:	Iqtisadiyyat və idarəetmə
İxtisas:	050407-"Marketing"
Fənni tədris edən kafedra:	Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing

Kurs:	IV
Semestr:	VII
Kreditlərin sayı:	6
Fənnə ayrılan ümumi saatlar:	180
Auditoriya saatlarının cəmi:	75
o cümlədən:	
Mühazirələr:	45 saat
Seminar, praktiki məşğələ:	30 saat
Tələbənin auditoriyadankənar işi:	105 saat

BAKİ-2023

IF- 2778y - "Rəqəmsal marketing" fənninin proqramı Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyinin F-343 nömrəli 09.07.2020-ci il tarixli F-343 sayılı qərarı ilə təsdiq edilmiş 050407-"Marketing" ixtisasının Ali Təhsil Proqramı və 10 sentyabr 2020-ci il tarixli (protokol №01) AzTU-nun Elmi Şurası tərəfindən təsdiq edilmiş tədris planı əsasında tərtib olunmuşdur.

Fənn proqramını tərtib edən:

"Beynəlxalq ticarət,logistika və marketing" kafedrasının dosenti, i.f.d.


S.R.Əhmədova

Rəyçilər:

1. Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetinin "İqtisadi nəzəriyyə və marketing" kafedrasının dosenti i.f.d., dosent Ağayeva Könül Asəf qızı
2. AzTU-nun "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing" kafedrasının dosenti, i.f.d. Əliyev Rəşad Yavər oğlu

Fənn proqramı "Beynəlxalq ticarət,logistika və marketing" kafedrasının iclasında (11 iyul 2023-cü il tarixli iclasın №-10 sayılı protokolu) müzakirə olunmuş və təsdiq edilməsi üçün tövsiyə edilmişdir:

Kafedra müdiri


i.f.d., prof. R.A.Quliyev

Fənn proqramı "İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsinin Elmi Şurasının iclasında (14 sentyabr 2023-cü il tarixli iclas №-01 sayılı protokolu) müzakirə olunmuş, tövsiyə edilmişdir.

Dekan


dos. F.Q.Musayeva

Mündəricat

Giriş	4
1.Ümumi qaydalar	5
1.1.Fənnin tədrisinin əsas məqsədi	5
1.2. Fənnin tədrisinin əsas vəzifəsi	5
1.3. Fənn üzrə bilik və bacarıqlara olan tələblər	5
2. Fənnin məzmunu	5
2.1. Fənn üzrə saatların bölüşdürülməsi	5
2.2. Fənnin mövzular üzrə planı	6
2.3. Fənnin dərslər növləri üzrə paylanması	7
2.3.1. Mühazirə dərslərinin mövzuları və həcmi	7
2.3.2. Meşğələ dərslərinin mövzuları və həcmi	9
2.3.3.Tələbənin sərbəst işin mövzuları və həcmi	11
2.3.4. Sərbəst işlərin nümunəvi mövzuları	11
3.Fənn üzrə tədris-metodik materiallar	11
3.1. Əyani və digər tədris-metodik vasitələrin, metodiki materialların siyahısı	11
3.2.Təvsiyə olunan ədəbiyyat	12
3.2.1.Əsas ədəbiyyat	12

Giriş

Fənn proqramı Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 24.12.2013-cü il tarixli 348 sayılı Qərarı ilə təsdiq edilmiş "Ali təhsil müəssisələrinin bakalavriat və magistratura səviyyələrində kredit sistemi ilə tədrisin təşkili Qaydaları"nın, Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyinin F-343 nömrəli 09.07.2020-ci il tarixli Qərarı ilə təsdiq edilmiş 050407-"Marketinq" ixtisasının Ali Təhsil Proqramının və Tədris planının tələblərinə uyğun işlənib hazırlanmışdır. Fənn proqramı Azərbaycan Texniki Universitetində müvafiq ixtisasları üzrə bakalavr hazırlığı üçün tərtib olunmuşdur. Proqrama fənnin tədrisinin mərhələlər üzrə məzmunu və həcmi daxil edilmişdir.

Fənn proqramı əsasında işçi proqram (sillabus) hazırlanır.

Fənn proqramı müəllim və tələbələr üçün istifadəsi üçün nəzərdə tutulmuşdur.

1. Ümumi qaydalar

1.1.Fənnin tədrisinin məqsədi

Fənnin məqsədi – tələbələrdə ənənəvi və rəqəmsal marketinq haqqında informasiyaların verilməsi, onların əsas fərqlərinin izah edilməsi, sosial media marketinq üçün vasitələr haqqında biliklərin verilməsi, kontent marketinq strategiyalarının hazırlanması və virtual həyat tətbiqləri sahəsində bacarıq və vərdişlərin aşılanmasıdır.

1.2.Fənnin tədrisinin əsas vəzifəsi

Fənnin əsas vəzifəsi marketinqdə yeni anlayışlar və rəqəmsal marketinq haqqında, ənənəvi marketinqdən əsas fərqlərinin izah edilməsi, sosial media marketinqi, sosial şəbəkələr haqqında informasiyalar və sosial mediada marketinq üçün vasitələr haqqında informasiyaların verilməsi, SEO, SEM anlayışları, Google Ads, Google adwords kimi axtarış vasitələrinin və kontent marketinq strategiyalarının tətbiqi öyrətməkdir.

