



UNEC

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

Təsdiq edirəm:

**“Biznes və logistika” kafedrasının
müdiri: i.e.n.dos., M.Ə.ƏLİYEV**

14.02. 2024-ci il

**“RƏQƏMSAL MARKETİNQ” fənni üzrə
İŞÇİ TƏDRİS PROQRAMI
(Syllabus)**

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin kodu:	00741
Fənnin növü:	əsas
Tədris ili:	2023/2024
Tədris semestri:	yaz
Fakültə:	Biznes və menecment
Qrup:	42,46
Tədris yükü:	60 saat (mühazirə/məşğələ - 30/30)
Kredit sayı:	4 (dörd)
Kafedra:	Biznes və logistika

II. Müəllim haqqında məlumat

Fənni tədris edən müəllim:	Ayaz Tağıyev
E-mail ünvanı:	mba_az@mail.ru
Telefonu:	051-589-10-39

Bu sillabus OSTİM Teknik Universitetinin “Digital pazarlama” fənninin məzmununa uyğun olaraq “Biznes və logistika” kafedrasının müəllimi Tağıyev Ayaz tərəfindən hazırlanmışdır.

III. Fənnin təsviri

Bu fənn, ümumi (əsas) fənlər siyahısına daxil olmaqla, bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələrə rəqəmsal marketinq fəaliyyəti ilə bağlı zəruri baza biliklərini təqdim edir. Rəqəmsal Marketinq xidmət və məhsulun rəqəmsal platformalarda tanıtımını, kampaniyaları, satış sonrası müştəri dəstəyi və müştəri loyallığı kimi bir çox üstünlükləri özündə cəmləşdirən yeni nəsillə marketinq sahəsidir.

Bu fənni öyrənməklə, XXI əsrdə texnologiyanın və xüsusilə internetin inkişaf etməsi, daha çox insanları və sahələri əhatə etməsi ilə bazar və marketinq anlayışları fərqli forma almağa başlamışdır. Artıq bizneslər həm strateji və həm də marketinq planlaşdırmasında fərqli yanaşmalar tətbiq edir və internetin verdiyi imkanlardan daha geniş istifadə edirlər. Dinamik inkişaf edən və innovasiyalarla zəngin olan yeni, daha rəqabətli bazarda uğur qazanmaq istəyən hər kəs internetin verdiyi imkanlardan maksimum dərəcədə istifadə etmək məcburiyyətindədir. Məhsulunuzu reklam etməyin ən yaxşı, üstünlük verilən və bütün dünyada milyonlarla müştəriyə çatmaq üsulu rəqəmsal platformalardan istifadə etməkdir. Bildiyiniz kimi internetdən milyardlarla insan istifadə edir və siz sadəcə müxtəlif rəqəmsal platformalardan istifadə etməklə onlara özünüz haqda məlumat verə bilərsiniz.

IV. Fənnin məqsədi və vəzifələri

Fənnin əsas məqsədi bu sahə üzrə iş quracaq tələbələri daha da irəli apara bilməyimiz, çox geniş bir iş sahəsinə xidmət etmələri üçün Rəqəmsal Marketinq sahəsində nəzəri və praktiki biliklərin öyrədilməsidir.

Fənnin tədrisi qarşısında duran vəzifələr aşağıdakılardır:

- Müasir dünyada rəqəmsal texnologiyaların inkişafı prosesini öyrənmək;
- Rəqəmsal marketinqin mahiyyəti, məqsədi və əsas vəzifələrini öyrənilmək;
- Rəqəmsal marketinqin planlaşdırılması prosesini araşdırmaq,

- Rəqəmsal marketinqin strategiyalarını araşdırmaq, hədəf auditoriyasını müəyyən etmək;
- Sosial Media Platformaları və Sosial Şəbəkə saytları, Mikrobloqları tanımaq;
- Axtarış sistemlərinin optimallaşdırılması haqqında məlumat vermək;
- Axtarış sistemlərində reklamların verilməsi haqqında məlumat vermək;
- Axtarış sistemlərinin optimallaşdırılması xüsusiyyətlərini araşdırmaq;
- Google Analytiks-in işləmə prinsipini öyrənmək;
- Rəqəmsal platformalarda monitorinqin əhəmiyyətini araşdırmaq və s.

V. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənilədikdən sonra tələbə:

Bilməlidir:

- Ənənəvi marketinqlə rəqəmsal marketinqin fərqi;
- Rəqəmsal marketinqin əsas kanallarını;
- Rəqəmsal mühitdə brendin irəliləməsi xüsusiyyətlərini;
- Rəqəmsal marketinq sahəsində araşdırma aparmağı,
- Rəqəmsal platformalardan istifadə etməklə marketinq fəaliyyətini idarə edilməsi
- Axtarış sistemlərinin optimallaşdırılması amillərinin təhlilini;
- Sosial media marketinqinin xüsusiyyətlərini;
- Bloq marketinqinin, influenser marketinqin xüsusiyyətlərini □ E-ticarətin inkişaf mərhələlərini və s.

Bacarmalıdır:

- Rəqəmsal biznesin təşviqi üçün əsas vasitələrdən istifadə etməyi;
- Saytın optimallaşdırılması metodlarını tətbiq etməyi;
- Google Ads-də işləmək xüsusiyyətlərini bilir
- Bazarın və rəqiblərin təhlilində əsas metodlardan istifadə etməyi;
- Yandex.Metrika və Google Analitiks xidmətlərindən istifadə edərək rəqəmsal təşviqin nəticələrini müəyyən etməyi və s.

VI. Kursun programı

Program 15 saatlıq mühazirə, 30 saatlıq seminar olmaqla 45 saatlıq “çevrilmiş tədris” moduluna əsaslanır. Program video, audio və yazılı formatlarda təqdim edilən mühazirə materialları, elektron əks-əlaqə (geridönüş) mexanizmləri, müzakirələr, tapşırıqlar, qrup işləri və sair kimi tədris alətlərinin tətbiqinə əsaslanır. Programın müddəti 15 həftədir.

VII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcəkdir:

1. Rəqəmsal marketinqin əsasları və inkişaf tarixi.
2. Rəqəmsal marketinqin planlaşdırılması
3. Rəqəmsal marketinq strategiyasının hazırlanması
4. Axtarış sistemlərinin optimizasiyası (SEO)
5. Axtarış sistemləri marketinqi (SEM)
6. Rəqəmsal marketinq fəaliyyətinin ölçülməsi alətləri(Google Analytics)
7. Rəqəmsal reklam və PR
8. Sosial Media Marketinqi
9. Rəqəmsal müklər və təhlükəsizlik.Kukilər və gizlilik siyasəti.
10. Retargetinq və Remarketing.Tərəfdaşlıq marketinqi.
11. E-mail marketinq,influenser marketinq,bloq marketinq fəaliyyətlərinin təşkili və idarə edilməsi.
12. Mobil marketinq fəaliyyəti.
13. E-ticarətin inkişafı
14. E-ticarətin əsas platformaları
15. Rəqəmsal texnologiyalarda yeni trendlər və rəqəmsal marketinq sahəsində karyera imkanları.

VIII. Fənnin tədris metodologiyası

Fənnin tədris edilməsi “Çevrilmiş tədris” (Flipped learning) metoduna uyğun təşkil edilmişdir. Bu metodun tətbiqində məqsəd:

- Təqdim edilən tədris materiallarının tələbələr tərəfindən dərstdən kənar saatlarda sərbəst öyrənmə təcrübəsinin aşılması;
- Tədris prosesi zamanı tələbələrdə bilik və bacarıqların əldə edilməsinə məsuliyyətli yanaşma, qrup şəklində işləmə və öz aralarında kommunikasiya bacarıqlarının yaradılması və inkişafı;
- Əsasən praktiki vərdişləri, bacarıq və səriştələri formalaşdırma biləcək tapşırıqların, keyslərin həlli üçün dərslər zamanı daha çox vaxtın ayrılması və nəticədə fənnin tələbə yönümlülüğünün və səriştə aşılama qabiliyyətinin təmin edilməsi.

