

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

**Azərbaycan Respublikası
Təhsil Nazirliyinin
1463 sayılı 31 avqust 2012-ci il
tarixli əmri ilə təsdiq edilmişdir.**

ALİ TƏHSİL PİLLƏSİNİN DÖVLƏT STANDARTI

MAGİSTRATURA SƏVİYYƏSİNİN İXTİSAS ÜZRƏ

T Ə H S İ L P R O Q R A M I

İxtisasın (proqramın) şifri və adı: 060408 – Marketing

BAKİ – 2012

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>Loqistika</i> - <i>Marketing (sahələr üzrə)</i>	Magistr	2 il (qiyabi forma üzrə təhsil müddəti 6 ay artıqdır)	120

3. Məzunun ixtisas xarakteristikası və kompetensiyası

- 3.1. **Magistrin ixtisas xarakteristikası**
Magistr nəzəri prinsip və tədqiqat metodları haqqında ümumi təsvirə və geniş biliyə malik olmalı, peşə hazırlığı tələb edən elmi-tədqiqat işi aparmağa və pedaqoji fəaliyyətə hazır olmalı, peşəkar fəaliyyəti çərçivəsində gözlənilməz və mürəkkəb məsələləri həll etməyi bacarmalıdır.
- 3.2. **Proqramın mənimsənilməsi nəticəsində məzunun kompetensiyasına qoyulan tələblər.**

3.1.1. 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 buna görə məsuliyyət daşımaq (**ÜK-5**);
- müasir proqram-informasiya təminatlarından maliyyə-iqtisadi məsələlərinin həllində istifadə etmək (**ÜK-6**);

3.1.2. 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 aparılmasını işçi plan və proqramlarının işlənməsini həyata keçirmək, tədqiqatlar qrupu və fərdi icraçılar üçün tapşırıq hazırlamaq (**PK-2**);
- marketinq sahəsində tədqiqatların aparılma mexanizminin işlənilib həyata keçirilməsi, onların nəticələrinin həllini tələb edən, icmal maliyyə hesabatların tərtib olunması üçün məlumatları hazırlamaq (**PK-3**);
- tədqiqat mövzusu üzrə məlumatların toplanması, işlənməsi və sistemləşdirilməsini həyata keçirmək, tədqiqatın metodunu və məsələlərin həlli vasitələrini müəyyən etmək qabiliyyəti (**PK-4**);
- marketinq sahəsi üzrə peşəkar marketinq fəaliyyətinə aid tədqiq olunan proseslərin və obyektlərin nəzəri və iqtisadi modelləri işləyib həyata keçirmək (**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 marketinq təminatı istiqamətlərini müəyyənləşdirib tədqiqat aparmaq qabiliyyəti (**PK-8**);
- risklərin idarə edilməsi sisteminin işlənilib hazırlanması məqsədi ilə təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətində marketinqlə əlaqədar riskləri aşkar etmək və tədqiqat aparmaq (**PK-9**);
- təsərrüfat subyektlərinin bazar fəaliyyəti strategiyasını tədqiq etmək (**PK-10**);

Pedaqoji fəaliyyət üzrə:

- təhsil müəssisələrində marketinqin əsasları, strateji və əməliyyat marketinqi, marketinq tədqiqatları və s. fənlərini tədris etmək (**PK-11**);

- təhsil proqramları və tədris-metodiki vəsaitlərin işləyib hazırlamaq **(PK-12)**;
- tədris, təlim və ya digər üsullarla öz biliklərin başqasına ötürə bilmək **(PK-13)**;

İstehsal-texnoloji fəaliyyət üzrə:

- hazırlanmış layihələrin həyata keçirilməsi üçün tapşırıqları, layihələrin reallaşdırılmasının marketing imkanlarını, müvafiq normativ və metodiki sənədləri sərbəst hazırlamaq və ya onların hazırlanmasına rəhbərlik etmək **(PK-14)**;
- hazırlanmış istehsal-texnoloji layihələrin və proqramların yerinə yetirilməsi üçün konkret tələblər hazırlamaq **(PK-15)**;
- məhsul istehsalının marketing səmərəliliyini müəyyənləşdirmək **(PK-16)**;
- istehsal və xidmət müəssisələrinin marketing fəaliyyətinin idarə edilməsi və planlaşdırılması məsələlərini həll etmək **(PK-17)**;
- müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından və innovativ üsullardan istifadə etmək **(PK-18)**.