1.3 Fənn üzrə bilik və bacarıqlara olan tələblər

"Rəqəmsal marketinq" fənnin tədrisin prosesində tələbələrə aşağıdakı bilik və bacarıqların aşılanması qarşıya məqsəd qoyulur:

- rəqəmsal marketinqə aid ilkin anlayışların formalaşmasına aid biliklərə yiyələnmək;
- sosial media marketinqə aid biliklərə yiyələnmək;
- sosial mediada marketinq üçün vasitələr haqqında informasiyalar vermək;
- sosial şəbəkələr haqqında biliklər vermək;
- SEO, SEM anlayışları haqqında biliklər vermək;
- Google Ads, Google adwords kimi axtarış vasitələrinin bilik və tətbiqlərinə yiyələnmək;
- kontent marketinqin strategiyalarının tətbiqlərini öyrənmək;
- influencer marketinq haqqında bilik və onun tətbiqinə yiyələnmək;
- viral marketinq haqqında bilik və onun tətbiqinə yiyələnmək;
- Growthhacking haqqında bilik və onun tətbiqinə yiyələnmək;
- Mobil marketinq, əşyaların interneti və virtual həyat tətbiqləri haqqında biliklərə yiyələnmək

2. Fənnin məzmunu

Rəqəmsal marketing (ing. *digital marketing*) fənni marketing fəaliyyətini rəqəmsal texnologiyaların köməyi ilə həyata keçirmə prosesini izah edəcək. Rəqəmsal marketing marka, məhsul və ya xidməti bazarda internet vasitəsi ilə daha sürətlə tanıtmaya imkan verəcək. Bununla yanaşı müxtəlif üsullarla satışların artırılması da öyrəlinəcək. Burada potensial müştəriləri cəlb etmək, istehlakçı kimi saxlamaq məqsədilə rəqəmsal texnologiyalardan istifadə ediləcək. Fənnin tədrisi rəqəmsal marketingin mahiyyətini, onun strategiyasını, planlaşdırılması və idarəetmə strukturlarının təşkili məsələlərini, habelə sosial şəbəkələr, veb saytlar, e-mail xidmətləri, mobil telefonlar, rəqəmsal televizorlar, bir sözlə internetə çıxışı olan bütün rəqəmsal texnologiyalar və alətlərini müfəssəl şəkildə əhatə edəcək.

2.1 Fənn üzrə saatların bölüşdürülməsi

Mövcud təhsil proqramlarında "Rəqəmsal marketing" fənninin tədrisi üçün 6 kredit (180 saat) ayrılmışdır. AzTU Elmi Şurasının 10 sentyabr 2020-ci il 01 sayılı qərarı ilə təsdiq edilmiş tədris planlarında fənnin tədrisinə ayrılan 180 saatin 75 saati auditoriya (mühazirə, seminar, praktik məşğələ), 105 saat isə auditoriyadankənar işin təşkili (tələbənin müstəqil və müəllimin rəhbərliyi ilə sərbəst işi) üçün nəzərdə tutulmuşdur. Auditoriya saatlarının 45 saati mühazirə, 30 saati praktiki məşğələ dərslərinə ayrılmışdır.

Tədris yükünün IV kursun VII-ci semestrə yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Fənnin tədrisi imtahan ilə nəticələnir.

2.2. Fənnin mövzular üzrə planı

№	Mövzunun adı	Dərs yükünün həcmi (saat)				
		cəmi	mühazirə	məşğələ	TSİ	Sl
1.	Rəqəmsal marketing nədir?	12	3	2	6	2
2.	Rəqəmsal marketingin növləri	12	3	2	4	2
3.	Web 1.0, Web 2.0, 3.0 texnologiyaları və onların xüsusiyyətləri	12	3	2	6	2
4.	Google Ads	12	3	2	6	2
5.	Google Analytics	12	3	2	4	2
6	E-mail marketing, Influencer marketing, Bloq marketing.	12	3	2	4	2
7	Retargeting və Remarketing	12	3	2	4	2
8	Affiliate marketing, Mobil marketing	12	3	2	4	2
9	Viral marketing	12	3	2	6	4
10	SEO (Search Engine Optimization) nədir?	12	3	2	6	4
11	Məzmun marketingi (Content Marketing)	12	3	2	4	2
12	Sosial Medya Marketingi (SMM)	12	3	2	4	2
13	Sosial media reklamları SMA (Social Media Advertising)	12	3	2	4	2
14	Growthhacking nədir?	12	3	2	4	3
15	Rəqəmsal marketing strategiyası	12	3	2	4	2
	Cəmi	180	45	30	70	35