IX. Fənnin tədris materiallarının tələbələrə catdırılması

Video çəkiliş, animasiya təqdimatı, mühazirə mətni, əlavə internet resursları , onlayn cavablandırılma bilən sual və tapşırıqlar əvvəlcədən (müvafiq mövzunun müzakirəsinə bir həftə qalmış) hazırlanaraq tələbələrin şəxsi kabinetinə yüklənir. Eduman sistemində quraşdırılmış “Ünsiyyət Paneli” platforması vasitəsilə tələbələrlə müəllim arasında əks əlaqə mexanizmi yaradılır .EDUMAN sistemində qurulmuş “Kommunikasiya paneli” platforması vasitəsilə tələbələrlə mühazirə müəllimi arasında əks-əlaqə (geridönüş)n mexanizmi yaradılır.

X. Mühazirə dərslərinin təskili

“Çevrilmiş tədris” metodunda mühazirə dərslərinin məzmununu ənənəvi tədrisdə olan mühazirə dərslərindən fərqlidir. Ənənəvi tədrisdə mühazirə dərslərində müəllim hər mövzu üzrə mühazirə oxuduğu halda, “çevrilmiş tədris” metodunda bir mühazirə dərslərində fənnin iki mövzusu müzakirəsi təşkil edilir (hər mövzunun müzakirəsinə 40 dəqiqə vaxt ayrılır). Yəni tələbələr iki mövzu üzrə materialları dərslərdən öncə öyrənərək mühazirə dərslərində iştirak edirlər.

Müzakirələrin məqsədi mövzular üzrə tələbələrin “zəif yerləri”ni gücləndirmək, tələbələrin çətinlik çəkdiyi məsələləri onlara müzakirə qaydasında bir daha izah etməkdir. Belə müzakirələrin səmərəli təşkili üçün mühazirə dərslərində müəllim (təlimçi) hələ dərslərdən əvvəl (əvvəlki həftə) tələbələrə EDUMAN sistemi vasitəsilə təqdim edilmiş materialları onların necə öyrəndiklərini və mənimsədiklərini “Kommunikasiya paneli” platforması vasitəsilə müəyyən edir. Bunun üçün müəllim testlərdən, tapşırıqlardan yaxud başqa sual-cavab üsullarından istifadə edə bilər. Belə mühazirələr mövzuların tələbələr tərəfindən mənimsənilməsinə gücləndirmək məqsədi güdür.

Tələbə fənn üzrə toplamalı maksimum 100 baldan 5 balı mühazirə dərslərində iştirak fəallığına görə alır.

XI. Seminar-məsələ dərslərinin təskili

Mühazirə dərslərindən fərqli olaraq seminar dərsləri hər bir mövzu üzrə ayrıca aparılır. Seminar dərsləri əsasən tələbələrə təqdim edilmiş materialların öyrənilməsindən onların əldə etdikləri ilkin biliklərin praktiki tətbiqinə yönəlir. Məqsəd mövzu üzrə tələbələrin əldə etdikləri ilkin bilikləri daha da gücləndirmək, həmin bilikləri konkret tapşırıqlara tətbiq etməklə bacarıqların yaranmasına və səriştələrin formalaşmasına nail olmaqdır. Seminar dərsləri tələbələrin qruplara bölünərək keyslərin təhlili, tapşırıqların həlli, streqiyaların qurulması, cavabların təqdimatı, debatların təkili və başqa formalarda qrup işlərinin təşkilinə əsaslanır. Seminar dərslərində xarici və yerli iqtisadi ədəbiyyatdan, habelə beynəlxalq və yerli

mediadan (internet resurslarından) götürülmüş məqalələrin, real nümunələrin və xüsusi keyslərin təhlilinə, müzakirəsinə və məntiqi nəticələr çıxarılmasına xüsusi diqqət ayrılır.

