



ODLAR YURDU UNİVERSİTETİ
İSTEHSALAT TƏCRÜBƏSİ PROQRAMI

(bakalavr səviyyəsi)

Kafedra – İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər

İxtisasın şifri və adı: **050407 “Marketing” ixtisası**



Bakı-2022



ODLAR YURDU UNİVERSİTETİ
İSTEHSALAT TƏCRÜBƏSİ PROQRAMI

(bakalavr səviyyəsi)

Kafedra – İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər

İxtisasın şifri və adı: 050407 “Marketing” ixtisası

Proqram Odlar Yurdu Universitetinin “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrasının **09.01.2022-ci il tarixli (Protokol №6)** iclasında müzakirə edilmiş və universitetin Elmi Şurasının **26.01.2023-cü il tarixli qərarı** ilə təsdiq edilmişdir.

Bakı-2023

Tərtib edən (lər): Odlar Yurdu Universiteti, “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrasının müəllimi, dosent, iqtisad elmləri namizədi S.B.Məmmədova

Odlar Yurdu Universiteti, “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrasının müəllimi N.S. Muradova

Elmi redaktor: Odlar Yurdu Universitetinin “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrasının professoru, iqtisad elmlər doktoru Əli Qəmbərəli oğlu Əlirzayev

Elmi rəyçi (lər): Odlar Yurdu Universitetinin “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrasının dosenti, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru Natiq Ənvər oğlu Qarayev

“İqtisadçı Tələbələrin Elmi Fəaliyyətinə Yardım” İB-nin sədri Aslan Cavid oğlu Əzimzadə

Təcrübə proqramı OYU-nun “Karyera və təcrübə” mərkəzi ilə razılaşıdırılıb.

“Karyera və təcrübə” mərkəzinin həmsədri:

_____ dos. F.İ.İbadov

“Odlar Yurdu Universiteti” nəşriyyatı 2023

GİRİŞ

“Marketing” fənni müasir cəmiyyətimiz üçün aktual olan problemlərdən ən vacibi gənc nəslin təlim və tərbiyəsi, onun gələcək həyat fəaliyyətinə hazırlanmasıdır. Bu proses təhsilin məzmununun dünya təhsil sisteminə inteqrasiya edilməklə, gənc nəslin elmi dünyagörüşü, mənəvi dünyasının zənginləşməsi, yeni texnologiyalara yiyələnməsi, insanların yaradıcılıq potensialının artması şəraitində həyata keçirilir. Bunlar düzgün həyata keçirilərsə, cəmiyyətin sosial-iqtisadi, siyasi, mədəni həyatında da əhəmiyyətli irəliləyişlər baş verə bilər. Bütün bunlar gənc nəslin təlim və tərbiyəsinin günün tələblərinə uyğun təkmilləşməsindən asılıdır ki, bu da elmi-tədqiqat işlərinin təkmilləşməsinin zamanla ayaqlaşmasını tələb edir.

Marketing sisteminin müasir xüsusiyyətləri, onun dünya iqtisadiyyatının inkişafı və təsərrüfat əlaqələrinin qloballaşmasında rolu çox geniş izah və şərh olunur. Marketingdə bazarın segmentləşdirilməsi, məqsədli bazarların segmentləşdirilməsinin kriteriya və əlamətləri, məqsədli segmentlərin seçilməsi qaydaları tam təfərrüatı ilə göstərilir. Bazara çıxmağın mümkün metodlarının hər biri ayrılıqda şərh olunur, bazara çıxarkən real vəziyyətdən asılı olaraq onlardan istifadənin mənfi və müsbət tərəfləri öyrədilir. Marketing fəaliyyətində reklam və təbliğatın mühim əhəmiyyət kəsb etməsini nəzərə alaraq reklam işinin təşkilinin əhəmiyyətliliyi aşılır.

1. İstehsalat təcrübəsinin məqsədləri

Marketing istiqaməti üzrə təhsil alan bakalavriat tələbələrinin təcrübə təliminin məqsədi təsərrüfat subyektinin

missiyasını, vəzifələrini, bazar şəraitini qiymətləndirmək, onun təşkilati strukturunu öyrənmək üçün zəruri məlumatların toplanması bilik, bacarıq və vərdişlərini möhkəmləndirməkdən ibarətdir.

İstehsalat təcrübəsinin keçməsi tələbələrin bütün təhsil müddəti ərzində əldə etdikləri bilik və bacarıqlara əsaslanır. İstehsalat təcrübəsi tələbələr tərəfindən iqtisadi marketing fəaliyyətinin təşkili və aparılması kimi fəaliyyət növünü hərtərəfli mənimsəmək məqsədi daşıyır, eyni zamanda ümumi və peşə sərişələrinin formalaşmasına, praktiki işdə lazımı bacarıq və təcrübəyə yiyələnməsinə yönəldilmişdir. Tələbə müəssisədə olduğu müddətdə tədqiq olunan müəssisənin faktiki fəaliyyəti haqqında məlumat toplamalı və təhlil etməlidir.

İstehsalat təcrübəsi peşə bacarıqları və peşə fəaliyyəti təcrübəsi əldə etmək təcrübəsidir. İstehsalat təcrübəsi dövlət və bələdiyyə təşkilatlarının səmərəli idarə edilməsini təmin etmək, dövlət və bələdiyyə idarəetmə sistemlərinin təşkilində və fəaliyyətində iştirak etmək, idarəetmənin təkmilləşdirilməsi sahəsində peşəkar fəaliyyət bilik və bacarıqlarının əldə edilməsinə, möhkəmləndirilməsinə və təkmilləşdirilməsinə yönəldilmişdir, sosial-iqtisadi inkişaf meyilləri öyrənilir. İstehsalat təcrübəsi bütün təhsil formalarının tələbələri üçün məcburi təcrübə növüdür və təhsil haqqında digər sənədlər əsasında təkrar sertifikatlaşdırılmır.