2.3 Fənnin dərs növləri üzrə paylanması
2.3.1. Mühazirə dərslərinin mövzuları və həcmi

№	Mövzunun adı və ədəbiyyat şifrəsi	Mühazirə saatları	TSİ
1	Rəqəmsal marketing nədir? Rəqəmsal marketing nədir? Rəqəmsal marketingin əhəmiyyəti nədir? Rəqəmli əsrdə electron biznes, electron ticarət və electron marketing. Rəqəmsal marketing və ənənəvi marketing arasındakı fərqlər. Rəqəmsal marketingin növləri. Rəqəmsal marketingin satıcı və müştərilər üçün üstünlüyü.	4	4
2	Rəqəmsal marketingin növləri Axtarış Motorunun Optimizasiyası (SEO), Məzmun marketingi, E-poçt marketingi, Sosial Media Marketingi, Affiliate marketing (satış ortaqlığı), Influencer marketing, Remarketing, SEM (Axtarış Motoru Marketingi), Ekran Reklamı, Viral marketing.	2	2
3	Web 1.0, Web 2.0 və 3.0 texnologiyaları və onların xüsusiyyətləri Internetin Təkamülünün Qısa Tarixi Web 1.0 dövründə yalnız Web sayt sahibləri məzmun hazırlaya bilirdi və istifadəçilər isə yalnız oxucu mövqeyində idilər. Web 2.0-in meydana çıxması və texnoloji inkişaf bütün müştəriləri məzmun istehsalçısı etdi. Web 3.0, maşın öyrənməsi və süni intellektin (AI) istifadəsinə əsaslanan yeni nəsil internet texnologiyasına çevrilməyə doğru irəliləyərək ağıllı Web-saytlar və Web proqramlar yaratmağı hədəfləyir. Web 3.0 texnologiyası və onu xüsusiyyətləri. Web 3.0-ı sələflərindən üstün edən nədir? Web 3.0-in Gələcəyi	4	2
4	Google Ads Google Ads (əvvəllər Google AdWords və Google AdWords Express) bizneslərin öz məhsul və xidmətlərini Google Search, YouTube və digər saytlarda təşviqatını etmək üçün istifadə etdiyi onlayn reklam üsuludur. Google Ads həmçinin reklamçılara telefon zənglərinin və ya veb sayt ziyarətlərinin sayını artırmaq kimi konkret məqsədlər seçmək imkanı verir. Google Ads hesabı ilə reklamçılar öz büdcə və hədəflərini fərdiləşdirə və istənilən vaxt reklamlarını başlada və ya dayandıra bilər. Google reklam edəcəyimiz veb saytın bizə məxsus olduğunu təsdiq etməyimizi tələb edir.	4	4
5	Google Analytics Rəqəmsal marketing fəaliyyətləri istifadəçi təcrübəsinin başladığı ilk addımdan son addıma qədər ölçülməli və təqib edilməlidir. Hal-hazırda sayt analizi üçün istifadə edilən alətlərdən biri Google Analytics-dir. Google Analytics saytınızın performansını, kampaniyalarınızı, reklamlarınızı, məzmununuzu, istifadəçi xüsusiyyətləri və davranış modelləri ilə bağlı təyin etdiyiniz məqsədlərə uyğun müntəzəm təhlillər apararaq düzgün yol xəritəsini izləmək üçün bələdçidir. Google Analytics veb sayt ilə bağlı bir çox datanı təmin edir və pulsuz olması səbəbilə ən çox tələb görən alətdir.	2	2
6	E-mail marketing, Influencer marketing, Bloq marketing.		

	E-mail marketing hər kəsin qarşılaşdığı bir marketing üsul olaraq qarşımıza çıxır. Bu elektron poçtun müəyyən bir kütləyə marketing mesajlarını çatdırmaq üçün birbaşa marketing vasitəsi kimi istifadə edildiyi yeni nəsil marketing üsuludur. Influencer Marketing müxtəlif şirkətlərin günümüzün sosial media vasitələrini reklam vermək və məhsullarını çatdırmaq məqsədli istifadə etdikləri bir marketing strategiyasıdır. Bloqlar (Weblog) fərdlər, qruplar və ya şirkətlər tərəfindən düşünce, coment və xəbərləri geniş ictimaiyyətə çatdırmaq üçün istifadə olunan veb sayt növüdür.	2	2
7	Retargeting və Remarketing Retargeting və Remarketing anlayışları. Remarketing reklamlarının fəaliyyət prosesi. Remarketingin formaları: standard remarketing, dinamik remarketing, axtarış reklamları üçün remarketing, video remarketing, Gmail remarketing, sosial media remarketing. Remarketingin növləri: sayt remarketing, search (axtarış) remarketing, e-mail remarketing. Remarketing necə işləyir? Remarketingdə populyar segmentlər hansılardır? Nə zaman istifadəçini remarketing siyahınıza əlavə edə bilməzsiniz?	2	2
8	Affiliate marketing. Mobil marketing Satış ortaqlığı (Affiliate marketing) sistemi haqqında. Gəlir ortaqlığı reklam modelinin fəaliyyət prosesi həyata necə keçirilir? Satış ortaqlıqları yayımçıları markanın təşviqi üçün hansı üsullardan istifadə edirlər? Affiliate necə işləyir? Affiliate marketing kanalının işləmə forması haqqında geniş məlumat. Affiliate kampaniya növləri. Mobil marketing. Mobil marketing fəaliyyət məqsədi. Mobil marketingdə istifadə edilən əsas üsullar.	2	2
9	Viral marketing Viral marketing ənənəvi marketingdə də tətbiq olunan bir üsuldur, rəqəmsal marketingdə bu növ marketing daha təsirli hala gəldi. "Konfidensial marketing" də adlandırılacaq bu üsulda reklam necə yaranır? Influencer marketing ilə viral marketingin oxşar və fərqli cəhətləri. Viral marketingin bloq və e-poçtlarda tez-tez istifadə olunması.	4	4
10	SEO (Search Engine Optimization) İdarəedicilər üçün axtarış motorları optimizasiyası strategiyaları. Axtarış motorlarına Google, Yandex, Bing və s. istifadə ediyimiz alətlər haqqında. Axtarış motorunun optimallaşdırılması faktorları. Hosting seçimi. Hosting xidməti göstərən şirkətlər haqqında. Domen nədir? SSL (Secure Sockets Layer) Sertifikatı haqqında. Sertifikatın növləri. Web səhifəmizin sürətli açılması üçün optimizasiya işləri. Sayt xəritəsi (Site map). Schema Tag.	4	4
11	Məzmun marketingi (Content Marketing) Content marketingin növləri. Fərqli content marketing növlərinin inkişafı. Content marketingdə xüsusi fikir verilməli bəzi məsələlər. Effektiv məzmunun yaratmaq üçün mühüm olanlar. Başlıq, açıqlama, URL və məzmun yönümlü məlumatlar. Web saytın SEO vəziyyətini necə müəyyən edəcəyik? Screaming Frog SEO Spider proqramı	4	4

