

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

**Azərbaycan Respublikası Təhsil
Nazirliyinin 640 sayılı 30
sentyabr 2016-cı il tarixli əmri
ilə təsdiq edilmişdir.**

ALİ TƏHSİL PİLLƏSİNİN DÖVLƏT STANDARTI

MAGİSTRATURA SƏVIYYƏSİNİN İXTİSAS ÜZRƏ

TƏHSİL P R O Q R A M I

İxtisasın (proqramın) şifri və adı: 060408 – Marketing

BAKİ – 2016

1. Ümumi müddəalar

- 1.1. Magistratura səviyyəsinin **060408 - Marketing** ixtisası üzrə Təhsil Proqramı “Təhsil haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununa, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarları ilə təsdiq olunmuş “Ali təhsil pilləsinin dövlət standartı və proqramı”, “Magistratura təhsilinin məzmunu, təşkili və “magistr” dərəcələrinin verilməsi Qaydaları”nın tələblərinə, “Ali təhsilin magistratura səviyyəsi üzrə ixtisasların (ixtisaslaşmaların) Təsnifatı”na və digər qanunvericilik aktlarına uyğun hazırlanmışdır.
- 1.2. Tabeliyindən, mülkiyyət növündən və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən ali təhsil müəssisələri **060408 - Marketing** ixtisası üzrə magistr hazırlığını bu Təhsil Proqramı ilə həyata keçirir.
- 1.3. Strukturda istifadə olunan işarələr:
ÜK - ümummədəni kompetensiyalar
PK - peşə kompetensiyaları

2. 060408 - Marketing ixtisasının xarakteristikası

- 2.1. Təhsil Proqramının mənimsənilməsinin normativ müddəti və məzunlara verilən elmi-ixtisas dərəcəsi:

İxtisasın şifri və adı	Verilən elmi-ixtisas dərəcəsi	Əyani forma üzrə təhsil müddəti	Kreditlərin sayı
060408 – Marketing İxtisaslaşmalar: - <i>Marketing (sahələr üzrə)</i> - <i>Loqistika</i>	Magistr	2 il	120

3. Məzunun ixtisas xarakteristikası və kompetensiyası

3.1. Magistrin ixtisas xarakteristikası.

Magistr nəzəri prinsip və tədqiqat metodları haqqında ümumi təsvir və geniş biliyə malik olmalı, peşə hazırlığı tələb edən elmi-tədqiqat işi aparmağa və pedaqoji fəaliyyətə hazır olmalı, peşkar fəaliyyəti çərçivəsində gözlənilməz və mürəkkəb məsələləri həll etməyi bacarmalıdır.

3.2. Proqramın mənimsənilməsi nəticəsində məzunun kompetensiyasına qoyulan tələblər.

3.2.1. Məzun aşağıdakı ümummədəni kompetensiyalara (**ÜK**) yiyələnməlidir:

- özünün intellektual, ümummədəni və peşə hazırlığı səviyyəsini təkmilləşdirib inkişaf etdirmək (**ÜK-1**);
- kütləvi və elmi nətiqlik vərdişlərinə yiyələnmək (**ÜK-2**);
- digər sahələrin mütəxəssisləri, elmi nümayəndələri ilə ünsiyyət qurmaq (**ÜK-3**);
- işgüzarlıq, peşəkarlıq, ünsiyyət vasitəsi kimi Azərbaycan və xarici dillərdən sərbəst istifadə etmək (**ÜK-4**);
- təşkilati-idarəetmə qərarlarını qəbul edib, onun nəticələrini müəyyənləşdirmək və ona görə məsuliyyət daşımaq (**ÜK-5**);
- müasir proqram-informasiya təminatlarından idarəetmə sahəsindəki məsələlərin həllindən istifadə etmək (**ÜK-6**);
- kollektivdə işləmək (**ÜK-7**);
- digər sahələrin mütəxəssisləri ilə ünsiyyətdə olmaq (**ÜK-8**);
- fəal sosial mobillik (**ÜK-9**);
- hüququ biliklər və etik normalara malik olmaq (**ÜK-10**).