Tələbə fənn üzrə toplamalı maksimum 100 baldan 15 balı seminar dərslərindəki cavablarına və iştirak fəallığına görə alır.

XII. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri

1. Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020
2. Doğuş Yüksel (OSTİM Texniki Universiteti)-Təlim materialları
3. Bora Öç (OSTİM Texniki Universiteti)-Təlim materialları
2. Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri
3. Ümit Büyükyıldırım-“Yeni Başlayanlar için E-Ticaret”
4. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick-“Digital Marketing”-2016
5. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
6. Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с
7. Цифровой маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С. В. Шишло. – Минск: БГТУ, 2021. – 170с. Əlavə ədəbiyyat:
8. Цифровая трансформация в маркетинговой деятельности: от автоматизации к алгоритмическому маркетингу / В. А. Пархименко, О. А. Савчик, В. В. Верняховская [и др.] // Big Data and Advanced Analytics. – 2020. – № 6-1. – С. 303-318.
9. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов / Д. А. Шевченко // Практический маркетинг. – 2019. – № 10(272). – С. 29-37

XIII. Mövzuların məzmunu və tədris-tematik bölgüsü

№	<i>Mövzuların adları</i>	<i>Ədəbiyyat siyahısı</i>
----------	---------------------------------	----------------------------------

1	Rəqəmsal marketinqin əsasları və inkişaf tarixi .	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Bora Öç-Təlim materialları</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>
2	Rəqəmsal marketinqin planlaşdırılması	<p>Dave Chaffey, PR Smith. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating</p>

		<p>Online Marketing. Fifth edition published 2017 by Routledge 2</p> <p>Цифровой маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С. В. Шишло. – Минск: БГТУ, 2021. – 170 с.</p>
3	Rəqəmsal marketinq strategiyasının hazırlanması	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>

4	Axtarış sistemlərinin optimizasiyası (SEO)	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Bora Öç-Təlim materialları</p> <p>Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с</p>
5	Axtarış sistemləri marketinqi (SEM)	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Bora Öç-Təlim materialları</p> <p>Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с</p>
6	Rəqəmsal marketinq fəaliyyətinin ölçülməsi alətləri(Google Analytics)	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Bora Öç-Təlim materialları</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>

7	Rəqəmsal reklam və PR	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
8	Sosial Media Marketinqi	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Doğuş Yüksel-Təlim materialları Bora Öç-Təlim materialları Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с. Цифровой маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С. В. Шишло. – Минск: БГТУ, 2021. – 170 с.
XIV. Seminarların məzmunu və tədris-tematik bölgüsü		
1	Rəqəmsal marketinqin əsasları və inkişaf tarixi .	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Doğuş Yüksel-Təlim materialları Bora Öç-Təlim materialları Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва:
		Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.

2	Rəqəmsal marketinqin planlaşdırılması	<p>Dave Chaffey, PR Smith. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. Fifth edition published 2017 by Routledge 2</p> <p>Цифровой маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С. В. Шишло. – Минск: БГТУ, 2021. – 170 с.</p>
3	Rəqəmsal marketinq strategiyasının hazırlanması	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>
4	Axtarış sistemlərinin optimizasiyası (SEO)	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Vora Öç-Təlim materialları</p> <p>Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с</p>
5	Axtarış sistemləri marketinqi (SEM)	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Vora Öç-Təlim materialları</p> <p>Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для</p>

		направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с
6	Rəqəmsal marketing fəaliyyətinin ölçülməsi alətləri(Google Analytics)	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Doğuş Yüksel-Təlim materialları Bora Öç-Təlim materialları Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
7	Rəqəmsal reklam və PR	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
8	Sosial Media Marketingi	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Doğuş Yüksel-Təlim materialları Bora Öç-Təlim materialları Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с. Цифровой маркетинг: тексты лекций для магистрантов специальности 1-26 80 05 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения / С. В. Шишло. – Минск: БГТУ, 2021. – 170 с.