12	Sosial Medya Marketinqi (SMM) Sosial Medya nədir? Sosial Media Marketinqi və onun faydaları. Sosial medianın üstün və mənfi cəhətləri. Sosial media növləri. Sosial media tətbiqləri: Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, WeChat, TikTok haqqında məlumat. Sosial Media Marketinqinin beş əsas elementləri. Markanın sosial medyada olmasının məqsədi nədir?	2	2
13	Sosial media reklamları SMA (Social Media Advertising) Sosial media reklamları. SMA (Social Media Advertising) qısaltması ilə sektorda istifadə edilən sosial media reklam fəaliyyətləri hədəf kütləyə çatmaq üçün sosial media məcralarında edilən reklam kommunikasiyası fəaliyyətləridir. Facebook kimi sosial media platformalarının istifadəci sayı və istifadəçilər haqqında məlumatlar artdıqca bu platformaların marketinq gücü də artır. Facebookda 11 ədəd reklam məqsədi mövcuddur. Facebook səhifəsində edilən paylaşımlar yetərlidirmi?	2	2
14	Growthhacking nədir? Marketinqin Growthhacking konsepsiyasını hansı növ şirkətlərdə istifadə edirlər? Bu nə üçün lazımdır? Ənənəvi marketinq konsepsiyasından onun fərqi nədir? Growthhackingin əsas 8 strategiyaları haqqında. Uğurlu Growthhacking nümunələri.	4	4
15	Rəqəmsal marketinq strategiyası Marketinq strategiyası. Rəqəmsal marketinq strategiyası necə hazırlanır? Rəqəmsal marketinq strategiyası hazırlanarkən hansı məqamlar nəzərə alınmalıdır? Rəqəmsal marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi və biznes strategiyası haqqında geniş məlumat.	3	2
	Cəmi	45	40

2.3.2. Məşğələ dərslərinin mövzuları və həcmi

Nö	Mövzunun adı	Auditoriya saatları	TSİ
1	Rəqəmsal marketinq nədir?	2	2
2	Rəqəmsal marketinqin növləri	2	2
3	Web 1.0, Web 2.0 və 3.0 texnologiyaları və onların xüsusiyyətləri	2	2
4	Google Ads	2	2
5	Google Analytics	2	2
6	E-mail marketinq, Influencer marketinq, Bloq marketinq.	2	2
7	Retargetinq və Remarketing	2	2
8	Affiliate marketinq, Mobil marketinq	2	2
9	Viral marketinq	2	2
10	SEO (Search Engine Optimization) nədir?	2	2
11	Məzmun marketinqi (Content Marketing)	2	2
12	Sosial Medya Marketinqi (SMM)	2	2
13	Sosial media reklamları SMA (Social Media Advertising)	2	2
14	Growthhacking nədir?	2	2
15	Rəqəmsal marketinq strategiyası	2	2
	Cəmi:	30	30

2.3.3. Tələbənin sərbəst işinin mövzuları və həcmi

Fənn programında nəzərdə tutulmuş mövzuların mənimsənilməsinə möhkəmləndirmək məqsədi ilə tələbələr tərəfindən sərbəst işlər (SI) yerinə yetirilməlidir. Fənin öyrənilməsi nəticəsində əldə olunan bilik və bacarıqlar SI-in hazırlanmasında öz əksini tapmalıdır.

Sərbəst işin həcmi, tərtibatı və qiymətləndirilməsi meyarları sillabusda izah olunur.

Tələbəyə fənn üzrə semestr ərzində 1 sərbəst işin (zəruri hallarda sərbəst işlərin sayı artırıla bilər) yerinə yetirilməsi tapşırığı verilir. Sərbəst işlərin tapşırıqları müxtəlif formada (referat, mühazirə mövzuları üzrə problem və praktiki xarakterli tapşırıqlar, məsələ, misal, sxem və ya modellərin işlənilməsi, fənn üzrə hesablama-cədvəl işləri, alqoritm və proqramların tərtib edilməsi və s.) ola bilər.

Sərbəst işlərin qəbulu fənn üzrə mühazirə dərslərini tədris edən müəllim və yaxud da kafedranın razılığı ilə məşğələ dərslərini tədris edən müəllim tərəfindən auditor saatlardan kənar saatlarda keçirilir.

