

Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura Mərkəzinin
2021/2022 tədris ilinin Sabah Magistraturası üzrə Dissertasiya mövzuları və elmi rəhbərinin siyahısı

№	Magistranın S.A.A.	Mövzular	Elmi rəhbər
<i>İxtisas: “Kommersiya”</i> <i>İxtisaslaşma: “Elektron kommersiya” (SABAH) (a/b)</i> <i>Grup SM 1001</i>			
1.	Cəfərova Zeynab Vüqar	Vətəndaş məmnunluğunun təmin olunmasında innovativ yanaşmalar: Azərbaycan nümunəsi	müə. Zeynalov Asəf Zahid
2.	Abdullayeva Röya Elman	Məhsul alışlarında fərdiləşmə xidmətlərinin istehlakçıların məmnunluq səviyyəsinə təsiri	müə. Abdulova Aygün Ağasadiq
3.	Abdullayev İsmayıl Ayvaz	Onlayn brend icmaları vasitəsilə brend sadıqlıyının artırılması	müə. Hüseyinli Bəhman Eldar
4.	Abbasov Səbuel Elçin	Zəngəzur dəhlizinin Azərbaycanda elektron kommersiyanın inkişafına təsiri	müə. Süleymanov Cavid Elxan
5.	Daşdəmirov İsrəfil Bəhram	Elektron ticarətin KOS subyektlərinin xarici ticarət fəaliyyətlərinə təsiri	müə. Məcidli Famil Sərdar
6.	Cəfərova Pərvin Azər	Onlayn firmaların korporativ sosial məsuliyyət fəaliyyətlərinin onların imicinə və etibarına təsiri	i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh
7.	Cəfərli Orxan Cəfər	Dünyada və Azərbaycanda elektron kommersiyanın inkişafının müqayisəli təhlili	müə. Məlikzadə Gülmünə Akif
8.	Abbasov Nurlan Elmar	İT innovasiyalarının logistika və təchizat zəncirinin idarə edilməsinin effektivliyinə təsirinin tədqiqi	müə. İsmayılova Gülnarə İlham
9.	Eyvazlı Cavid Niyazi	Biznesin idarə edilməsinin modernləşdirilməsində İT-nin rolu	müə. Bağirov Kənan Sabir
10.	Abbasova Turac Fəxrəddin	Təşkilat mədəniyyətinin firmada e-ticarətin inkişafına təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Sultanlı Leyla Çingiz
11.	Aslanova Humay Zaur	Azərbaycanda e-ticarətin inkişafında dövlət təşəbbüslərinin rolu və perspektiv inkişaf istiqamətləri	müə. Talibova Məsumə Vəli
12.	Burzuyev Ceyhun Elxan	Elektron kommersiyada məxfilik və etibarlılığın istehlakçıların qərarlarına təsiri: Azərbaycan nümunəsində	müə. Qədəsoy Ayxan Arif
13.	Cəlilova Günel Elçin	Elektron kommersiya platformalarında istehlakçıların satınalma qərarlarına təsir edən amillərin tədqiqi: Azərbaycan nümunəsi	i.ü.f.d., dos. Quliyev Oqtay Qulu
14.	Bayramova Günay Firudin	Elektron kommersiyada qulaqdan qulağa marketinqin qərarvermə prosesinə təsiri: Bakı şəhəri üzrə araşdırma	müə. Məmmədli Qələndər Rizvan
15.	Alızadə Lalə Mübariz	Firmanın reputasiyası ilə satınalma niyyəti arasındakı əlaqədə risklərinin rolunun tədqiqi	müə. Məmmədli Qələndər Rizvan

№	Magistranın S.A.A.	Mövzular	Elmi rəhbər
16.	Daşdəmirova Nərmin Eldəniz	E-kommersiya şirkətlərinin brendləşmə prosesinin tədqiqi	müə. Vəliyev Rafiq Mustafa
17.	Cəfərli Əli Cavanşir	Koronavirus (COVID-19 pandemiyasının KOB subyektlərinin rəqəmsal marketing fəaliyyətlərinə təsiri	Prof. Dr. Maranqoz Mehmet İbrahim