Təşkilati-inzibatçılıq fəaliyyət üzrə:

- təşkilatların, o cümlədən, istehsal və xidmət müəssisələrinin qısa və uzunmüddətli marketing siyasəti və strategiyasının işlənilib hazırlanmasına rəhbərlik etmək **(PK-19)**;
- müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı təşkilatların marketing xidməti və satış bölmələrinə rəhbərlik etmək **(PK-20)**;
- hazırlanmış və təsdiq edilmiş marketing planının icrası işini təşkil etmək **(PK-21)**;
- iqtisadi və hüquqi qanunvericiliyə, antiinhisar siyasətinin tələblərinə riayət edilməsi, qanunvericiliyin pozulması halları ilə barışmamaq və müvafiq inzibati tədbirləri görmək **(PK-22)**;
- qəbul olunmuş qərarların icrasının nəticələrini kəmiyyət və keyfiyyətlə qiymətləndirmək **(PK-23)**;
- peşəkar fəaliyyəti çərçivəsində gözlənilməz və mürəkkəb məsələləri həll etməyə **(PK-24)**;
- müvafiq fəaliyyət və metodları təklif etmək və planlaşdırmağa, onların qısa və uzunmüddətli nəticələrini təhlil etməyə **(PK-25)**;
- 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 bilməyə **(PK-26)**;
- 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 bilməyə **(PK-27)**;
- fəaliyyət və təhsil sahəsi ilə bağlı problemlərin həlli zamanı şəxsi davranışlarını tənqidi şəkildə qiymətləndirməyə **(PK-28)**;

- 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 edə bilməyə **(PK-29)**;
- innovativ yanaşma tələb edən mürəkkəb və gözlənilməz şəraitlərdə müstəqil şəkildə fəaliyyət göstərməyə **(PK-30)**;
- təşkilat və ya qrupların strateji fəaliyyəti ilə bağlı məsuliyyət daşımağa **(PK-31)**;
- 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 aparmağa **(PK-32)**;
- davamlı təlim və peşəkar inkişafı ilə bağlı şəxsi və digərlərinin ehtiyaclarını qiymətləndirməyə, həmçinin müstəqil təhsil üçün zəruri olan səmərəli metodlardan istifadə edə bilməyə **(PK-33)**.

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

4.1. **Peşə fəaliyyətinin xarakteristikası.**

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

- elmi-tədqiqat;
- pedaqoji;
- istehsal-texnoloji;
- analitik;
- təşkilati-inzibatçılıq və s.

4.1.2. **Hazırlıq səviyyəsinə qoyulan tələblər:**

Elmi-tədqiqat sahəsi üzrə:

- marketing aktual problemlərin aşkar edilərək tədqiq edilməsi;
- marketing üzrə tədqiqatın aparılması planı və proqramının işlənilib hazırlanması;
- elmi bölmələr və fərdi icraçılar üçün müvafiq tapşırıqların hazırlanması;
- tətbiqi marketing tədqiqatının aparılması, alınmış nəticələrin təhlili alətlərinin və metodlarının işlənilib hazırlanması;
- marketing sahəsində xüsusi tədqiqatların, hesabatların və elmi nəşrlərin hazırlanması üçün mövcud məlumatların ümumiləşdirilməsi;
- elmi-tədqiqat mövzusu üzrə məlumatların axtarılması, toplanması, işlənilməsi və təhlili;

- mikro və makro səviyyəli informasiyanın əldə olunmasının səmərəli üsullarının aşkarlanıb tətbiq edilməsi;
- müəssisələrin dayanıqlı inkişafının marketinq strategiyalarının tədqiq edilməsi.

Pedaqoji fəaliyyət üzrə:

- marketinq, marketinq tədqiqatları, marketinqin kommunikasiya sistemi, istehlakçı davranışı, beynəlxalq marketinq fənlərinin təhsil müəssisələrində tədris edilməsi;
- təhsil proqramı və tədris-metodiki materialların hazırlanması.

Analitik fəaliyyət üzrə:

- bazar iqtisadiyyatı şəraitində, mövcud rəqabət mühitində əmtəələrin və xidmətlərin konkret istehlakçılara yönəlmiş istehsal və satış fəaliyyətinin təşkili sisteminin qiymətləndirilməsi;
- istehsal və xidmət müəssisələrinin marketinq planlarının işlənilib hazırlanması;
- marketinq təşkilatları, marketinqin kommunikasiya sisteminin təşkili sahəsində hazırlanmış layihələrin səmərəliliyinin müəyyənləşdirilməsi;
- bütün növ resurslardan səmərəli istifadənin qiymətləndirilməsi.