2.3.4. Sərbəst işlərin nümunəvi mövzuları

No	Mövzunun adı və ədəbiyyatın şifri
1.	SEO
2.	Viral marketing
3.	Target marketing
4.	E-mail marketing
5.	Azərbaycan əhalisinin sosial media platformadan istifadənin statistikasi
6.	Sosial media reklamların üstün cəhətləri
7.	Sosial media reklamların mənfi cəhətləri
8.	Mobil tətbiqlər
9.	Kontent marketing
10.	Linkedin Azərbaycanda
11.	Facebook reklamları
12.	Instagram reklamları
13.	Rəqəmsal marketing strategiyası
14.	Tik-tok reklamları
15.	Influser marketing
Cəmi: 35 saat	

3. Fənn üzrə tədris-metodiki materiallar

3.1. Əyani və digər tədris-metodiki vəsaitlərin, metodiki materialların siyahısı

No	Adı	Mövzu planı üzrə mövzunun şifri	Miqdarı
1	Təqdimatlar	Bütün mövzular	Elektron
2	Fənnin öyrənilməsinə dair metodiki göstərişlər	Bütün mövzular	Elektron və çap nüsxəsi
3	Mühazirələr və əlavə tədris materialları	Bütün mövzular	Elektron və çap nüsxəsi

3.2. Tövsiyə olunan ədəbiyyat

3.2.1. Əsas ədəbiyyat

1. Filip Kotler, Qari Armstrong. Marketingin əsasları. 2021, 744 s.
2. Pervez Ghauri, Philip Cateora. International Marketing. 2013, 56 p.
3. The Marketing Book Fifth Edition Edited by MICHAEL J. BAKER. 2003, 835 p.
4. Nadaraja, R., & Yazdanifard, R. Social media marketing: advantages and disadvantages. Center of Southern New Hampshire University, 2013, 1-10 p
5. Girchenko, T., & Ovsiannikova, Y. Digital marketing and its role in the modern business processes. European Cooperation, 2016, 24-33p
6. Todor, R. D. Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 2016, 51p

3.2.2. Əlavə ədəbiyyat

1. Akar, E. Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler. Ankara: Detay Yayıncılık, 2010 (say. 347)
2. Mazlum, M. "Pazarlama İlkeleri", Çağ Üniversitesi Yayınları 2010 (298 say.)
3. Olgu Şengül "A dan Z ye Dijital Pazarlama" RNK 2018 (325 say.)

Azərbaycan Texniki Universitetinin
“Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing”
kafedrasının dosenti i.f.d. dosent Samirə Əhmədova
tərəfindən tərtib edilmiş 050407 – “Marketing” ixtisası
üzrə bakalavr səviyyəsi üçün “Rəqəmsal marketing”
fənn proqramına

RƏY

“Rəqəmsal marketing” fənninin öyrənilməsinin gələcək marketing mütəxəssislərin peşəyönümü və ixtisası üçün zəruridir. Belə ki, marketing amillərinin nəzərə alınması müəssisələrin bazar payının, mənfəətliliyinin, rentabelliyyəsinin yüksəldilməsinə imkan yaradır. Bu səbəbdən bu fənnin ali məktəblərdə tədris olunmasına xüsusi əhəmiyyət verilir. Odur ki, “Rəqəmsal marketing” fənnin tədris proqramının işlənilib hazırlanması vacib məsələlərdən biridir.

Rəqəmsal marketing fəaliyyəti rəqəmsal texnologiyaların köməyi ilə həyata keçirilir. Rəqəmsal marketingin əsas məqsədi markanı, məhsul və ya xidməti internet vasitəsi ilə tanıtmadır. Bununla yanaşı müxtəlif üsullarla satışların artırılması da əsas məqsədlərdən biridir. Burada potensial müştəriləri cəlb etmək, istehlakçı kimi saxlamaq məqsədilə rəqəmsal texnologiyalardan istifadə etmək. Həmçinin sosial şəbəkələri, veb saytları, e-mail xidmətlərini, mobil telefonları, rəqəmsal televizorları, bir sözlə internetə çıxışı olan bütün rəqəmsal texnologiyaları və alətləri buraya daxil etmək. Lakin internetə birbaşa qoşulmayan kanallardan da istifadə oluna bilər. Buna isə əsasən mobil telefonların SMS, MMS xidmətləri, zəng melodiyaları aid edilir.

Son dövrlər axtarış motoru optimallaşdırması (SEO), axtarış motoru marketingi (SEM), məzmun marketingi, təsir etmə marketingi (Influencer marketing), məzmun avtomatlaşdırılması, kampaniya marketingi, məlumatlara əsaslanan marketing, e-ticarət marketingi, sosial media marketingi, optimallaşdırma, e-poçt marketing, Ekran reklamı, rəqəmsal marketing üsulları həyata keçirilir. Faktiki olaraq, hal-hazırda rəqəmsal marketing mobil telefonlar (SMS və MMS), geri zəng və mobil zəng melodiyaları kimi rəqəmsal medianı təmin edən internet olmayan kanallara da yayılmışdır. Əslində internet olmayan kanallara bu genişləndirmə rəqəmsal marketingin onlayn marketingdən fərqlənməsinə kömək edir.

Proqramda “Rəqəmsal marketing” fənninin əsasları 15 mövzuda məntiqi ardıcılıqla izah edilmişdir. Proqramın tərtibində müxtəlif ədəbiyyat məlumatlarından istifadə edilmişdir.