18.	Ağazadə İlkin İlqar	Elektron ticarətdə müştəri sədaqətinə təsir edən amillərin müqayisəli təhlili: Bolt Food, WOLT və 189 Delivery şirkətləri nümunəsində	müə. Musəvi Səbinə Vüqar
19.	Rufullazadə İbrahim Nicat	Elektron ticarətdə karqo şirkətinin seçilməsinə təsir edən amillərin tədqiqi	müə. Quliyev Seymur Malik
20.	Cəbiyeva Gülşən Elçin	Viral reklamların firmaların tanıtılmasına və istehlakçıların satınalma davranışlarına təsiri	müə. Quliyev Seymur Malik
21.	Bayramov Mirov Yaşar	Rəqəmsal marketing fəaliyyətlərinin anlıq satınalmaya təsiri: Trendyol nümunəsi	müə., i.ü.f.d. müə. Qasımlı Vasif Asif
22.	Cəfərov Orxan Əbülfət	Metaverse dünyasında istifadə olunan yeni biznes modellərinin tədqiqi	müə. Həsənov Sənan Vəkil
İxtisas: “Kommersiya” İxtisaslaşma: “Elektron kommersiya” (SABAH) (a/b) Qrup SM 1002			
1.	Hüseynli Nərminə Çingiz	Layihələrin idarə olunmasında “Agile management” prinsiplərinin tətbiqi istiqamətləri	müə. Zeynalov Asəf Zahid
2.	Qurbanov Elton İlham	Elektron ticarətdə etibarını artıracaq amillərin müəyyənləşdirilməsi	müə. Abdulova Aygün Ağasadiq
3.	Əlizadə İsa Oqtay	Oyunlaşdırma fəaliyyətinin istehlakçıların satınalma qərarlarına təsiri: Azərbaycanın bank sektoru nümunəsində	müə. Hüseynli Bəhman Eldar
4.	Manafov İlkin Qocabəy	Elektron ticarət kontekstində optimal distribüter kanalı və logistika xidmətinin seçilməsi strategiyaları	müə. Süleymanlı Cavid Elxan
5.	Kərimov Elmir Mübariz	Elektron ticarət ənənəsinin formalaşması və yayılmasının müqayisəli təhlili: Bakı şəhəri və regionların nümunəsində	müə. Əliyev Vasif Zirəddin
6.	İsazadə Elmir Tahir	KOB subyektləri tərəfindən elektron ticarətin istifadəsinin demoqrafik xüsusiyyətləri	müə. Məcidli Famil Sərdar
7.	Qarayeva Ruqəyyə Yaşar	Elektron ticarətdə etik dəyərlərə və hüquqi qaydalara uyğun davranışın istehlakçıların etibarına təsiri	i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh
8.	Qulamova Könül Elşən	Dövlət qurumlarının rəqəmsal marketing fəaliyyətlərinin müqayisəli təhlili	müə. Məlikzadə Gülmənə Akif
9.	Həsənli Rza Ramiz	Layihələrin idarə olunmasında yumşaq bacarıqların önəmi	müə. İsmayılova Gülnarə İlham

№	Magistranın S.A.A.	Mövzular	Elmi rəhbər
10.	Fətullayeva Solmaz Aydın	İnsan resurslarının inkişafının idarə edilməsində İT-nin rolunun yüksəldilməsi istiqamətləri	müə. Bağırov Kənan Sabir
11.	Əkbərov Xəyal İqrar	Elektron ticarət əhəmiyyətinin yayılmasında mədəniyyətin rolu	müə. Sultanlı Leyla Çingiz
12.	Hafizova Ulduz Ehtiram	E-ticarətin istehsal və biznes əməliyyatlarına təsirinin tədqiqi	müə. Talibova Məsumə Vəli
13.	Əhmədli Nicat Əliağa Dadaş	Onlayn film platformalarının seçiminə təsir edən amillərin müqayisəli təhlili: Netflix, Exxen, HBO və Bein nümunəsində	müə. Qədəşov Ayxan Arif