3.2.2. Məzun aşağıdakı peşə kompetensiyalarına (**PK**) yiyələnməlidir:

Elmi-tədqiqat sahəsi üzrə :

- istehsal və xidmət müəssisələrində marketinq fəaliyyəti ilə əlaqədar analitik iş metodlarına malik olmaq (**PK-1**);
- elmi-tədqiqatların aparılmasının işçi plan və proqramlarının işlənilməsini həyata keçirmək, tədqiqatlar qrupu və fərdi icraçılar üçün tapşırıq hazırlamaq (**PK-2**);
- marketinq sahəsində tədqiqatların aparılma mexanizminin işlənilib həyata keçirilməsi, onların nəticələrinin həllini tələb edib, icmal illik hesabatlarının hazırlanması üçün məlumatları hazırlamaq (**PK-3**);
- tədqiqat mövzusu üzrə məlumatların toplanması, işlənməsi və sistemləşdirilməsini həyata keçirmək, tədqiqatın metodunu və problemlərin həlli vasitələrini müəyyən etmək (**PK-4**);
- marketinq sahəsi üzrə tədqiq olunan proseslərin və obyektlərin nəzəri və iqtisadi modellərin işləyib həyata keçirmək qabiliyyəti (**PK-5**);
- peşəkar marketinq fəaliyyəti üzrə tədqiq olunan proses və obyektlərin nəzəri və yeni ekonometrik modellərini işləyib hazırlamaq (**PK-6**);
- marketinq üzrə aktual elmi problemləri aşkar edib tədqiqat aparmaq (**PK-7**);
- innovasiyanın səmərəli istifadəsinin istiqamətlərini müəyyənləşdirib tədqiqat aparmaq (**PK-8**);

- risklərin idarə edilməsi sisteminin işlənilib hazırlanması məqsədi ilə təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətində risklərdən yaranmış itkilərin aşkar edilməsi və tədqiqat aparmaq **(PK-9)**;
- tərəfdaş təkilatlarının tədiyyə qabiliyyətli problemlərini tədqiq etmək **(PK-10)**;

Pedaqoji fəaliyyət:

- təhsil müəssisələrində marketinqin əsasları, marketinqin kommunikasiya sistemi, marketinq tədqiqatları və s. fənlərini tədris etmək **(PK-11)**;
- təhsil proqramları və tədris-metodiki vəsaitləri işləyib hazırlamaq **(PK-12)**;
- ali təhsilin bakalavriat səviyyəsində ixtisas fənlərinin tədrisi qabiliyyətinə malik olmaq **(PK-13)**;
- tədris, təlim və ya digər üsullarla öz biliklərini başqasına ötürə bilmək **(PK-14)**;

Layihə -iqtisadi fəaliyyət üzrə :

- hazırlanmış layihələrin həyata keçirilməsi üçün tapşırıqları, layihələrin iqtisadi aspektlərini, müvafiq normativ və metodiki sənədləri sərbəst hazırlamaq və ya onların hazırlanmasına rəhbərlik etmək **(PK-15)**;
- hazırlanmış layihə və proqramların yerinə yetirilməsi üçün konkret tələblər hazırlamaq **(PK-16)**;
- hazırlanmış layihələrin iqtisadi səmərəliliyini müəyyənləşdirmək **(PK-17)**;
- istehsal və xidmət müəssisələrinin, həmçinin kommertiya və qeyri-kommertiya təşkilatlarının marketinq planlarını işləyib hazırlamaq **(PK-18)**;

Təkilati inzibatçılıq fəaliyyəti üzrə:

- təkilatların, o cümlədən, istehsal və xidmət müəssisələrinin inkişafının qısa və uzun müddətli inkişaf strategiyasının işlənilib hazırlanmasına rəhbərlik etmək **(PK-19)**;
- müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı təşkilatların təchizat xidməti və bölmələrinə rəhbərlik etmək **(PK-10)**;
- hazırlanmış və təsdiq edilmiş büdcənin icrası işini təşkil etmək **(PK-20)**;
- sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı qanunvericiliyə riayət edilməsi, qanunvericiliyin pozulması halları ilə barışmamaq və müvafiq inzibati tədbirlər görmək **(PK-21)**;
- peşəkar fəaliyyəti çərçivəsində gözlənilməz və mürəkkəb məsələləri həll etmək **(PK-22)**;
- müvafiq fəaliyyət və metodları təklif etmək və planlaşdırmağa, onların qısa və uzunmüddətli nəticələrini təhlil etmək **(PK-23)**;
- fəaliyyət və ya təhsil sahəsi ilə bağlı problemləri yaradıcı şəkildə müəyyənləşdirmək və ortaya qoya bilməyə, konkret vaxt çərçivəsində və məhdud informasiya şəraitində onları həll edə bilmək **(PK-24)**;
- fəaliyyət və təhsil sahəsi ilə bağlı problemlərin həlli zamanı müvafiq texnologiya və metodları seçmək və onlardan istifadə edə bilməyə, həmçinin potensial nəticələri müəyyənləşdirmək və/və ya qiymətləndirə bilmək **(PK-25)**;
- fəaliyyət və təhsil sahəsi ilə bağlı problemlərin həlli zamanı şəxsi davranışlarını tənqidi şəkildə qiymətləndirmək **(PK-26)**;
- fəaliyyət və təhsil sahəsi ilə bağlı problemləri Azərbaycan və bir xarici dildə