Tələbələrin istehsalat təcrübəsinin məqsədi ixtisasın əsas fənləri üzrə nəzəri bilikləri möhkəmləndirmək, iqtisadiyyatın real sektorunda, maliyyə-kredit sistemində və icra hakimiyyəti orqanlarında müxtəlif müəssisə, idarə və təşkilatlarda işləmək üzrə praktiki vərdişlərə yiyələnməkdir.

Təcrübənin məqsədləri.

- nəzəri təlim prosesində əldə edilmiş bilik, bacarıq və bacarıqların möhkəmləndirilməsi, dərinləşdirilməsi və genişləndirilməsi;
- peşəkar və praktiki bacarıqlara və istehsalat bacarıqlarına yiyələnmək;
- istehsalat və idarəetmə sferasında peşənin əsaslarına yiyələnmək: peşəkar problemlərin (problemlərin) həlli metodologiyası və texnologiyası ilə tanışlıq və mənimsənilməsi;
- müəssisə və qurumların innovativ fəaliyyəti ilə tanışlıq;
- peşə fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərinin öyrənilməsi: sosial, hüquqi, texniki, texnoloji, iqtisadi.

2. **İstehsalat təcrübəsinin vəzifələri**

1. tələbənin ali (orta ixtisas) məktəbdə aldığı nəzəri bilikləri möhkəmləndirmək, dərinləşdirmək və sonrakı əmək fəaliyyətində istifadəsini təmin etmək;
2. Tələbələrdə iqtisadi təfəkkür mədəniyyətinin inkişafı;
3. Bir elm kimi marketing tədqiqatlarının anlaşıqlı aparatı ilə tanışlıq və bu sahədə biliklərin möhkəmləndirilməsi;
4. Klassik və müasir marketingin fəlsəfəsinin ideyası və sahibkarlıq alətləri kompleksinin öyrənilməsi;
5. Tələbələr tərəfindən strateji və praktiki marketing tədqiqatlarının tətbiqi zamanı alınmış biliklərin bacarıqla istifadə olunması;

6. Marketing tədqiqatlarının fəlsəfəsinin ideyası və sahibkarlıq alətləri kompleksinin klassik və müasir öyrənilməsi;
7. Tələbələr tərəfindən strateji və praktiki marketing tədqiqatlarının tətbiqi zamanı alınmış biliklərin bacarıqla istifadə olunması;
8. Elmi və praktiki sahədə marketing biliklərinin yayılması marketing sahəsində yeni ideyaların işlənilməsi və təcrübədən keçirilməsi;
9. tələbələri ixtisasın profilindən və xüsusiyyətindən asılı olaraq, yeni texnologiyalarla, iş üsulları ilə, elmi-tədqiqatlarla və digər məsələlərlə tanış etmək;
10. tələbələrdə işgüzarlıq, təşkilatçılıq və kommunikativ vərdisləri aşılamaq;
11. tələbələrin kompüter texnologiyaları sahəsindəki biliklərini təkmilləşdirmək
12. Tələbələr ölkə iqtisadiyyatının fəaliyyəti strukturu, inkişaf dinamikası, sosial-iqtisadi proseslərin tənzimlənməsinin prinsipləri, yolları, hədləri, istiqamətləri və meyarları haqqında kifayət qədər biliklərə malik olacaq, bu fənni öyrəndikdən sonra bakalavrlar milli iqtisadiyyatın makro, mezo, mikro səviyyədə strukturu, inkişaf istiqamətləri, kompleks vəzifələri, onlara təsir edən amillərin qiymətləndirilməsi və təkmilləşdirmənin əsas yollarını biləcəklər.

3. Bakalavr pilləsinin strukturunda istehsalat təcrübəsinin yeri

İstehsalat təcrübəsi tələbələrin peşə və praktiki hazırlığına birbaşa yönəlmiş bakalavr təhsilinin məcburi bir növüdür. İş təcrübəsi bakalavr tələbələri üçün təhsil proqramlarının tərkib hissəsidir. İstehsalat təcrübəsi bakalavrların nəzəri kursların mənimsənilməsi nəticəsində əldə etdikləri bilik və bacarıqları möhkəmləndirir, praktiki vərdişləri inkişaf etdirir və tələbələrin ümumi mədəni və peşə səriştələrinin kompleks şəkildə formalaşmasına töhfə verir.

Təhsil Proqramlara uyğun olaraq bakalavr tələbəsinin istehsalat təcrübəsi humanitar, sosial-iqtisadi, riyaziyyat və təbiət elmlərinin akademik fənləri və peşə tsiklləri üzrə əvvəllər əldə edilmiş biliklərə əsaslanır. İstehsalat təcrübəsinin məzmunu məntiqi və metodik cəhətdən öyrənilən fənlərlə sıx bağlıdır, çünki istehsalat təcrübəsinin əsas məqsədi, ilk növbədə, bu fənlərin öyrənilməsi zamanı tələbələrin əldə etdikləri nəzəri bilikləri və praktiki bacarıqları möhkəmləndirmək və dərinləşdirməkdir.

