Azərbaycan Dövlət Iqtisad Universiteti (UNEC)

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

09 sentyabr 2025-ci il

“SOSIAL MEDIA MARKETINQI” fənni üzrə

İŞÇİ TƏDRIS PROQRAMI

(Sillabus)

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin kodu:	**00817**
Fənnin növü:	**seçmə**
Tədris ili:	**2024/2025**
Tədris semestri:	**payız**
Fakültə:	**Biznes və menecment**
Qrup:	**900-1, 900-2**
Tədris yükü:	**45 saat (mühazirə/məşğələ -30/15)**
Kredit sayı:	**4 (dörd)**
Kafedra:	**Biznes və logistika**

II. Müəllim haqqında məlumat

Fənni tədris edən müəllim:	**dos. i.ü.f.d., Hicran Muradova**
E-mail ünvanı:	muradovahicran@mail.ru
İş telefonu:	(012) 4403367

Bu sillabus Yıldız Teknik Universitetinin "Sosial mediada pazarlama" fənninin məzmununa uyğun olaraq "Biznes və logistika" kafedrasının dosenti Hicran Muradova tərəfindən hazırlanmışdır.

III. Fənnin təsviri

Bu fənn, ümumi (əsas) fənlər siyahısına daxil olmaqla, bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələrə sosial media fəaliyyəti ilə bağlı zəruri baza biliklərini təqdim edir. Sosial Media Marketinqi (SMM), xidmət və məhsulun sosial mediada tanıtımını, kampaniyaları, satış sonrası müştəri dəstəyi və müştəri loyallığı kimi bir çox üstünlükləri özündə cəmləşdirən yeni nəsil 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 Sosial Mediadan istifadə etməkdir. Bildiyiniz kimi internetdən milyardlarla insan istifadə edir və siz sadəcə müxtəlif sosial media vasitələrdən 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 Sosial Media Marketinq sahəsində nəzəri və praktiki biliklərin öyrədilməsidir.

Fənnin tədrisi qarşısında duran **vəzifələr** aşağıdakılardır:

- Rəqəmsal marketinq və Sosial media marketinqinin öyrənilməsi,
- Sosial Mediada marketinqinin rolunu araşdırmaq,
- Məqsədlər və strategiyalar, hədəf auditoriyasının müəyyən etmək,
- Sosial Media Platformaları və Sosial Şəbəkə saytları, Mikrobloqlar tanımaq
- Contentin yaradılması və paylaşılması: Blogging, Streaming, Podcasts & Webinars
- Video marketinq, Fotoşəkil Paylaşma saytları ilə marketinqin əlaqəsi
- Müzakirə, xəbərlər və sual-cavab saytları
- Content marketinq: məqalələr, rəsmi sənədləşmələr və elektron kitabların nəşri
- Sosial şəbəkələrdə mobil marketinqin öyrənilməsi
- Sosial medya monitorinqinin əhəmiyyətinin araşdırılması
- Sosial medya marketinqinin idarə edilməsi və Sosial medya marketinqinin planlamasının öyrənilməsi.

V. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənildikdən sonra tələbə:

Bilməlidir:

- Kompüter biliklərini,
- Sosial Media sahəsində araşdırma aparmağı,
- Sosial Media Platformalarını

- Sosial Şəbəkə saytları, Mikrobloqlar

Bacarmalıdır:

- Sosial media və satış;
- Sosial şəbəkələrinin funksionallığı;
- Reklam strategiyası qurmaq.
- Alətlərlə tanışlıq;
- Effektivliyin ölçülməsi;
- Kreativ kontentin yaradılması.

VI. Prerekvizitlər

Yoxdur.

VII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

1. Rəqəmsal marketinq və sosial media marketinqinə giriş
2. Sosial Media bazarının rolu
3. Məqsədlər və strategiyalar, hədəf auditoriyasının müəyyən edilməsi
4. Sosial Media Metrikləri
5. Sosial media bazarının planlaşdırılması
6. Sosial media bazarının idarə edilməsi
7. Sosial Media Məzmun (content) Marketinqi
8. Sosial Mediayada optimallaşdırma
9. Sosial Media Reklamları
10. Viral marketinq
11. Video marketinq
12. Sosial Media və Mobil Oyunlar
13. Influencer Marketing
14. Sosial Mediada Böhran İdarəetmə
15. Sosial Media Marketinqi üçün Nişan Qaydaları

VIII. Fənnin mühazirə mətnləri

Fənnin bütün mövzuları üzrə mühazirə mətnləri, müzakirə sualları və tapşırıqlar, habelə müxtəlif növ məşğələ materialları elektron formatda Universitetin saytında "Virtual universitet" bölməsində (www.vu.aseu.az) yerləşdirilir.

XI. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri

1. Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
2. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadvick, tercüme: Fahri Apaydın, Aytürk Aksakal Dijital Pazarlama (VI baskı) 2016.