Proqramda konkret tədris fənninin gələcək mütəxəssisin istehsal prosesinə təsiri, texnikanın inkişaf istiqamətləri, tələbənin ixtisasla bağlı mənimsəyəcəyi bacarıq və verdişlər sistemi, gələcək mütəxəssisin müvəffəqiyyətli fəaliyyətini təmin edən yaradıcılıq qabiliyyəti, təlim materialının mənimsənilməsinin tələb olunan səviyyələri nəzərə alınmışdır.

Proqram ali məktəb tələbələrini fənn üzrə bilik və bacarıqlarının təkmilləşdirmək, təhsilalanların həm ümumi inkişafını həm də əmək fəaliyyətinə, konkret peşəyə və ixtisasa hazırlıq səviyyəsini yüksəltmək üçün nəzəri və praktiki mövzuları əhatə edir.

Belə hesab edirəm ki, Azərbaycan Texniki Universitetinin "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketinq" kafedrasının dosenti, iqtisad üzrə fəlsəfə Samirə Rəqif qızı Əhmədova tərəfindən hazırlanmış "Rəqəmsal marketinq" fənni üzrə proqramı didaktik və metodoloji cəhətdən mövcud tələblərə uyğun tərtib edilmişdir və çapa təqdim edilə bilər.

Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetinin

"İqtisadi nəzəriyyə və marketinq"

kafedrasının dosenti i.ü.f.d.

K.A. Ağayeva



prof. J.A. Həqverdiyeva

**Azərbaycan Texniki Universitetinin
"Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing"
kafedrasının dosenti i.f.d. dosent Samirə Əhmədova
tərəfindən tərtib edilmiş 050407 – "Marketing" ixtisası
üzrə bakalavr səviyyəsi üçün "Rəqəmsal marketing"
fənn proqramına**

RƏY

Müasir dövrümüzdə rəqəmsal texnologiyaların sürətlə inkişafı zamanı bütün iqtisadi fəaliyyət növlərini rəqəmsal marketinqsiz təsəvvür etmək mümkün deyil. Çünki rəqəmsal marketing fəaliyyəti yaradılmış marka, məhsul və ya xidməti internet vasitəsilə yerli və dünya bazarlarında daha sürətlə tanıtmğa imkan verir. Bununla yanaşı rəqəmsal marketing fəaliyyətinin müxtəlif üsulları ilə satışların artırılması da mümkündür. Burada sosial şəbəkələr, veb saytlar, e-mail xidmətləri, mobil telefonlar, rəqəmsal televizorlar, bir sözlə internetə çıxışı olan bütün rəqəmsal texnologiyalar və alətlərini istifadə edərək potensial müştərilərin cəlb olunması, onları daimi müştəri kimi saxlamaq əsas hədəflərindəndir. Müştərilərlə birbaşa ünsiyyət qurmaqla istehlakçıların davranışlarını öyrənmək, sırf onların tələblərini ödəyən məhsullar istehsal etmək və davranışlarına təsir edərək faktorları müəyyənləşdirmək rəqəmsal marketingin köməyi ilə daha tez nail olmaq mümkündür. Həmçinin bu fəaliyyət növün vasitəsilə dünya bazarlarında uğurlu rəqabət aparmaq üçün istehlakçıların arzularında baş verən dəyişiklikləri öncədən görmək olar. Bu zaman nələrə üstünlük verilməsini, rəqiblərdən tez öyrənməklə vaxtında mövcud məhsullarda dəyişiklik etmək, reklam strategiyası və bölüşdürmə kanalının fəaliyyətini optimallaşdırmaq, bir sözlə marketing kompleksinin bütün komponentlərində daha sürətlə dəyişiklik etmək imkanı qazanmaq olar. Bu baxımdan sözügedən fənnin tədrisi aktual hesab edilir. "İqtisadiyyat və idarəetmə" ixtisaslarında təhsil alan bakalavr üçün rəyə təqdim olunan 050407- "Marketing" ixtisasının "Rəqəmsal marketing" fənn proqramının hazırlanmasını təqdirəlayiq hal kimi dəyərləndirmək olar.

Ölkə iqtisadiyyatının dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası istehsal bazarlarının yaranması və inkişafına, habelə satış bazarları uğrunda rəqabət qabiliyyətinin artmasına səbəb olmuşdur. Belə bir şəraitdə istehsal və xidmət sahələrində bazar uğurunu əldə etmək üçün ali təhsil müəssisələrində "Marketing" ixtisası üzrə yüksək ixtisaslı kadrlara ehtiyac günü-gündən artmaqdadır. Qarşıya qoyulan məqsədlərə uyğun olaraq Azərbaycan Texniki Universitetinin "İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsində hazırlanan

050407 – "Marketing" ixtisası "Rəqəmsal marketing" fənn proqramının bakalavr səviyyəsi müddətində tələbələrə marketing elminin daha da yaxşı qavranılmasına köməklik göstəriləcəkdir.