Tələbələrin istehsalat təcrübəsinə metodik və elmi rəhbərlik kafedranının müəllimi tərəfindən həyata keçirilir. Təcrübə başlamazdan əvvəl o, tələbələrə onun keçidinin xüsusiyyətləri barədə təlimat verir. Təcrübənin məqsəd və vəzifələrini, məzmununu, təqvim planını və istehsalat təcrübəsi gündəliyini doldurma məqsədini və qaydasını müəyyən edir.

Təcrübəyə rəhbərlik edən müəllim aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- təcrübəyə başlamazdan əvvəl müəssisədən təcrübə rəhbəri ilə əlaqə yaratmaq; təşkilati məsələləri həll etmək;

- tələbələrin qalma şərtlərini, təhlükəsizlik texnikası üzrə brifinqin vaxtını və iş qrafikini razılaşdırmaq;
- staj üzrə iş proqramını təcrübə bazasından təcrübə rəhbəri ilə razılaşdırmaq;
- tələbələr tərəfindən tədris planına və proqrama ciddi uyğun olaraq yüksək keyfiyyətlə təcrübə keçməsinə təmin etmək;
- tələbələrə təcrübə və hesabat, o cümlədən hesabatın yazılması üçün materialın seçilməsi və sistemləşdirilməsi üzrə məsləhətlər vermək;
- bütün işləri müəssisədən müvafiq təcrübə rəhbəri ilə sıx əlaqədə həyata keçirmək;
- tələbələrin təqvim-tematik planlarının yerinə yetirilməsinə nəzarəti həyata keçirmək;
- tələbələrin istehsalat təcrübəsi üzrə hesabatlarına vaxtında baxmaq.

Tələbələr tərəfindən təqdim olunmuş təcrübə hesabatlarının öyrənilməsinin nəticələrinə əsasən, elmi rəhbər tələbəyə hesabatın həm məzmunu, həm də tərtibatı baxımından çatışmazlıqlarını göstərir, tələbənin dolğun cavab verməli olduğu suallar verir. Müəllim-nəzarətçi şagirdin fərdi tapşırığı yerinə yetirməsi haqqında da nəticə verir. İstehsalat təcrübəsi üzrə təqdim olunmuş hesabatla və tələbə tərəfindən onun müdafiəsinin nəticələrinə əsasən kafedradan təcrübə rəhbəri qiymətləndirmə aparır.

4. İstehsalat təcrübəsinin keçirilmə yeri və vaxtı

050407 “Marketing” ixtisası istiqaməti üzrə təhsil alan bakalavriat tələbələri üçün istehsalat təcrübəsinin əsasları təşkilati-hüquqi formasından və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq təsərrüfat xidmətlərini əhatə edən təşkilatlar ola bilər.

İxtisaslar üzrə tələbələrin istehsalat təcrübəsinə ümumi tədris-metodiki rəhbərliyi “İqtisadiyyat və iqtisadi münasibətlər” kafedrası həyata keçirir. Təcrübəyə bilavasitə rəhbərlik isə kafedra tərəfindən müəyyən edilmiş təcrübəli müəllimlərə və təcrübənin keçirildiyi müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən təyin edilmiş yüksək ixtisaslı mütəxəssislərə həvalə edilir.İstehsalat təcrübəsinin rəhbərləri bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqə saxlamaqla təcrübənin gedişinə nəzarət edir və onu nizamlayırlar. Müəssisədən olan təcrübə rəhbəri hər gün, kafedradan olan rəhbər isə həftədə ən azı iki dəfə təcrübə obyektində olub, tələbələrlə görüşməli, təcrübənin gedişini yoxlamalı, tələbə-praktikantlara lazımi məsləhətlər verməli və praktiki materialların mənimsənilməsi səviyyəsini müəyyən etməlidirlər.

Kafedra müdiri:

- tələbələrin təcrübəsinə bilavasitə təşkilati və tərbiyəvi rəhbərlik edir və təcrübənin gedişinə nəzarəti təşkil edir;

- kafedradan tələbələrin təcrübə rəhbərini təyin edir;

- təcrübənin təşkilinə və keçirilməsinə cavabdeh olan müəllimlə birlikdə müəssisə, idarə və təşkilatlarla əməkdaşlığa dair müqavilələrin (sazişlərin) layihələrini təcrübə bazası kimi cəlb etmək üçün hazırlayır;

- görülmüş işlər haqqında təcrübə rəhbərinin hesabatlarını dinləyir, təcrübənin aparılmasının təkmilləşdirilməsi üçün tədbirlər hazırlayır və bu tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün tədbirlər görür.

Müqaviləyə əsasən təşkilatda təcrübə keçmək üçün təlimatlar tələbələrə onların istəkləri və təcrübəyə cavabdeh şəxsin tövsiyələri nəzərə alınmaqla verilir. Təcrübə yerinin dəyişdirilməsi müstəsna hallarda həyata keçirilir.

Əyani təhsil alan və ixtisası üzrə işləyən 4-cü kurs bakalavr tələbələri təcrübə keçməyə məsul şəxslə təcrübə yerini razılaşdıraraq iş yerində təcrübə keçə bilirlər.

Tələbə fərdi qaydada təcrübə keçmək niyyətindədirsə, o zaman təcrübənin başlanmasına iki ay qalmış təşkilatdan təcrübə keçmək üçün yerin və fərdi tapşırıqların verilməsini təsdiq edən məktub təqdim etməli, yeri göstərməklə kafedraya müraciət etməlidir.