şifahi və yazılı olaraq təqdim etmək və əsaslandırmağa, həmçinin mütəxəssis və qeyri-mütəxəssislərlə birgə müvafiq müzakirələrdə iştirak etməyə malik olmaq **(PK-27)**;

- innovativ yanaşma tələb edən mürəkkəb və gözlənilməz şəraitlərdə müstəqil şəkildə fəaliyyət göstərmək **(PK-28)**;
- təşkilat və ya qrupların strateji fəaliyyəti ilə bağlı məsuliyyət daşımağa **(PK-29)**;
- mürəkkəb şəraitlərdə etik qaydalara uyğun şəkildə davranma bilməyə, şəxsi davranışların etik aspektləri, imkanları, məhdudiyyət və sosial rolunu anlamağa, fəaliyyət və təhsil sahəsi ilə bağlı məsələlərdə əsaslandırılmış qiymətləndirmə aparmaq **(PK-30)**;
- davamlı təlim və peşəkar inkişafı ilə bağlı şəxsi və digərlərinin ehtiyaclarını qiymətləndirməyə, həmçinin müstəqil təhsil üçün zəruri olan səmərəli metodlardan istifadə edə bilmək **(PK-31)**.

4. Peşə fəaliyyəti üzrə hazırlıq səviyyəsinə və təhsilin məzmununa qoyulan minimum tələblər

Peşə fəaliyyətinin xarakteristikası.

4.1.1. 060408 – Marketing ixtisası üzrə magistrlərin peşə fəaliyyətinin əsas istiqamətləri:

- elmi-tədqiqat;
- pedaqoji;
- layihə -iqtisadi;
- analitik;
- təşkilati-inzibatçılıq və s.

4.1.2. Hazırlıq səviyyəsinə qoyulan tələblər:

Elmi-tədqiqat fəaliyyəti:

- marketingin aktual problemlərin aşkar edilərək tədqiq edilməsi;
- marketing üzrə tədqiqatın aparılması planı və proqramının işlənilib hazırlanması;
- elmi bölmələr və fərdi icraçılar üçün müvafiq tapşırıqların hazırlanması;
- marketing sahəsində tədqiqatların aparılması, alınmış nəticələrin təhlili alətlərinin və metodlarının işlənilib hazırlanması;
- marketing sahəsində yekun icmalların, hesabatların və elmi nəşrlərin hazırlanması üçün mövcud məlumatların ümumiləşdirilməsi;
- elmi-tədqiqat mövzusu üzrə məlumatların axtarılması, toplanması, işlənilməsi və təhlili;
- marketingin idarə edilməsi sahəsində mikro və makro səviyyəli problemlərin aşkarlanıb tədqiqi edilməsi;
- konfranslar, seminarlar, simpoziumların hazırlanması və keçirməsi;
- elmi nəşrlərin hazırlanması və redaktə edilməsi.
- müəssisələrin dayanıqlı inkişafının marketing srtategiyalarının tədqiq edilməsi

Pedaqoji fəaliyyət üzrə :

- marketing, marketing tədqiqatları, marketingin kommunikasiya sistemi, istehlakçı davranışı, beynəlxalq marketing fənlərinin təhsil müəssisələrində tədris edilməsi;
- təhsil proqramı və tədris-metodiki materialların hazırlanması;

Analitik fəaliyyət üzrə :

- bazar infrastrukturunun əsas elementlərinin inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirib qiymətləndirmək;
- kommersiya və qeyri-kommersiya təkilatlarının fəaliyyətini xarakterizə edən iqtisadi göstəriciləri təhlil etmək;
- illik hesabatların aparılması və qəbul edilmiş idarə etmə qərarlarının əsaslandırılması məqsədi ilə iqtisadi informasiyaların axtarışı, təhlili və qiymətləndirmək;
- iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi metodları və alətlərinin təhlili və konseptual yanaşmaların qiymətləndirmək;
- bütün növ resurslardan səmərəli istifadənin qiymətləndirmək.