14.	Əliyev Ruslan Elçin	Elektron kommersionda qiymət endirimlərinin istehlakçıların firma haqqında qavrayışlarına təsiri: Azərbaycan nümunəsi	i.ü.f.d., dos. Quliyev Oqtay Qulu
15.	Quliyev Məmməd Hacıbaba	Mobil tətbiqlərin interfeys rahatlığının müştərilərin seçiminə təsiri: taksi xidmətləri nümunəsində	müə. Məmmədli Qələndər Rizvan
16.	Quliyev Ruslan Məhəmməd	Elektron kommersion saytlarının vizual dizaynının istehlakçıların qavrayışına və satınalma niyyətinə təsiri	müə. Vəliyev Rafiq Mustafa
17.	Həsənli Əntiqə Rəhman	Əhəmiyyətli və rəqəmsal reklamların performans təhlili: Azərbaycanın reklam agentlikləri üzərində araşdırma	müə. Vəliyev Rafiq Mustafa
18.	İsayev İlkin Asif	Sosial medianın istehlakçıların davranışına təsirinin tədqiqi: Instagram istifadəçiləri nümunəsində	Prof. Dr. Maranqoz Mehmet İbrahim
19.	Fədani Kənan Telman	Moda sektorunda rəqəmsal marketinq strategiyalarının demoqrafik xüsusiyyətlərə görə müqayisəli təhlili	müə. Musəvi Səbinə Vüqar
20.	Xəlilova Bəsti Ceyhun	Vətəndaşların elektron ticarətə olan münasibətlərinin demoqrafik xüsusiyyətlər əsasında təhlili: Azərbaycan nümunəsi	müə. Quliyev Seymur Malik
21.	Hümbətova Səma Qalib	İşləyən qadınların elektron kommersionda məhsul seçimlərinə təsir edən amillərin tədqiqi	müə. Musəvi Şəfəq Vüqar
22.	Əlizadə Nihad Zaur	Kriptovalyuta və blockchain texnologiyalarının inkişaf perspektivləri	müə. Sənan Həsənov Vəkil
İxtisas: "Kommersion"			
İxtisaslaşma: "Elektron kommersion" (SABAH) (a/b)			
Qrup SM 1003			
1.	Məmmədov Tariyel Ərəstun	Dövlət strukturlarında şikayətlərin idarə olunması sistemi və onun təkmilləşdirilməsi istiqamətləri	müə. Zeynalov Asəf Zahid
2.	Nəsrollayev Kənan Müşviq	Rəqəmsal marketinqin müştəri sədaqətinə təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Abdulova Aygün Ağasadiq
3.	Nuriyev Nicat Çingiz	Azərbaycanda E-kommersionda data analitikasının tətbiqi problemləri və inkişaf perspektivləri	müə. Hüseyinli Bəhman Eldar
4.	Musayev Məzahir İlham	Elektron ticarətin biznesin səmərəliliyinə təsirinin qiymətləndirilməsi	müə. Süleymanlı Cavid Elxan

№	Magistranın S.A.A.	Mövzular	Elmi rəhbər
5.	Mərdanov Soltan Elsevər	Koronavirus (COVID-19) pandemiyasının istehlakçıların onlayn alış-verişə olan münasibətinə təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Məcidli Famil Sərdar
6.	Məlikova Fidan Azad	Gömrük prosedurlarının elektron ticarətin səmərəliliyinə təsirinin tədqiqi	müə. Məcidli Famil Sərdar
7.	Nəsirov Şahid Zabil	Elektron ticarətin tətbiqinin biznes strategiyasına təsiri: Azərbaycan nümunəsi	i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh
8.	Məmmədov Yasin Zahid	Azərbaycan universitetlərinin sosial media fəaliyyətlərinin müqayisəli təhlili	müə. Məlikzadə Gülmünə Akif
9.	Nəbiyeva Emiliya Təhməz	Layihələrin idarə olunmasında yaradıcı və innovativ yanaşmaların tətbiqi məsələləri	müə. İsmayılova Gülnarə İlham