Təcrübənin müddəti müvafiq tədris ili üçün tədris planına və tədris prosesinin cədvəlinə uyğun olaraq müəyyən edilir. İstehsalat Təcrübəsi müddəti təhsil dövrünün əvvəlində Elmi Şurada təsdiqlənir və kurikulumda(tədris planında) əks olunur. İstehsalat təcrübəsi 4(dörd) - cü təhsil ilinin 8 (səkkiz)-ci semestrində həyata keçirilir.

5. Bakalavr tələbəsinin təcrübə keçməsi nəticəsində formalaşan kompetensiyaları

Təcrübə nəticəsində tələbə aşağıdakı praktiki bacarıqlara, bacarıqlara, universal və peşəkar səriştələrə yiyələnmişdir:

- təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətini xarakterizə edən iqtisadi və sosial-iqtisadi göstəricilərin hesablanması üçün zəruri olan ilkin məlumatları toplamaq və təhlil etmək bacarığı;
- standart metodlar əsasında təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətini xarakterizə edən iqtisadi və sosial-iqtisadi göstəriciləri hesablamaq bacarığı;
- planların iqtisadi bölmələrinin hazırlanması üçün zəruri hesablamaqları aparmaq, onları əsaslandırmaq və təşkilatda qəbul edilmiş standartlara uyğun olaraq işin nəticələrini təqdim etmək bacarığı;
- qarşıya qoyulmuş iqtisadi vəzifələrin həlli üçün zəruri olan məlumatları toplamaq, təhlil etmək və emal etmək bacarığı;
- tapşırıqə uyğun olaraq iqtisadi məlumatların emalı üçün alətlər seçmək, hesablamaqların nəticələrini təhlil etmək və nəticələri əsaslandırmaq bacarığı;
- müxtəlif mülkiyyət formalı təşkilatların, şöbələrin hesabatlarında olan maliyyə, mühasibat və digər məlumatları təhlil etmək və şərh etmək və idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün alınan məlumatlardan istifadə etmək bacarığı;
- analitik və tədqiqat problemlərinin həlli üçün müasir texniki vasitələrdən və informasiya texnologiyalarından istifadə etmək bacarığı;
- idarəetmə qərarları üçün təklif olunan variantları tənqidi qiymətləndirmək və sosial-iqtisadi səmərəlilik meyarlarını, riskləri və mümkün sosial-iqtisadi nəticələri nəzərə almaqla onların təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər hazırlamaq və əsaslandırmaq bacarığı

- İstehsalat təcrübəsi keçmək və səriştələrə yiyələnmək prosesində bakalavr mütləq olmalıdır

İstehsalat təcrübəsi nəticəsində tələbə bilməlidir:

- Marketing tədqiqatlarının ümumi nəzəriyyəsini;
- Marketing tədqiqatlarını məqsədi, prinsipləri, funksiyaları, konsepsiyaları, tətbiqi sahələri, obyektləri, vasitələri və metodları;
- Marketing tədqiqatlarını təhlili;
- Marketing tədqiqatlarının metodları, marketing xidməti fəaliyyətinin təşkili;
- Marketing kommunikasının əsasları;
- Marketing tədqiqatlarının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, marketing planlaşdırılması və nəzarətinin əsasları;
- Müəssisənin müasir marketing siyasətinin alətləri, kateqoriyaları və əsas anlayışları;
- İdarəetmənin müasir marketing fəaliyyətinin məzmunu;
- Marketing tədqiqatlarının keçirilməsinə nəzəri və praktiki yanaşma;
- İqtisad elmi, marketing və idarəetmə təcrübəsinin inkişafının müasir meylləri ;

İstehsalat təcrübəsi nəticəsində tələbə bacarmalıdır:

- Marketing tədqiqatlarının metod və vasitələrini tətbiq etmək, təşkilatın marketing mühitinin təhlili
- əməliyyat marketingi məsələlərini qoymaq və həll etmək
- marketing tədqiqatları planını işləmək

- istehlakçıların davranışına təsir edən amilləri təhlil etmək
- marketing tədqiqatları planını işləmək
- istehlakçıların davranışına təsir edən amilləri təhlil etmək
- marketing tədqiqatlarının iqtisadi səmərəliliyini müəyyən etmək
- marketing tədqiqatları və istehlakçıların problemlərinin kompleks həllini işləmək
- marketing sahəsində elmi-iqtisadi biliklərin zənginləşdirmək və daimi olaraq tədqiq etmək
- marketing tədqiqatlarının praktiki məsələlərini həll etmək

İstehsalat təcrübəsi nəticəsində tələbə sahib olmalıdır:

- müəssisədə marketing tədqiqatlarının səmərəliliyini qiymətləndirmək üçün analitik metodlara
- istehlakçıların ehtiyaclarının tədqiq edilib aşkara çıxarılması və formalaşdırılmasının metod və vasitələrinə, marketing tədqiqatlarını aparmaq qabiliyyətinə
- marketing plan və proqramlarının işlənilməsi və həyata keçirilməsi üsullarına
- marketing və idarəetmə sahəsində tətbiqi biliklərə malik olmaq
- marketing informasiyalarını ümumiləşdirmək, tədqiq etmək, təhlil etmək və qavranmaq qabiliyyətinə

- marketing tədqiqatlarının məqsəd və strategiyasını seçmək, onlara nail olmaq yollarını tapmaq qabiliyyətinə

6. İstehsalat təcrübəsinin strukturu və məzmunu

050407 “Marketing” ixtisası üzrə istehsalat təcrübəsinin ümumi əmək intensivliyi gündəlik __18__, həftəlik __14__ ümumi isə__252__saatdır. Bakalavrların istehsalat təcrübəsi bir neçə mərhələdən ibarətdir. Hər bir mərhələ üçün təcrübə rəhbəri xüsusi tapşırıqlar yarada bilər.