Təkilati-inzibatçılıq fəaliyyəti üzrə:

- müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı təşkilatların marketing xidməti bölmələrinə rəhbərlik etmək;
- elmi-tədqiqat qruplarının işini təşkil etmək ;
- fəaliyyət nəticəsinə əsasən marketing resursların istifadəsinin səmərəliliyinin artırılmasına dair təklifləri işləyib hazırlamaq;
- elmi araşdırmaların nəticələrini kəmiyyət və keyfiyyətə qiymətləndirmək;
- təşkilatın inkişafının qısa və uzunmüddətli maliyyə siyasəti və strategiyasının işlənilib hazırlanmasına rəhbərlik etmək;
- hazırlanmış və tədqiq edilmiş büdcənin icrası işini təşkil və təmin etmək;
- pul axınlarının hərəkətinin, zəruri iqtisadi resursların formalaşması və istifadəsini idarə etmək.

4.2. Təhsilin məzmununa qoyulan minimum tələblər

İxtisas üzrə fənn bölümləri, fənlərin kreditləri, onların mənimsə-nilməsinin nəticələri (bilik, bacarıq və vərdişləri baxımından) və qazanılması nəzərdə tutulan kompetensiyaların kodları.

Fənn bölümünün kodu	Fənn bölümləri, onların mənimsənilməsinin nəticələri (bilik, bacarıq vərdişlər baxımından)	Fənn bölümləri üzrə kreditlərin sayı	Fənnin kodu və adı	Fənn üzrə kreditlərin sayı	Qazanılması nəzərdə tutulan kompetensiyaların kodları
Təhsil hissəsi					
MİF – B00	İxtisas (ixtisaslaşma) fənləri bölümü Bu bölüme daxil olan fənlərin öyrənilməsi nəticəsində magistr bilməlidir: -müasir iqtisad elminin əldə etdiyi nailiy-yətləri sistemləşdirilmiş şəkildə sərh etməyi, yeni iqtisadi sistemlərinin trans-formasiya	60	MİF – B01 <i>Marketingin müasir problemləri</i>	6	PK – 1 PK – 2 PK – 3 PK – 4 PK – 5 PK – 6
			MİF – B02 <i>Tədqiqat metodları</i>	6	PK – 7 PK – 11 PK – 12 PK – 17 PK – 18

	<p>prosesinin qanunauyğunluqlarını və metodoloji prinsiplərini, mikro və makro iqtisadi problem və modellərin sistemli şəkildə şərhini, qlobal qeyri-sabit-lik şəraitində iqtisadi artımın və təhlükə-sizliyin qorunması siyasətini, isgüzar tsiklin idarə olunmasını, uzunmüddətli iqtisadi artımın sürətləndirilməsi yollarını;</p> <ul style="list-style-type: none"> - iqtisad elminin və iqtisadiyyatın fəlsəfi-metodoloji aspektdən dəyərləndirilməsini, mövcud nəzəri və metodoloji problemlərin konseptual qiymətləndirilməsini, müxtəlif yanasmaların müqayisəli təhlili və nəzəri ümumiləndirilmələrin aparılması metodu-kasını, iqtisadiyyatın sistemli yaranış keyfiyyətində ictimai həyatın digər sfera və sahələri ilə integrativ bağlılığının fəlsəfi interpretasiyasını; - marketinq konsepsiyasının istifadə edil-məsinin genişlənməsi və dərinlənməsinin yeni istiqamətlərini; tətbiqi marketinq tədqiqatlarının prioritetlərini; - marketinqin aktual metodiki və praktiki məsələlərini; -marketinq planlaşdırılmasında strateji və cari planlaşdırma məsələlərinin əlaqələndirilməsini; - təşkilat və müəssisələrin (firmaların) fəaliyyət xüsusiyyətlərini, onların fəaliyyət dairələrini, iqtisadi agentləri, müasir məhsul və xidmətləri; - marketinq fəaliyyətinin müasir problem-ləri; -bazar infrastrukturuna uyğun marketinq strategi- 		<p>MİF – B03 <i>Ali məktəb tərəfindən müəyyən edilən fənlər*</i></p>	<p>48</p>	<p>PK – 19 PK – 20 PK – 21 PK – 22 PK – 23 PK – 24 PK – 25 PK – 26 PK – 27 PK – 28 PK – 29 PK – 30 PK – 31</p>
--	--	--	--	------------------	---