10.	Muradsoy Qabil Elman	Kadr hazırlığında innovativ metodların tətbiqi mexanizmləri və onların təkmilləşdirilməsi	müə. Bağırov Kənan Sabir
11.	Məmmədova Ülkər Rauf	Elektron kommersiyanın ölkə iqtisadiyyatına təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Talibova Məsumə Vəli
12.	Nadixanova Sevil Elxan	Azərbaycanda startapların investisiya strategiyalarının tədqiqi istiqamətləri	müə. Qədəşov Ayxan Arif
13.	Məmmədov Əli Heydər	İnflunserlərin istehlakçıların satınalma qərarlarına mümkün təsirlərinin qiymətləndirilməsi	müə. Qədəşov Ayxan Arif
14.	Məhərrəmovə Asya Saleh	Brendin mənsə ölkəsinin istehlakçıların onlayn satınalma qərarlarına təsiri: yerli və xarici brendlər nümunəsində	i.ü.f.d., dos. Quliyev Oqtay Qulu
15.	Novruzova Gülsüm Elsevər	Brendə inam, etibar və bağlılığın elektron kommersiyada satınalma qərarlarına təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Məmmədli Qələndər Rizvan
16.	Məmmədov Anar Nabir	Sosial media fəaliyyətlərinin istehlakçıların satınalma davranışına təsiri: Azərbaycanın reklam sektoru nümunəsində	müə. Vəliyev Rafiq Mustafa
17.	Nəbiyeva Nərmilə Elxan	Axtarış motorları marketinqi: fürsətlər, çətinliklər və tətbiqlə bağlı strategiyaların tədqiqi	Prof. Dr. Maranqoz Mehmet İbrahim
18.	Muradlı Nihat Namiq	E-kommersiya şirkəti rəhbərinin imicinin istehlakçıların firmaya olan etibarına təsirinin tədqiqi	müə. Quliyev Seymur Malik
19.	Novruzova Həmidə Elçin	Rəqəmsal marketinqin brend kapitalına təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Əkbərov Şahin Şükür
20.	Nəsirli Yaşar Müşfiq	Onlayn çatdırılma xidmətlərinin keyfiyyətinin müştəri məmnuniyyətinə təsiri	müə. Musəvi Şəfəq Vüqar
21.	Nadiri Nəzrin Səməd	İstehlakçıların rəy və dəyərləndirmələrinin müştərilərin satınalma davranışlarına təsirinin tədqiqi	i.ü.f.d., müə. Qasımlı Vasif Asif
22.	Məmmədhüseynov Fikrət Ramiz	Blockchain texnologiyası və onun mümkün innovativ təsirləri	müə. Həsənov Sənan Vəkil

№	Magistranın S.A.A.	Mövzular	Elmi rəhbər
<i>İxtisas: “Kommersiya” İxtisaslaşma: “Elektron kommersiya” (SABAH) (a/b) Qrup SM 1004</i>			
1.	Rzayev Xalid Namiq	Elektron ticarətdə sayt seçimlərinin və məhsul alışlarının demoqrafik xüsusiyyətlərinin tədqiqi	müə. Abdulova Aygün Ağasadiq
2.	Süleymanov Altay Şahin	Sosial media marketingində saxta xəbərlərin brendə olan inamın formalaşmasına təsiri	müə. Abdulova Aygün Ağasadiq
3.	Sadiqova Ləman Elçin	Azərbaycanda onlayn və offlayn müştəri təcrübəsinin istehlakçı davranışına təsirləri	müə. Hüseynli Bəhman Eldar
4.	Tağiyeva Zeynəb Elçin	KOB subyektlərində elektron ticarətin tətbiq formalarının tədqiqi	müə. Talıbova Məsumə Vəli
5.	Süleymanov Cavid İlham	Elektron ticarətdə logistika xidmətinin keyfiyyətinin firmanın imicinə və müştərilərin məmnunluq səviyyəsinə təsiri	müə. Məcidli Famil Sərdar