Birinci hazırlıq mərhələsində təcrübə yeri ilə tanışlıq, təşkilati iclas, istehsalat brifinqi, o cümlədən təhlükəsizlik təlimatı verilir. Təcrübənin ikinci mərhələsi onun faktiki keçididir. Bu mərhələnin məqsədi təşkilatın təşkilati strukturunu, idarəetmə sistemini, miqyasını və hüquqi formasını öyrənməkdir. Tələbələr təcrübə keçdikləri təşkilatın müəyyən struktur bölməsi tərəfindən yerinə yetirilən funksiyaların tərkibini və məzmununu öyrənməli, digər bölmələrlə qarşılıqlı əlaqə mexanizmlərini müəyyən etməli, təşkilatın struktur bölmənin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər tərtib etməlidirlər. Bundan əlavə, aşağıdakı işlər həyata keçirilməlidir:

- proqrama və bağlanmış müqaviləyə uyğun olaraq tələbələrin təcrübə keçməsinə təşkil edir
- tələbələrlə əməyin mühafizəsi və təhlükəsizlik texnikası üzrə təlimlər keçirir;
- kursantları təcrübə proqramına uyğun işlə təmin edir, onları müəssisə (təşkilat) ilə tanış edir;

- mövcud ədəbiyyatdan, texniki və digər sənədlərdən istifadə etmək imkanı verir, həmçinin tələbələrin iqtisadiyyat, ticarət və texnoloji prosesin təşkili və idarə edilməsi, reklam və tətbiqi texnologiyalar sahəsində məsələlər üzrə bilik əldə etmələri üçün lazımi şərait yaradır; habelə təcrübə müddətində təhlükəsizlik yaradır.
- təcrübənin sonunda istehsalat təcrübəsinin nəticələrinə əsasən tələbənin işinin təsvirini verir.
- ümumi və peşə səlahiyyətlərinin formalaşmasını qiymətləndirmək üçün yerinə yetirilən işlərin növlərini və keyfiyyətini qeyd edir.
- əmək intizamına əməl olunmasına nəzarət edir, tələbələrin təcrübə yerlərinə gəlib-getməsinin qeydiyyatını aparmaq üçün tabel uçotu tətbiq edir, tələbələr tərəfindən daxili əmək intizamı qaydalarının pozulmasının bütün hallarında instituta məlumat verir;
- gündəliyin doldurulmasına, təcrübənin nəticələrinə əsasən hesabatların hazırlanmasına nəzarət edir, tələbələrin təcrübə proqramını yerinə yetirmələri barədə gündəlikdə öz rəyini verir.

a. İstehsalat təcrübəsinin keçməsi üçün təxmini plan

İstehsalat təcrübəsinin təşkili və keçirilməsi 3 mərhələdən ibarətdir:

1. Hazırlıq mərhələ;
2. Əsas (iş) mərhələ;
3. Yekun mərhələ.

Birinci mərhələdə təcrübə yerlərinin axtarılması, bakalavr buraxılış işlərinin mövzularının müəyyən edilməsi və təcrübə üzrə fərdi iş planının təsdiq edilməsi yerinə yetirilir.

İkinci iş mərhələsində tələbələr müəyyən edilmiş müddətlərdə təcrübələrini keçir və yekun hesabatlarını kafedradan olan rəhbərlərinə təqdim edirlər.

Üçüncü yekun mərhələdə isə tələbələr təcrübə hesabatlarını kafedra komissiyasının qarşısında müdafiə edirlər.

Hazırlıq mərhələsi:

15 sentyabr tarixindən tələbələr təcrübəyə başlayacaqları günə qədər davam edir və aşağıdakılarla nəticələnir:

- təcrübə keçmək üçün əmrdə müəyyən edilmiş müddətdə təcrübə keçmək və müəssisənin təcrübə rəhbəri ilə müsahibədən keçmək;
- mütəmadi olaraq sənaye təcrübə bazasına baş çəkmək;
- təcrübə proqramına uyğun olaraq, fərdi tapşırıqları nəzərə almaqla, lazımi məlumatları toplamaq, sistemləşdirmək və təhlil etmək;
- tapşırılan işləri yerinə yetirmək, əmək intizamına və daxili nizam-intizam qaydalarına riayət etmək;
- müəssisədə təcrübə rəhbərinin göstərişlərinə əməl etmək, mütəmadi olaraq ona hesabat vermək, habelə həvalə edilmiş işi və ona həvalə edilmiş vəzifələri yerinə yetirmək;
- sistematik olaraq həyata keçirilən işin qısa təsviri qeyd edilməli olan təcrübə gündəliyini aparmaq.

Əsas (iş) mərhələsi

Əsas (iş) mərhələsi 15 fevral tarixindən 25 May tarixinə qədər davam edir. Bu mərhələ tələbələrin təcrübə proqramı və fərdi iş planını yerinə yetirilməsi ilə nəticələnir.

Əsas mərhələ özündə aşağıdakı modulları (fərdi tapşırıqların yerinə yetirilməsi mərhələləri) və onun nəticələrini əks etdirir.

Ümumi modul tələbənin təşkilatla ümumi tanışlığını, onun fəaliyyət sahələrini, daxili strukturunu, tarixi, istehsalat texnologiyaları, idarəetmə sisteminin və təşkilatın perspektiv inkişafının öyrənilməsini nəzərdə tutur.