Rəyə təqdim olmuş 050407 – "Marketing" ixtisası üzrə "Rəqəmsal marketing" fənn proqramı bakalavr pilləsi üçün nəzərdə tutulmuşdur. Fənn proqramının I bölməsində fənin məqsədi, əsas vəzifələri, fənn üzrə bilik və bacarıqları olan tələblər, digər fənlərlə əlaqələri öz əksinin tapmışdır. Fənn planının II bölməsində planlaşdırılan dərslər yükü, kreditlərin sayı, ümumi saatlar, auditoriyadan kənar və auditoriya saatları, mühazirə və məşğələ saatları və fənnin tədrisi prosesi nəzərdə tutulan semestrlər həmçinin həftəlik dərslər yükü göstərilmişdir.

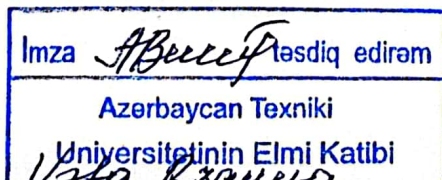
II bölmədə verilən fənlərin məzmunca dolğun, əhatəli və sistemli şəkildə tərtib edilməsi ixtisasın mənimsənilməsinə tam təmin edir.

Rəyə təqdim edilmiş 050407 – "Marketing" ixtisasının ixtisası üzrə "Rəqəmsal marketing" fənn proqramı müasir dövrimizdə ixtisasın tam geniş şəkildə araşdırılmasına və mənimsənilməsinə yönəldilmişdir. Bu ixtisas iqtisadçı kadrlara istehsal və satış yönümlü iqtisadçı kadr prinsipləri əsasında inkişaf etdirmək, milli iqtisadiyyatın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasını artırmaq, mənfəət və rəqabət üstünlüyünü əldə etmək, cəmiyyətə zəruri əmtəə və xidmətlər təqdim etmək, sahədə qabaqcıl mövqeyə nail olmaq, marketingin strateji planlaşdırılması və idarə edilməsi kimi məqsədlərə nail olmağa imkan verəcəkdir.

Milli iqtisadiyyatın makroiqtisadi mənzərəsini, sosial-iqtisadi göstəricilərin dinamikasını, iqtisadi siyasətin əsas konturlarını və sektorial təhlil aparmağı bacarmaq üçün lazımı biliklərə sahib olmalıdır.

İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent Samirə Əhmədova tərəfindən tərtib edilmiş 050407-"Marketing" ixtisası üzrə "Rəqəmsal marketing" fənn proqramında müasir dövlət təhsil proqramının (standartının) tələblərinə cavab verir, nəzəri və praktiki məzmunu bütünlükdə əhatə edir. Bu ixtisası bitirən bütün məzunlar istehsal və xidmət sahələrinin, müəssisə və təşkilatların müvafiq struktur və bölmələrində işləyə bilərlər.

AzTU "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing" kafedrasının dosenti,
i.f.d.dosent



R.Y.Əliyev

Azərbaycan Texniki Universitetinin
"İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsinin Metodiki Komissiyasının
11 sentyabr 2023-ci il tarixli iclasının 07 sayılı protokolundan

ÇIXARIŞ

Fakültə metodik komissiyasının üzvləri – 6 nəfər

İştirak etdi – 5

İştirak etmədi – 1

Gündəlikdə duran məsələ: "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing" dosenti Samirə Rəqif qızı Əhmədova tərəfindən təqdim edilən İF-2778y "Rəqəmsal marketing" fənn proqramının çapa tövsiyə olunması.

Dinlənildi: Fakültə Metodiki Komissiyasının sədri fil.ü.f.d., dos. L.Z.Piriyeva məlumat verərək bildirdi ki, təqdim olunan fənn proqramı bakalavr səviyyəsi 050407-"Marketing" ixtisası üzrə Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyinin 09.07.2020-ci il tarixli, F-343 sayılı əmri təsdiq olunmuş Təhsil Proqramının planının tələblərinə uyğun hazırlanmışdır. İF-2778y "Rəqəmsal marketing" fənni AzTU Elmi Şurasının qərarı ilə təsdiq edilmiş, tədris planına ixtisas fənni statusunda - 6 kredit (180 saat: 75 auditoriya saati) miqdarı ilə daxil edilmişdir. Fənn proqramı "İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsinin nəzdindəki "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing" kafedrasında müzakirə edilmiş və təsdiq üçün fakültə Metodiki Komissiyasına təqdim edilmişdir. Sədr fənn proqramının metodiki cəhətdən qəbul edilmiş tələblərə uyğun gəldiyini nəzərə alıb, komissiya üzvlərindən gündəlikdəki məsələyə münasibət bildirməsini xahiş etdi.

Çıxış etdilər: dos.S.Ə.Əbdürəhmanova, dos. H.A.Mirzəyev çıxış etdilər. Dos. S.Ə.Əbdürəhmanova çıxış edərək "Rəqəmsal marketing" fənn proqramının üstünlüyündən danışarkən qeyd etdi ki, fənnin tədrisinin əsas vəsifəsi 050407-"Marketing" ixtisası üzrə təhsil alan bakalavrlarda firma daxili planlaşdırma barədə davamlı biliklərin formalaşdırılması üzrə lazım olan nəzəri, təcrübi bilik və bacarıqların aşılmasından ibarətdir. Fənn proqramının strukturu və mövzuların məntiqi ardıcılığı keyfiyyətli tədris prosesi təşkil etməyə imkan verir. Proqram müasir dövrün tələblərinə uyğundur. Mən hesab edirəm ki, fənn proqramını biz çapa tövsiyə edə bilərik.