9	Rəqəmsal mülklər və təhlükəsizlik. Kukilər və gizlilik siyasəti.	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Doğuş Yüksel-Təlim materialları Bora Öç-Təlim materialları
		Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
10	Retargetinq və Remarketing.Tərəfdaşlıq marketinqi.	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
11	E-mail marketinq,influenser marketinq,bloq marketinq fəaliyyətlərinin təşkili və idarə edilməsi.	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Doğuş Yüksel-Təlim materialları Bora Öç-Təlim materialları Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с

12	Mobil marketing fəaliyyəti.	<p>Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020</p> <p>Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri</p> <p>Шахшаева Л.М. Учебное пособие по дисциплине «Digital-маркетинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 115 с</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>
13	E-ticarətin inkişafı	<p>Ümit Büyükyıldırım-“Yeni Başlayanlar için ETicaret”</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Bora Öç-Təlim materialları</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>
14	E-ticarətin əsas platformaları	<p>Ümit Büyükyıldırım-“Yeni Başlayanlar için ETicaret”</p> <p>Doğuş Yüksel-Təlim materialları</p> <p>Bora Öç-Təlim materialları</p> <p>Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.</p>

15	Rəqəmsal texnologiyalarda yeni trendlər və rəqəmsal marketinq sahəsində karyera imkanları.	Olgu Şengül -“2 saatde A-dan Z-ye Dijital Pazarlama-2020 Emre Gökşin - Dijital Pazarlamanın temelleri Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 352 с.
----	--	--

XIV. Dərsə davamıyyət

Tələbərin dərslərin ən azı 75 faizində iştirak etməlidirlər. Bundan az dərslərdə olan tələbələr imtahana buraxılmırlar.

XV. Tələbələrin bilik və bacarıqlarının qiymətləndirilməsi Fənn üzrə tələbələrin yekun biliyi 100 ballıq sistem üzrə qiymətləndirilir. Balların maksimum miqdarı -100 baldır. Balların bölgüsü aşağıdakı kimidir:

İstiqamət	Ballar	Faiz
Seminar dərslərindəki cavablar və iştirak fəallığına görə	20	20%
Aralıq imtahanı	30	30%
Final imtahanı	50	50 %
Cəmi:	100	100 %

Fənn üzrə tələbənin bilik və bacarıqlarının attestasiyası bütünlüklə fənn üzrə 75 (yetmiş beş) sual üzərindən (hər mövzu üzrə 5 sual, keys və ya tapşırıq olmaqla) qiymətləndirilərək aparılır.

Aralıq imtahanı 5 (beş) mövzu üzrə olmaqla 25 (iyirmi beş) sualı əhatə edir. Suallar nəzəri biliklərə və praktiki tətbiqə (tapşırıqların həlli) əsaslanır. Aralıq imtahanı yazılı formada təşkil edilir. Aralıq qiymətləndirmə zamanı tələbə imtahanda 3 (üç) sualı cavablandırmaqla (hər sualın cavabı maksimum 10 bal üzərindən olmaqla) maksimum 30 bal toplaya bilər.

Final qiymətləndirmə qalan mövzular üzrə 50 sual, keys və tapşırıqlar üzrə keçirilir. Final imtahanı zamanı tələbənin biliyi 5 (beş) sualın cavabı əsasında (hər sualın cavabı maksimum 10 bal üzərindən olmaqla) maksimum 50 bal dəyərləndirilir. Tələbənin topladığı yekun bal 51 baldan aşağı olduqda (yəni onun biliyi “qeyrikafi” qiymətləndirildikdə) tələbə bu fəndən krediti qazanmır və onun fənn üzrə akademik borcu qalır.

Fənn müəllimi:

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized initials and a surname, likely 'A.R. Tagiyev'.

Tagiyev A.R.

—