Xüsusi modul şirkətin fəaliyyətinin əhatə dairəsi, əməkdaşların vəzifə öhdəliklərinin təhlili və ya onun hazırlanması, fərdi tapşırığın hazırlanması, zəruri məlumatların toplanılması, tapşırığın hesablanma və analitik hissəsini nəzərdə tutur.

İxtisaslaşdırılmış modul ixtisas işinin əsası olmaqla təcrübənin nəticələrinə görə yekun təkliflərin və tövsiyələrin hazırlanmasını, empirik məlumatların toplanması və təhlilini nəzərdə tutur.

Bu mərhələ ümumi və xüsusi modul materiallarının da istifadə edilməsi ilə təcrübə hesabatının tərtib olunması ilə nəticələnir.

İstehsalat təcrübəsi üzrə hesabat hər bir tələbə tərəfindən fərdi qaydada tərtib edilir və təcrübə müddətində onun fəaliyyətini əks etdirməlidir. İş təcrübəsi hesabatı proqramın əsas bölmələri üçün yazılı, habelə şifahi olaraq - iş təcrübəsi

hesabatının müdafiəsi şəklində tərtib edilir. Hesabatın təqdimatı hekayə xarakteri daşımamalı, öyrənilmiş praktiki təcrübənin məcburi qiymətləndirilməsi, müəssisənin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üçün nəticələr və təkliflər ilə analitik materiallara əsaslanmalıdır.

Hesabata qoyulan ümumi tələblər bunlardır:

- məqsədyönlülük,
- materialın məntiqi, əsaslandırılmış və aydın təqdimatı,
- təcrübə proqramında nəzərdə tutulan məsələlərin əhatə olunmasının tamlığı,
- nəticələrin sübutu, tərtibat savadlılığı,
- diaqramların, qrafiklərin və cədvəllərin mövcudluğu. .
- Hər bir tapşırıq zəruri sənədlərin və ya onlardan çıxarışların tətbiqini əhatə edir.

İstehsalat hərəkət keçməklə müəyyən məsələləri öyrənmək lazımdır:

Təşkilati və inzibati sənədlərin düzgünlüyünü təqdim edin və yoxlayın. Təşkilati və inzibati sənədlərin, habelə saxlama və sistemləşdirmə üçün istifadə olunan kompüter proqramlarının saxlanması qaydasını və şərtlərini təsvir edin. Müəssisənin hüquqi formasını müəyyənləşdirin. "Təsərrüfat və marketing fəaliyyətinin təşkili və aparılması" fəaliyyət növü üzrə müəssisədə standart və qeyri-standard vəziyyətlərdə hərəkətlərin (qərarların) proseduru təsvir edin. iqtisadi və marketing fəaliyyəti". "İqtisadi və marketing fəaliyyətinin təşkili və aparılması" fəaliyyət növünün həyata keçirilməsi üçün zəruri olan qanunvericilik aktlarını və peşəkar normativ sənədlərin

tələblərini öyrənmək. Əlavə olaraq təsis sənədlərinin surətlərini (onlardan çıxarışlar), lisenziyanın surətini (zəruri olduqda) və s.

«Marketing» ixtisası üzrə ixtisaslaşan tələbələrin istehsalat təcrübəsinin məzmunu

I. Ümumi modul.

Təcrübə bazası olan təşkilatın ümumi xarakteristikası

Müəssisəsinin fəaliyyət göstərdiyi sahə üzrə strukturunun öyrənilməsi:

- Təcrübə keçirilən dövlət və ya özəl müəssisə ilə ilkin tanışlıq;
- Təcrübə keçirilən dövlət və ya özəl müəssisənin təşkilati strukturu və işçi heyəti ilə tanışlıq;
- Təcrübə keçən tələbənin təcrübə müəssisəsi daxilində ixtisası ilə bağlı iş bölgüsündə iştirakı;
- Təcrübə keçən tələbənin iqtisadçı təlimatçının rəhbərliyi ilə iş qrafikinə qurulması.
- Təcrübə keçirilən müəssisənin respublika daxili iqtisadi fəaliyyəti ilə bağlı əməliyyatları ilə tanışlıq və bu istiqamətdə təcrübə keçən tələbəyə tapşırıqların verilməsi. Tələbənin bu tapşırıqların yerinə yetirməsi.
- Tərcümə keçirilən müəssisənin kommersiya, marketing, valyuta-maliyyə və plan-iqtisad fəaliyyətində iştirak etmək.
- Təcrübə keçirilən müəssisənin daxili və xarici iqtisadi fəaliyyətini tənzimləyən hüquq sənədlərinin öyrənilməsi
- Təcrübə keçirilən müəssisədə marketing fəaliyyətinin təşkilinin və mövcud ticarət-maliyyə konyukturanın öyrənilməsi
- Təcrübə keçirilən müəssisədə sosial-iqtisadi və istehsal

ehtiyacları üçün maliyyə vəsaitlərindən istifadənin mövcud vəziyyəti və perspektivlərinin öyrənilməsi