	<p>yalarını;</p> <ul style="list-style-type: none"> - marketinq fəaliyyətinin və reklam bazar-larının müasir təhlil metodlarını, idarəetmə qərarlarının riyazi təyinatını; iqtisadi məsələlərin həlli üçün zəruri olan müasir proq-ram məhsullarını. <p>bacarmalıdır:</p> <ul style="list-style-type: none"> - riskin və qeyri-müəyyənliyin iqtisadi mahiyyəti, oyunlar nəzəriyyəsinin məzmununu izah etməyi, alternativ strategiyanın müəyyənləşdirilməsini, gəlirlərin bölgüsü və yoxsulluğa qarşı mübarizənin istiqamətləri, qeyribərabərliyi törədən səbəblər, amillər və mənbələri aşkar etməyi, makro-iqtisadiyyatın əsas prinsipləri, dövlətin iqtisadi siyasəti, onun xarici ticarətin və milli iqtisadiyyatın inkişafına olan təsirini müəyyənləşdirməyi; - iqtisadi proses və hadisələrin konseptual məzmununu tam və dolğun şəkildə üzə çıxarmağı, konseptual yanlışlara yol verilməməyini, aparılan tədqiqatların fəlsəfi metodoloji yönünü, o cümlədən problemlərin tədqiqat metodları və şərh üsullarını müəyyən etməyi, onların inkişaf təməyülləri və perspektivləri haqqında əsaslandırılmış biliklər sistemini formalaşdırmağı; - müxtəlif təsərrüfat subyektləri ilə əlaqələrin qurulması üçün məqsədlisistemli yanaşmanın tətbiqi və qiymətləndirilməsini; - marketinq fəaliyyətinin qiymətləndirilməsini nəzərə almaqla idarəetmə stilinin seçilməsi və qərarlarının əsaslandırılması-nı; 				
--	--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - idarəetmə qərarlarının əsaslandırılmasını; - müəssisənin maliyyə fəaliyyətinin əsası göstəricilərinin təhlili, gəlir, mənfəət və pul axınlarının idarə edilməsini; - marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi məsələlərinin həlli üçün müasir proqram-informasiya təminatından istifadəni; - istehsal, bölgü və mübadilə sferasındakı müasir proseslərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi; - mikro səviyyədə idarəetmə proseslərinin dəqiq inkişaf proqnozlarını formalaşdırmağı; - marketinq fəaliyyəti sahəsindəki müasir proseslərin qiymətləndirilməni. <p>Yiyələnməlidir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - peşəkar sferada praktiki fəaliyyət vərdişlərinə; elmi-tədqiqat işlərinin aparılmasının metod və metodologiyasına; - sərbəst tədqiqat və elmi iş aparmaq vərdişlərinə; - müasir vasitələrin tədqiqi ilə iqtisadi proseslərin makro və mikro modelləşmə vərdislərinə; - iqtisadi proseslərin ekonometrik modellərinin qurulması metodologiyasına; - marketinq qərarları verərkən analiz aparıb ən optimal seçimi etmə bacarığına; - istehsalatda ən müasir texnologiya və metodların istifadəsinə - marketinq fəaliyyətinin idarə olunması üçün statistik, ekspert və kombinasiya üsullarının tətbiqinə 				
Tədqiqat və Təcrübə Hissəsi					
MET – B00	Elmi-tədqiqat işləri Magistr tədqiqatlar, kommunikasiya və innovasiya, tədqiqat işlərinin aparılması dərslərini mənimsədikdən və	60	<i>Tədqiqatlar, kommunikasiya və innovasiya</i>	6	PK-8 PK-9 PK-10 PK-15 PK-16