Təşkilati-inzibatçılıq fəaliyyəti üzrə:

- təşkilatın inkişafının qısa və uzunmüddətli marketinq siyasəti və strategiyasının işlənilib hazırlanmasına rəhbərlik edilməsi;
- müxtəlif təşkilat-hüquqi formalı təşkilatların marketinq xidməti və bölmələrinə rəhbərlik edilməsi;
- hazırlanmış və təsdiq edilmiş layihələrin və biznes planlarının icrası işinin təşkil və təmin edilməsi;
- mövcud zəruri maliyyə resurslarının formalaşması və istifadəsinin idarə olunması.

4.2. Təhsilin məzmununa qoyulan minimum tələblər

□ İxtisas üzrə fənn bölümləri, fənlərin kreditləri, onların mənimsənilməsinin nəticələri (bilik, bacarıq və vərdislər 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					
MHF – B00	Humanitar fənlər bölümü Bu bölümə daxil olan fənlərin öyrənilməsi nəticəsində magistr bilməlidir: <u>xarici dil üzrə:</u> xarici dildə neytral səs informasiyasının və ritminin özünəməxsusluğunu, inşaat sahəsi üçün səciyyəvi olan tələffüz üslubunun əsas xüsusiyyətlərini, ümumi və terminoloji səciyyəli 4000 tədris leksik vahidləri həcmində leksik minimumu, elmi üslubun əsas xüsusiyyətlərini, öyrənilən dil ölkələrinin mədəniyyəti və adət-ənənələrini, nitq etiketi qaydalarını; <u>ali məktəb pedaqogikası üzrə:</u> azərbaycanda ali təhsil sistemini, ali məktəbin, tələbə və müəllimlərin vəzifələrini, ali təhsil müəssisəsində təlim prosesi və təhsilin məzmununu, didaktika və onun müasir problemlərini, mühazirə və ona verilən müasir tələbləri, tərbiyə və özünü tərbiyə, rəhbərlik və idarə etmə məsələlərini, elmi-tədqiqat (müəllim və tələbə) işinin metodikasını; <u>psixologiya üzrə:</u> psixologiyanın obyekt, predmeti və metodlarını, psixologiyanın əsas istiqamətlərini, psixikanın quruluşunu, şüurluluq və qeyri-şüurluluğun qarşılıqlı münasibətini, tələbə psixologiyasını və s. bacarmalıdır: <u>xarici dillər üzrə:</u> marketing ixtisasına dair mətnləri oxumağı, ixtisasa dair internetdən götürülmüş mətnləri tərcümə etməyi, annotasiya, referat, tezis, tərcümeyi-hal və s. yazmağı. <u>ali məktəb pedaqogikası üzrə:</u> mühazirə mətni hazırlamağı, mühazirə oxumağı, seminar məşğələlərini planlaşdırmağı və aparmağı, biznes sahəsində elmi-tədqiqat işini yerinə yetirməyi, bununla bağlı fərziyyələr irəli sürməyi,	14	MHF – B01 <i>Xarici dil</i> MHF – B02 <i>Ali məktəb pedaqogikası</i> MHF – B03 <i>Psixologiya</i> MHF – B04 <i>Seçmə fənn*</i>	6 4 2 2	ÜK-1 ÜK-2 ÜK-3 ÜK-4 ÜK-5 ÜK-6