II. Xüsusi modul.

Təcrübə keçirilən müəssisnin departamentin səciyyələndirilməsi

- Təcrübənin obyektini, mövzusunun və mövzusunun müəyyənləşdirilməsi.
- “İqtisadi və marketing fəaliyyətinin təşkili və aparılması” kimi fəaliyyətdə gələcək peşənin rolunu və əhəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsi.
- “Təsərrüfat və marketing fəaliyyətinin təşkili və aparılması” fəaliyyət növü nəzərə alınmaqla istehsalat təcrübəsi üzrə hesablamalar əsasında iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış nəticələr hazırlanması.
- Müəssisənin təhlili əsasında əldə edilən nəticələri qiymətləndirilməsi.
- Peşəkar vəzifələrin səmərəli icrası, peşəkar və şəxsi inkişaf üçün lazım olan məlumatları axtarmaq və istifadə etmək.
- Komandada və komandada işləmək, həmkarlarla, rəhbərliklə, istehlakçılarla səmərəli ünsiyyət qurmaq.
- Peşəkar və şəxsi inkişaf vəzifələrini müstəqil şəkildə müəyyənləşdirilməsi, özünütəhsillə məşğul olunması, təkmil təhsili şüurlu şəkildə planlaşdırılması.
- Müəssisədə marketing xidmətinin təşkili və marketing tədqiqatlarının aparılması
- Marketing xidmətinin təşkili, təhlili və kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılması ilə tanışlıq
- iqtisadi vəziyyətin göstəricilərinin hesablanması və

onlardan istifadə, kommersiya fəaliyyətinin effektivliyinin və şirkətin bazarda mövqeyinin qiymətləndirilməsi;

- Proqnozların və biznes planların işlənilib hazırlanması metodologiyasına baxılması.

III. İxtisaslaşdırılmış modul

- Müəssisədə marketing xidmətinin təşkili və marketing tədqiqatlarının aparılmasının vəziyyəti, xarici bazara çıxmaq, bazar payını artırmaq məqsədi ilə kompleks marketing proqramlarının işlənilib hazırlanması
- rəqiblərin və onların bazara çıxardıqları məhsulların kompleks öyrənilməsi; bazarın seqmentlər üzrə öyrənilməsi;
- bazar imkanlarının təhlili;
- xarici bazarda qiymətlərin öyrənilməsi;
- məqsədli bazarların seçilməsi;
- xarici iqtisadi reklama və satışın həvəsləndirilməsi.
- Müəssisənin istifadə etdiyi marketing kommunikasiyalarının növlərini və vasitələrini təhlili.
- Müəssisə tərəfindən aparılan reklam kampaniyalarını və kampaniyalarını (əgər varsa) təhlil etmək.
- Müəssisənin məqsədləri üçün marketing tədqiqatlarının aparılması.
- Müəssisənin rəqabət mühitinin təhlilini aparılması.
- Müəssisənin rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmək və ekspert metodu əsasında bu müəssisənin rəqabət

üstünlüklərinin hərtərəfli qiymətləndirilməsini formalaşdırmaq..

b. Təcrübə hesabatının tərtib olunmasına dair Metodik Göstərişlər

İstehsalat təcrübəsi başa çatdıqdan sonra tələbələr təcrübənin proqramında nəzərdə tutulmuş məsələlərə müvafiq olaraq hesabat tərtib edir və onu kafedradan olan rəhbərinə təqdim edir. Həmin hesabatda təcrübə müddəti ərzində öyrənilən bütün məsələlər ardıcılıqla öz əksini tapmaqla yanaşı, müəssisənin xarici iqtisadi fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması və təkmilləşdirilməsi istiqamətində konkret təkliflər və rəylər də öz əksini tapmalıdır.

Hesabatla birlikdə hər bir tələbə müəssisədən olan rəhbərinin imzaladığı və müəssisənin möhürü ilə təsdiq edilmiş gündəliyi və xasiyyətnaməni də təqdim etməlidir. Nəzərə almaq lazımdır ki, gündəlikdə tələbənin hər bir iş günündə öyrəndiyi məsələlər öz əksini tapmalıdır və bu müəssisədən olan rəhbərin ardıcıl olaraq imzası ilə təsdiq olunmalıdır.

Universitetdən ayrılmış təcrübə rəhbəri tələbənin təqdim etdiyi gündəliyi və hesabatı yoxlayır və onun kafedra tərəfindən təsdiq edilmiş komissiya qarşısında müdafiəyə buraxılmasını müəyyən edir. Hesabatların müdafiəsinə dair protokol tərtib edilir və o, hər bir komissiya üzvü tərəfindən imzalanır

Təcrübə hesabatının məzmun və strukturuna olan tələblər

- Təcrübə haqqında hesabat təcrübə proqramı və tələbənin fərdi tapşırığı əsasında tərtib edilir.
- Hesabatda fərdi tapşırıqlarda qoyulan suallara olan

cavablar əks olunmalıdır.

Hesabat aşağıdakılardan ibarətdir:

- Ümumi modul üzrə hesabat: Müəssisənin adı, inkişaf tarixi, xarakteristikası, idarəetmə orqanları və strukturu, əsas fəaliyyət növləri, sektorda payı (bazar payı);
- Xüsusi modul üzrə hesabat: müəssisənin struktur bölmələrinin təsviri, daxili sənədləşməsinin və fəaliyyətini tənzimləyən normativ bazanın öyrənilməsi,
- Tələbənin istər təcrübə keçdiyi bölmənin, istərsədə bütün təşkilatın fəaliyyətinin iqtisadi göstəricilərinin ümumi təhlili materialların səciyyələndirilməsi;

İxtisaslaşdırılmış modul üzrə hesabat: çıxarılan nəticələr, tələbə tərəfindən müəssisənin iqtisadi fəaliyyətinə dair aparılan təhlillərin nəticələrinə görə təklif və tövsiyələrin hazırlanması.