<p>elmi-tədqiqat işini yerinə yetirdikdən sonra aşağıdakıları bilməli və bacarmalıdır:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dissertasiya işinin mövzusunun müəyyənləşdirmək - dissertasiya işinin planını hazırlamaq - dissertasiya işinin hazırlanması üçün vaxt qrafikini tərtib etmək - dissertasiya mövzusu ilə bağlı elmi baxımdan əsaslandırılmış tənqidi yanaşma ortaya qoymaq - dissertasiya işində ortaya qoyulan araşdırma problemi ilə bağlı məlumat əldə etmə vasitələrini müəyyənləşdirmək - dissertasiya mövzusu ilə bağlı ədəbiyyatları müəyyənləşdirmək - dissertasiya işinin tədqiqat obyektini ilə bağlı məlumat əldə etmə vasitələrini müəyyənləşdirmək - araşdırma və tədqiqatlarla bağlı akademik etika qaydalarını bilmək - dissertasiya işinin yazı qaydalarını bilmək - məlumat toplama vasitəsindən istifadə edərək məlumatların əldə edilməsi və analizi - dissertasiya işində tətbiq edilən analizlərdən sonra əldə edilən nəticələrin elmi təhlili - əldə olunmuş nəticələrin tətbiq edilməsi imkanlarını müəyyənləşdirməyi; - yerinə yetirilmiş dissertasiya işinin müdafiəsini; - dissertasiya işinin nəticələrinin çapa hazırlanmasını; <ul style="list-style-type: none"> - elmi-tədqiqat işinin mövzusunun seçilməsi - elmi-tədqiqatların aparılması prosesini bilmək - tədqiqat prosesi zamanı müəyyən edilmiş mövzu haqqında daha əvvəl aparılmış araşdırma və elmi-tədqiqat işlərini nəzərdən keçirmə - məlumatların daha etibarlı mənbələrdən toplanılması üçün 		<p><i>Tədqiqat İşinin Aparılması</i></p> <p><i>Elmi-tədqiqat təcrübəsi</i></p> <p><i>Elmi-pedaqoji təcrübə</i></p> <p><i>Magistrlik dissertasiyasının hazırlanması və müdafiəsi</i></p>	<p>6</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>36</p>	<p>PK-17</p> <p>PK-18</p>
--	--	---	--	---

	<p>ideal məlumat toplama metodlarının seçilməsi bilmək</p> <ul style="list-style-type: none"> - ehtiyac duyulan əsas və köməkçi məlumatların əldə edilmə mənbələrini və onlardan istifadə üsullarını bilmək - elmi-tədqiqat prosesində xarici ədəbiyyatlardan istifadə edilməsi - elmi-tədqiqat zamanı zəruri müasir proqram təminatlarını və onlardan istifadə qaydalarını - elmi məqalə yazarkən istinadlarda vacib akademik etika qaydalarını bilmək - elmi-tədqiqat prosesinin, araşdırma analizlərinin və nəticələrinin məruzə edilməsi - aparılan elmi-tədqiqatların elmi məqalə halına salınması - elmi jurnallar üçün məqalə və ya elmi konfranslar üçün məruzələrin hazırlanması - məruzələrin təqdim edilməsi - ali məktəb təhsilinin prinsip və məzmununu bilmək - tədris prosesinin təşkili və idarə edilməsi metodlarını bilmək - tələbə psixologiyasını və tələbə davranışlarını bilmək - tələbə qiymətləndirmə metodlarını bilmək və bu metodları tətbiq etmək - tədris prosesində istifadə olunan dərs materiallarının hazırlanmasını bilmək - eyni zamanda istifadə olunacaq ədəbiyyatların seçmək və düzgün şəkildə istifadə edərək bilmək - imtahanlarda tələbənin qiymətləndirilməsi zamanı istifadə olunan materialların (sualların, keyslərin və s.) hazırlama prosesi və üsullarını bilmək - tədris prosesi zamanı auditoriyada davranış qaydalarını bilmək - tədris prosesi zamanı müasir proqram təminatı vasitələrindən istifadə qaydalarını bilmək. - elmi-tədqiqat və elmi-pedaqoji 				
--	---	--	--	--	--

	təcrübələrdə iştirak nəticəsində əldə edilən nəticələrdən dissertasiya işində istifadə etməyi;				
	Kreditlərin ümumi cəmi	120		120	