	eksperiment aparmağı və nəticələri tətbiq etməyi; <u>psixologiya üzrə:</u> hər bir tələbəyə psixoloji baxımdan fərdi qaydada yanaşmağı, tələbələrə eksperimentə cəlb etməyi və s. viyələnməlidir: -milli iqtisadiyyatın tarixi və nəzəri əsaslarına; - milli iqtisadiyyatın formalaşması və inkişafında elmi metodologiyanın hərtərəfli öyrənilməsinə; -Azərbaycanda müasir şəraitdə iqtisad elminin ümumi vəziyyəti və perspektivlərinə; xarici dildə lüğətin köməyi ilə oxumaq və yazmaq vərdislərinə, ali təhsil müəssisəsində tədris və tədqiqat işləri aparmağa, tələbələrə psixoloji yanaşma keyfiyyətlərinə və s.				
MİF – B00	İxtisas (ixtisaslaşma) fənləri bölümü Bu bölümə daxil olan fənlərin öyrənilməsi nəticəsində magistr bilməlidir: -müasir iqtisad elminin əldə etdiyi nailiyyətləri sistemləşdirilmiş şəkildə şərh etməyi, yeni iqtisadi sistemlərin transformasiya prosesinin qanunauyğunluqlarını və metodoloji prinsiplərini, mikro və makro iqtisadi problem və modellərin sistemli şəkildə şərhini, qlobal qeyri-sabitlik şəraitində iqtisadi artımın və təhlükəsizliyin qorunması siyasətini, işgüzar tsiklin idarə olunmasını, uzunmüddətli iqtisadi artımın sürətləndirilməsi yollarını; - iqtisad elminin və iqtisadiyyatın fəlsəfi-metodoloji aspektdən dəyərləndirilməsini, mövcud nəzəri və metodoloji problemlərin konseptual qiymətləndirilməsini, müxtəlif yanaşmaların müqayisəli təhlili və nəzəri ümumiləşdirilmələrin aparılması metodikasını, iqtisadiyyatın sistemli yaranış keyfiyyətində ictimai həyatın digər sfera və sahələri ilə integrativ bağlılığının fəlsəfi interpretasiyasını; - marketing konsepsiyasının istifadə edilməsinin genişlənməsi və dərinləşməsinin yeni istiqamətlərini;	76	MİF – B01 <i>Marketingin müasir problemləri</i> MİF – B02 <i>İqtisad elminin tarixi və metodologiyası</i> MİF – B03 <i>Ali məktəb tərəfindən müəyyən edilən fənn</i> MİF –B04 <i>İxtisaslaşmaya ayrılan fənlər**</i> MİF – B05 <i>Seçmə fənn*</i>	4 2 4 42 24	PK – 1 PK – 2 PK – 3 PK – 4 PK – 5 PK – 6 PK – 7 PK – 8 PK – 9 PK – 10 PK – 11 PK – 12 PK – 13 PK – 14 PK – 15 PK – 16 PK – 17 PK – 18 PK – 19 PK – 20 PK – 21 PK – 22 PK – 23 PK – 24 PK – 25 PK – 26 PK – 27 PK – 28 PK – 29 PK – 30

	- tətbiqi marketing tədqiqatlarının prioritetlərini; - marketingin aktual metodiki və praktiki məsələlərini; - marketing planlaşdırılmasında strateji və cari planlaşdırma məsələlərinin əlaqələndirilməsini; - təşkilat və müəssisələrin (firmaların) fəaliyyət xüsusiyyətlərini, onların fəaliyyət dairələrini, iqtisadi agentləri, müasir məhsul və xidmətləri; - marketing fəaliyyətinin müasir problemləri; - marketing fəaliyyətinin və reklam bazarlarının müasir təhlil metodlarını, idarəetmə qərarlarının riyazi təyinatını; - iqtisadi məsələlərin həlli üçün zəruri olan müasir proqram məhsullarını. bacarmalıdır: - riskin və qeyri-müəyyənliyin iqtisadi mahiyyəti, oyunlar nəzəriyyəsinin məzmununu izah etməyi, alternativ strategiyanın müəyyənləşdirilməsini, gəlirlərin bölgüsü və yoxsulluğa qarşı mübarizənin istiqamətləri, qeyri-bərabərliyi törədən səbəblər, amillər və mənbələri aşkar etməyi, makroiqtisadiyyatın əsas prinsipləri, dövlətin iqtisadi siyasəti və 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 verilməməyi, aparılan tədqiqatların fəlsəfi metodoloji yönümünü, o cümlədən problemlərin tədqiqat metodları və şərh üsullarını müəyyən etməyi, onların inkişaf təməyyülləri və perspektivləri haqqında əsaslandırılmış biliklər sistemini formalaşdırmağı; - marketing fəaliyyətinin obyektiv qiymətləndirilməsi üçün müasir vasitələrin tətbiqini; - idarəetmə qərarlarının əsaslandırılmasını; - təşkilatların, firmaların fəaliyyətinin araşdırılması üçün müasir proqram məhsullarını; - müasir proqram informasiya təminatından istifadəni;				PK – 31 PK – 32 PK – 33
--	--	--	--	--	---