3..Doç, Dr. Nilufer Fatma Göksu "Sosyal mediada içerik Pazarlaması ve Tüketici Davranışları" 2021

S/n	*Mövzuların adları*	*Ədəbiyyat siyahısı*
1	Rəqəmsal marketinq və sosial media marketinqinə giriş	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
2	Sosial Media bazarının rolu	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
3	Məqsədlər və strategiyalar, hədəf auditoriyasının müəyyən edilməsi	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
4	Sosial Media Metrikləri	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
5	Sosial media bazarının planlaşdırılması	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
6	Sosial media bazarının idarə edilməsi	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015
7	Sosial Media Məzmun Marketinqi	Prof. Dr. İbrahim Kırçova "Sosyal Medya Pazarlama" 2015

8	Sosial Mediayada optimallaşdırma	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
9	Sosial Media Reklamları	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
10	Viral marketinq	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
11	Video marketinq	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
12	Sosial Media və Mobil Oyunlar	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
13	Influencer Marketing	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
14	Sosial Mediada Böhran İdarəetmə	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015
15	Sosial Media Marketinqi üçün Nişan Qaydaları	Prof. Dr. İbrahim Kırçova “Sosyal Medya Pazarlama” 2015

XII. Seminar-məşğələlər: hazırlıq və qiymətləndirmə

Seminar-məşğələ dərslərində tələbə öz fikirlərini məntiqi ardıcıllıqla ifadə və izah etməyi, habelə arqumentlərlə əsaslandırmağı bacarmalıdır. Buna nail olmaq üçün tələbə:

1) Seminar məşğələsinin hər bir mövzusu üzrə müzakirəyə çıxarılan suallarla diqqətlə tanış olmalı;
2) Müvafiq mühazirə materiallarını diqqətlə öyrənməli;
3) Mövzu üzrə tövsiyə edilən ədəbiyyatı oxumalı və öyrənməli;
4) Seminar məşğələsində müzakirəyə çıxarılan hər bir sual üzrə qısa çıxış hazırlamalı;
5) Mövzu üzrə verilən praktik tapşırıqları və məsələləri yerinə yetirməklə praktik bacarıqlara yiyələnməlidir.

Bütün ali məktəblərdə tələbələrin attestasiyası – Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirinin 11.09.2008-ci il tarixli 1060 saylı əmri ilə təsdiq olunmuş "Kredit sistemi ilə təhsil alan tələbələrin biliyinin qiymətləndirilməsi haqqında" Əsasnaməyə uyğun olaraq aparılır.

Tələbənin fənn üzrə toplaya biləcəyi bal maksimum 100-ə bərabərdir. Bu balların yarısı semestr ərzindəki fəaliyyətə, digər yarısı isə imtahanın nəticələrinə görə toplanır.

XIII. Fənn üzrə kurs işi

Fənn üzrə kurs işi nəzərdə tutulmayıb.

XIV. Aralıq qiymətləndirmə

Tələbənin aralıq imtahanındakı cavabı 0-30 bal aralığında (maksimum 30 bal) qiymətləndirilir.

XV. Yekun imtahan

Fənnin tədrisinin sonunda bir dəfə yekun imtahan təşkil olunur. Tələbənin imtahandakı cavabı 0-50 bal aralığında (maksimum 50 bal) qiymətləndirilə bilər. İmtahan yazılı formada və test qaydasında təşkil olunur. Fənn üzrə imtahan sualları yaxud testlər mühazirə mətnləri və məşğələ dərslərinin məzmununa uyğun olaraq tərtib edilir.

Yekun imtahanda tələbə minimum 17 bal toplamazsa, onda imtahana qədər yığılan ballar toplanmır, tələbə bu fəndən krediti qazanmır və onun fənn üzrə akademik borcu qalır.

İmtahanın nəticələrinin qiymətləndirilməsi ilə bağlı tələbənin hər-hansı şikayəti olarsa, tələbə Universitetdə müəyyən olunmuş ümumi qaydalar əsasında Apellyasiya Komissiyasına müraciət edə bilər.

XVI. Fənn üzrə yekun qiymətləndirmə

Fənn üzrə tələbələrin yekun biliyi 100 ballıq sistem üzrə qiymətləndirirlir. Balların maksimum miqdarı -100 baldır.

Yekun imtahandan sonra tələbənin fənn üzrə topladığı bütün ballar toplanır və yekun qiymət (bal) hesablanır.

XVII. Fənn üzrə qiymətləndirmə

Tələbələrin sərbəst (qrup) işinə görə	-	-
Seminar (məşğələ) dərslərinin nəticələrinə görə	20 bal	20 %
Ara imtahan	30 bal	30 %
Yekun imtahan	50 bal	50%
Semestr nəticəsinə görə	100 bal	100%

Fənn üzrə semestr ərzində (imtahana qədər və imtahanda) tələbənin topladığı balın yekun miqdarına görə onun yekun biliyi aşağıdakı kimi qiymətləndirilir:

51 baldan aşağı olduqda	-	"qeyri-kafi"	– **F**
51-60 bal	-	"qənaətbəxş"	– **E**
61-70 bal	-	"kafi"	– **D**
71-80 bal	-	"yaxşı"	– **C**
81-90 bal	-	"çox yaxşı"	– **B**
91-100 bal	-	"əla"	– **A**

Tələbənin topladığı yekun bal 51 baldan aşağı olduqda (yəni onun biliyi "qeyri-kafi" qiymətləndirildikdə) tələbə bu fəndən krediti qazanmır və onun fənn üzrə akademik borcu qalır.

Tərtib etdi: ______________________i.ü.f.d., dos. Muradova Hicran Rafiq