* *İxtisas və müvafiq İxtisaslaşmalar üzrə sərişətlər (kompetensiyalar) və buna müvafiq fənlər ali təhsil müəssisələri tərəfindən müəyyənləşdirilir.*

- 4.3. İxtisas üzrə magistr təhsil proqramının yerinə yetirilməsi müddəti: ümumi həftələrin sayı - 94
o cümlədən:
- nəzəri təlim - 30 həftə
 - Tədqiqatlar, kommunikasiya və innovasiya, Tədqiqat İşinin Aparılması - 8 həftə
 - təcrübələr (elmi-tədqiqat və elmi-pedaqoji) - 8 həftə
 - imtahan sessiyaları - 10 həftə
 - magistrlik dissertasiyasının hazırlanması və müdafiəsi - 28 həftə
 - tətilər - 14 həftə

5. Maddi-texniki, tədris bazası və kadr potensialı

- 5.1.** Ali təhsil müəssisəsinin **060408 - Marketing** ixtisasının təhsil proqramına müvafiq hazırlanmış tədris planında nəzərdə tutulan fənlər üzrə dərslərin aparılması, təcrübələrin keçirilməsi və elmi-tədqiqat işlərinin yerinə yetirilməsi üçün müvafiq İKT ilə təchiz olunmuş kabinet və laboratoriyalar, kompyuter sinifləri, emalatxanalar və s. ilə təmin olunmuş maddi-texniki bazası olmalıdır. Təhsilənlərin ali təhsil müəssisəsinin lokal şəbəkəsinə, internet, məlumat bazalarına, elektron kitabxanalarına, axtarış sistemlərinə çıxışı təmin edilməlidir.
- 5.2.** Fənlərin tədrisi, bir qayda olaraq, ali təhsil müəssisələrinin elmi dərəcəsi və ya elmi adı olan professor-müəllim heyəti tərəfindən aparılır. Bu fəaliyyətə həmçinin müvafiq ixtisas üzrə minimum magistr dərəcəsinə sahib və həmin sahədə iş təcrübəsi olan digər müəssisə və təşkilatlarda çalışan şəxslər də cəlb oluna bilər.
- 5.3.** Magistrlik dissertasiyalarına elmi rəhbərlik, bir qayda olaraq, həmin təhsil müəssisəsində çalışan professor-müəllim heyətinin elmi adı və ya müvafiq ixtisas üzrə minimum magistr dərəcəsinə sahib və həmin sahədə iş təcrübəsi olan digər müəssisə və təşkilatlarda çalışan şəxslər tərəfindən həyata keçirilir.

6. Tədris prosesinin forma və metodları

- 6.1.** Magistrantın nəzəri təlimi və pedaqoji hazırlığı mühazirə-seminar, məsləhət, sərbəst iş, pedaqoji təcrübə və s. formalarda həyata keçirilir.
- 6.2.** Magistr hazırlığı üzrə tədris prosesində şifahi şərh, müsahibə, interaktiv təlim, müstəqil iş, diskussiya, dəyirmi masa, illüstrasiya, tədqiqatçılıq, laboratoriya və praktik iş və digər metodlardan istifadə edilir.

- 6.3. 060408 - Marketing** ixtisası üzrə magistr hazırlığında elmi-tədqiqat və elmi-pedaqoji təcrübələr nəzərdə tutulur (təcrübələrin məqsəd və vəzifələri ixtisasdən asılı olaraq müəyyənləşdirilir). Təcrübələr növündən asılı olaraq müvafiq təşkilatlarda, yaxud ali məktəblərin kafedra və laboratoriyalarında keçirilə bilər.

7. Yekun dövlət attestasiyasına qoyulan tələblər və qiymətləndirmə

- 7.1.** Yekun dövlət attestasiyası magistrlik dissertasiyasının müdafiəsindən ibarətdir. Dissertasiyanın məzmununa, həcmi, strukturuna qoyulan tələblər və onun müdafiəsi qaydaları Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi tərəfindən müəyyənləşdirilir.
- 7.2.** Təhsilənlərin biliyinin qiymətləndirilməsi Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti tərəfindən təsdiq edilmiş qaydalar əsasında həyata keçirilir.
- 7.3.** Yekun Dövlət Attestasiyası nəticəsində məzunlara magistr ali elmi-ixtisas dərəcəsi və dövlət nümunəli diplom verilir.