	- marketing fəaliyyəti sahəsindəki müasir proseslərin qiymətləndirilməsi; - həm yuxarı, həm də aşağı səviyyədə baş verən proseslərin dəqiq inkişaf proqnozlarını formalaşdırmaq. Yiyələnməlidir: - peşəkar sferada praktiki fəaliyyət verdişlərinə; - peşəkar sfera elmi-tədqiqat işlərinin aparılmasının metod və metodologiyasına; - sərbəst tədqiqat və elmi iş aparmaq verdişlərinə; - müasir vasitələrin tətbiqi ilə iqtisadi proseslərin makro və mikro modelləşmə verdişlərinə; - iqtisadi proseslərin ekonometrik modellərinin qurulması metodologiyasına.				
MET – B00	Elmi-tədqiqat işləri Magistr elmi-tədqiqat işini yerinə yetirməklə aşağıdakıları bilməli və bacarmalıdır: - elmi-tədqiqat işini planlaşdırmağı; - tədqiqat mövzusunun seçməyi; - mövcud ədəbiyyatla tanışlıq və ədəbiyyat seçimini; - elmi-tədqiqat işini aparmağı; - elmi-tədqiqat işinin nəticələrini təhlil etməyi; - təhlil nəticəsində müəyyən nəticə çıxarmağı; - alınmış nəticələrin tədqiqi imkanlarını müəyyənləşdirməyi; - yerinə yetirilmiş tədqiqat işinin müdafiəsini; - tədqiqat işinin nəticələrinin çapa hazırlanmasını; - elmi-tədqiqat və elmi-pedaqoji təcrübələrdə iştirakı nəticəsində əldə etdiyi nəticələrdən dissertasiya işində istifadə etməyi.	30	Elmi-tədqiqat təcrübəsi Elmi-pedaqoji təcrübə Magistrlik dissertasiyasının hazırlanması və müdafiəsi	6 6 18	PK – 8 PK – 9 PK – 10 PK – 11 PK – 12 PK – 14 PK – 15 PK – 16 PK – 17
	Kreditlərin ümumi cəmi	120		120	

**Bütün bölümlərdə seçmə fənlər müvafiq səriştələrə (kompetensiyalara) uyğun ali təhsil müəssisələri tərəfindən müəyyənləşdirilir.*

***İxtisaslaşmalar üzrə səriştələr (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 – 45 həftə
- təcrübələr (elmi-tədqiqat və elmi-pedaqoji) – 8 həftə
- imtahan sessiyaları – 15 həftə
- magistrlik dissertasiyasının hazırlanması və müdafiəsi – 12 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. Təhsilalanların ali təhsil müəssisəsinin lokal şəbəkəsinə, internetə, 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 həmin şərtləri ödəyən digər müəssisə və təşkilatlarda çalışan şəxslər cəlb oluna bilər.
- 5.3.** Magistrlik dissertasiyalarına elmi rəhbərlik, bir qayda olaraq, həmin təhsil müəssisəsində çalışan professor-müəllim heyətinin elmi adı və ya elmi dərəcəsi olan nümayəndələri və ya həmin şərtləri ödəyən digər müəssisə və təşkilatlarda çalışan şəxslər tərəfindən həyata keçirilir.

6. Tədris prosesinin forma və metodları

- 6.1.** Magistrantın nəzəri təlimi və pedaqoji hazırlığı mühazirə, məşğələ, 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 edilə bilər.
- 6.3.** **060408 – Marketing** ixtisası üzrə magistr hazırlığında elmi-tədqiqat və elmi-pedaqoji təcrübələr nəzərdə tutulur (təcrübələrin məqsəd və vəzifələri ixtisasdan 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, həcminə, 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.

Razılaşdırılmışdır:

Azərbaycan Respublikası Təhsil
Problemləri İnstitutunun
direktoru

_____A.Mehrabov

«____» _____ 2012-ci il

Azərbaycan Respublikası Təhsil
Nazirliyinin Ali və orta ixtisas
təhsili şöbəsinin rəisi

_____İ.Mustafayev

«____» _____ 2012-ci il

Təhsil ixtisaslar qrupu
üzrə Dövlət Təhsil Standartları
hazırlayan işçi qrupun sədri

_____D.Bağirov

«____» _____ 2012-ci il

Azərbaycan Respublikası Təhsil
Nazirliyinin Elmi Metodiki-Şurasının
«İqtisadiyyat» bölməsinin sədri

_____Ə.Bayramov

«____» _____ 2012-ci il