Hesabata həmçinin tələbə tərəfindən təcrübə yerində topladığı və müəssisənin real fəaliyyətinin göstəricilərini əks etdirən müxtəlif sənədlər, hesablamalar və cədvəllər əlavə olunur.

c. Təcrübə hesabatının tərtib edilməsinə dair tələblər:

Hesabatın həcmi - əlavələr istisna olmaqla, kompüter yazısı ilə 20-30 səhifə olmalıdır.

Hesabat "Times New Roman" şrifti, 14 ölçüdə və 1,5 aralıqla çap edilməlidir. Kağızın formatı A4, yuxarı və aşağı sahələrdən 2sm, sağdan 1 sm və soldan 3sm olmalıdır. Hesabat qovluğa tikilir.

Analitik tədqiqatların nəticələri qrafik və diaqramların köməyi ilə illustrasiya edilə bilər.

Analitik hesablamalar əks olunan cədvəllərin adı və

sıra nömrəsi olmalıdır. Hesabatın titul vərəqi qoyulan tələblərə müvafiq olaraq tərtib olunmalıdır.

Tələbələr hesabatla bərabər ona olan əlavələri ayrı qovluqda kafedraya təqdim edirlər. Bura aşağıdakılar daxildir:

- Mühasibat və statistik hesabat formalarının surəti;
- Mühasibat hesabatlarına olan əlavə informasiya;
- Müəsisənin fəaliyyətinə dair daxili normativ əsasnaməsinin surəti.

7. Aralıq attestasiyanın formaları (təcrübənin nəticələrinə əsasən)

İstehsalat təcrübəsinin sonunda imtahan verilir. Təcrübəni müdafiə edərkən proqramın və təcrübə tapşırıqlarının həcmi, təcrübə hesabatının tərtib edilməsinin düzgünlüyü və məzmununun keyfiyyəti, təcrübə rəhbəri tərəfindən verilən suallara cavabların düzgünlüyü, o cümlədən təşkilatdan təcrübə rəhbərin rəyi nəzərə alınır.

Təcrübə müddətinin sonunda tələbələrin qiymətləndirilməsi 100 ballıq sistemlə həyata keçirilir. 51-100 bal arasında bal toplamış tələbələr başqa akademik borcları olmadığı təqdirdə yekun dövlət attestasiyasına buraxılır.

100 ballıq sistemin təsnifatı:

0-50 bal	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
------------	-----	---

"Marketing" ixtisası üzrə

TƏCRÜBƏNİN - TƏQVİM PLANI

№	Təcrübə üzrə Bölmələr (mərhələlər) təcrübələr	Təcrübədə iş növləri, o cümlədən tələbələrin müstəqil işi və əmək intensivliyi (saatlarla)			Cari nəzarətin formaları
1	Hazırlıq mərhələsi, o cümlədən təşkilati görüş, təhlükəsizlik qaydaları ilə tanışlıq	2	3	2	Təqvim planında qeyd edilir
2	İstehsalat təcrübəsinin keçməsi, o cümlədən	245			.
	2.1. Təşkilatın əsas fəaliyyət istiqamətləri ilə tanışlıq;	34			
	2.2. Təsərrüfat subyektinin təşkilati strukturu, onun struktur bölmələrinin funksiyaları və onların qarşılıqlı əlaqəsi ilə tanışlıq;	36			
	2.3. İqtisadi fəaliyyətin əsas göstəricilərinin dinamikasının öyrənilməsi;	35			
	2.4. Göstəricilərin dəyişməsinə təsir edən amillərin təhlili və onların təkmilləşdirilməsi üçün təkliflərin hazırlanması;	36			

	2.5. Göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin və bütövlükdə müəssisənin işinin öyrənilməsi;	34				
	2.6. İşçilərin norma və əməyinin ödənilməsinin təşkilinin öyrənilməsi;	35				
	2.7. Planlaşdırma və iqtisadi məlumatların emalı üçün informasiya texnologiyalarından istifadə ilə tanışlıq və s.	35				
3	Təcrübə hesabatının hazırlanması;					
4	Kafedradan olan istehsalat təcrübəsi rəhbərinə hesabatın təqdim edilməsi.					

Ədəbiyyat siyahısı

1. Xeyirxəbərov İ.M. “Marketing tədqiqatları: marketing informasiyaları və informasiya sistemi”. AzDİU, 2008
2. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2020.
3. *Карасев, А. П.* Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022
4. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020
5. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - Люберцы: Юрайт, 2016.
6. Məmmədov A.T. Marketingin əsasları. Bakı: “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı – 2007
7. Şükürov T.Ş., Şükürov R.Ş. Marketing tədqiqatları, Bakı:“Kooperasiya” nəşriyyatı, Bakı -2007.
8. Ə.N. Ələkbərov, Ə.A Əlizadə., Beynəlxalq Marketing. Dərslik, Bakı -2008
9. Ə.N.Ələkbərov. M.A. Vəliyev, S,M.Məmmədov. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər. Bakı, 2010

Tövsiyə edilən ədəbiyyat siyahısı

1. Котлер Филип, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс. Основы маркетинга / 5-ое Европейское издание. М.; «Вильямс», 2012.

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020
3. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2020.
4. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020.
5. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2020.

İnternet resursları:

1. AR-sı İqtisadiyyat Nazirliyi, <http://www.economy.gov.az>
2. AR Mərkəzi Bankı, <http://cbar.az>,
3. AR Maliyyə Nazirliyi, <http://maliyye.gov.az>,
4. AR-nın Gömrük Komitəsi, <http://customs.gov.az>
5. AR-nın Dövlət Vergi Xidmətii, <http://taxes.gov.az>,
6. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, // <http://stat.gov.az/>
7. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, economics.com.az
- 8.