6.	Səfərli Telman Vüqar	Azərbaycanın istehsal sektoru müəssisələrinin elektron ticarətdə qlobal bazarlara çıxış imkanlarının tədqiqi	i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh
7.	Rəhimov Süleyman Vahid	Elektron ticarət vasitəsilə qeyri-neft sektorunun gəlir potensialının artırılması istiqamətləri	i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh
8.	Paşayeva İnci Mərdan	E-ticarət platforması əsasında optimal təchizat zəncirləri üzrə maliyyə gəlirlərinin artırılması istiqamətləri	müə. Məlikzadə Gulminə Akif
9.	Şixməmmədli Elgün Telman	Korporativ idarəetmənin təkmilləşdirilməsində informasiya texnologiyalarının rolu	müə. Bağirov Kənan Sabir
10.	Şabanov Rəhman Kamil	Elektron ticarətdə layihə idarəetmə sərəştəsi, iş performansı və iş motivasiyası arasındakı əlaqələrin tədqiqi	müə. Sultanlı Leyla Çingiz
11.	Zeynalova Nigar Şaiq	Ənənəvi və onlayn ticarət firmalarının müqayisəli təhlili: Azərbaycan nümunəsində	müə. Qədəşov Ayxan Arif
12.	Nuruyeva Bərdi Salman	B2B sektorunda elektronik ticarətin inkişafına təsir edən amillər: Azərbaycan nümunəsi	i.ü.f.d., dos. Quliyev Oqtay Qulu
13.	Yusubzadə Leyla Yusif	Bank sektorunda tətbiq edilən innovasiyaların bank reputasiyasına təsirinin tədqiqi	i.ü.f.d., dos. Quliyev Oqtay Qulu
14.	Talıbzadə Nilufər Təyyar	İstifadəçi təcrübəsinin (UX) və istifadəçi interfeysinin (UI) müştərilərin sədaqətinə təsiri	müə. Məmmədli Qələndər Rizvan
15.	Süleymanov Rüfan Mahmud	Rəqəmsal marketing alətlərinin istehlakçıların satınalma davranışına təsiri	müə. Vəliyev Rafiq Mustafa
16.	Salamov Sabir Eldar	İnflunserlərin istehlakçıların brend seçiminə təsirlərinin təhlili: Y və Z nəsillərinə aid tədqiqat	Prof. Dr. Maranqoz Mehmet İbrahim

№	Magistranın S.A.A.	Mövzular	Elmi rəhbər
17.	Seyfullayev Mikayıl Ramin	Veb-saytın keyfiyyət anlayışına təsir edən amillərin istehlakçıların satınalma qərarlarında rolu	müə. Musəvi Səbinə Vüqar
18.	Rəşidov Şamil Həbillah	Pərakəndə ticarət sektorunda "cashback" metodunun mağaza seçiminə təsiri: Umico və Supermarket kartları nümunəsində	müə. Musəvi Səbinə Vüqar
19.	Rüstəmov Xanım Firuz	Rəqəmsal marketinqin istehlakçının satınalma prosesinə təsiri: Azərbaycan nümunəsi	müə. Quliyev Seymur Malik
20.	Vahidli Nəzrin Vahid	Rəqəmsal mühitdə firma reputasiyasının idarə edilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi	müə. Musəvi Şəfəq Vüqar
21.	Zeynalov Rəşad Şahin	Məhsul və veb-sayt keyfiyyətinin onlayn satınalma vərdişlərinə təsiri: Azərbaycan nümunəsi	i.ü.f.d., müə. Qasımlı Vasif Asif
22.	Səmədov Məhəmməd Talib	Elektron ticarətdə ERP proqramlarının tətbiqi problemləri və perspektivləri	i.ü.f.d., müə. Qasımlı Vasif Asif
23.	Vəzirov Kamran Elçin	Startup biznesində ideyadan investisiyalara doğru prosesin tədqiqi	müə. Həsənov Sənan Vəkil