Təklif açıq səsvermədə yekdilliklə qəbul olundu.

Qərara alındı: "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketing" kafedrasının dosenti Samirə Rəqif qızı Əhmədova tərəfindən təqdim edilən İF-2778y "Rəqəmsal marketing" fənn proqramının elmi-praktiki əhəmiyyətini, metodiki cəhətdən qəbul edilmiş tələblərə uyğunluğunu nəzərə alaraq çapa tövsiyə olunsun və "İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsinin Elmi Şurasına müzakirə üçün təqdim edilsin.

Sədr

Katib



dos. L.Z.Piriyeva

b/m. N.N.Baxışova

Azərbaycan Texniki Universitetinin
"İqtisadiyyat və İdarəetmə" Fakültə Elmi Şurasının
14 sentyabr 2023-cü il tarixli iclasının
01 sayılı protokolundan

ÇIXARIŞ

Fakültə elmi şurasının üzvləri – 22 nəfər
İştirak etdi – 17 nəfər
İştirak etmədi – 5 nəfər

Gündəlikdə duran məsələ: "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketinq" kafedrasının dosenti Samirə Rəqif qızı Əhmədova tərəfindən təqdim edilən İF-2778y "Rəqəmsal marketinq" fənn proqramının çapa tövsiyə olunması.

Dinlənildi: Şuranın sədri dos. F.Q.Musayeva çıxış edərək, "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketinq" kafedrasının dosenti S.R.Əhmədovanın tərtib etdiyi 050407-"Marketinq" ixtisası üzrə bakalavriat səviyyəsi üçün hazırlanan "Rəqəmsal marketinq"- İF-2778y fənn proqramının dərc olunması üçün təqdim edilən sənədlər, proqrama əlavə olunan rəylər haqqında məlumat verdi. İF-2778y "Rəqəmsal marketinq" fənni AzTU Elmi Şurasının qərarı ilə təsdiq edilmiş, tədris planına ixtisasın (proqramın) peşə hazırlığı fənləri statusunda - 6 kredit (180 saat: 75 auditoriya saati) miqdarı ilə daxil edilmişdir. Fənn proqramı "İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsinin nəzdindəki Metodik Komissiyada müzakirə edilmiş və təsdiq üçün fakültə Elmi Şurasına təqdim edilmişdir.

Sədr, dos. F.Q.Musayeva şura üzvlərini təqdim edilmiş sənədlərlə tanış edib, fənn proqramının metodiki cəhətdən qəbul edilmiş tələblərə uyğun gəldiyini qeyd edərək, şura üzvlərindən gündəlikdəki məsələyə münasibət bildirməsini xahiş etdi.

Çıxış etdilər: prof.İ.A.Aslanzadə, dos. P.V.Məmmədova, dos.S.Ə.Əbdürəhmanova.

Təklif açıq səsvermədə yekdilliklə qəbul olundu.

Qərara alındı: "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketinq" kafedrasının dosenti S.R.Əhmədovanın tərəfindən təqdim edilən İFS-2778y "Rəqəmsal marketinq" fənn proqramının elmi-praktiki əhəmiyyətini, metodiki cəhətdən qəbul edilmiş tələblərə uyğunluğunu nəzərə alaraq çapa tövsiyə olunsun və AzTU Elmi-Metodik Şurasına müzakirə üçün təqdim edilsin.

Sədr:

dos. F.Q.Musayeva

Katib:

b.m X.H.Əliyeva

**AzTU-nun "Beynəlxalq ticarət, logistika və marketinq" kafedrasının
11.07.2023-cü il tarixli iclasının 10 sayılı protokolundan**

ÇIXARIŞ

Kafedranın əməkdaşları: 12 nəfər

İclasda iştirak etdilər: 8 nəfər

İclasda iştirak etmədi: 4 nəfər

Gündəlikdə duran məsələ: Kafedranın dosenti Samirə Əhmədova Rəqif qızının İF-2778y "Rəqəmsal marketinq" bakalavr səviyyəsi üçün məcburi fənn proqramının müzakirə və çapa tövsiyyə olunması.

Dinlənilədi: Kafedranın müdürü prof. R.A.Quliyev bakalavr səviyyəsində fənn proqramının kafedranın əməkdaşlarına təqdim etdi və onlardan proqrama münasibət bildirmələrini xahiş etdi.

Çıxış etdilər: İlk öncə fənn proqramının müəllifi dos. S.R.Əhmədova tərtib etdiyi proqramının əhatə etdiyi mövzuların aktuallığı haqda bəhs etdi və proqrama verilən müsbət rəyləri oxudu. Daha sonra kafedranın dosenti S.Əhmədova, i.f.d. L.Neymətova,, i.f.d. Ə.Panaliyev proqram haqda öz müsbət fikirlərini söylədilər və çapa tövsiyyə etdilər.

Təklif açıq səsvermədə yekdilliklə qəbul olundu.

Qərara alındı: Kafedranın dosenti Samirə Əhmədova Rəqif qızının İF-2778y "Rəqəmsal marketinq" bakalavr səviyyəsi üçün məcburi fənn proqramı müzakirəyə və çapa tövsiyyə edilsin.

Sədr:

Katib:



prof. R.A.Quliyev

M.N.Qasimova