Azərbaycan Dövlət Iqtisad Universiteti (UNEC)

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

09 sentyabr 2025-ci il

“BİZNESİN ƏSASLARI” fənni üzrə
İŞÇİ TƏDRIS PROQRAMI
(Sillabus)

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin kodu:	00200
Fənnin növü:	əsas
Tədris ili:	2025/2026
Tədris semestri:	payız
Fakültə:	İqtisadiyyat və idarəetmə
Qrup:	240, 241
Tədris yükü:	60 saat (mühazirə/məşğələ -30/30)
Kredit sayı:	6 (altı)
Kafedra:	Biznes və logistika

II. Müəllim haqqında məlumat

Fənni tədris edən müəllim:	Vəfa Mahmudova, i.ü.f.d.,baş müəllim
E-mail ünvanı:	vafa_mahmudova@unec.edu.az vafa_mahmudova@mail.ru
İş telefonu:	(012) 4403367

III. Fənnin təsviri

Bu fənn, ümumi (əsas) fənlər siyahısına daxil olmaqla, bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələrə biznes fəaliyyəti ilə bağlı zəruri baza biliklərini təqdim edir. Bazar iqtisadiyyatı biznesin təşkilinin və idarə olunması problemlərini ön sıralara çəkir. Bu, bir sıra səbəblərlə şərtlənir. Belə ki, müasir işgüzar fəaliyyət bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz hissəsidir; bazar subyektləri kəskin rəqabət şəraitində işləyir; istehsal, kommersiya, maliyyə sahələrinin bütün elementlərinin təkmilləşdirilməsi və yeni stildə biznes davranışının əldə olunması zərurəti ortaya çıxmışdır.

Fəndə, biznes konsepsiyası: məqsəd, missiya və dəyərlər, biznesin iqtisadi mahiyyəti,növləri, biznesə təsir edən amillər, menecer və müəssisələrin qlobal arenada rəqabət üstünlükləri yaratmaq üçün strateji düşüncələrin dəyişdirilməsi yolları, biznesin idarə olunmasının etik qaydalar, başqa sahələrdə olduğu kimi biznes sahəsində də insan resursların inkişaf etdirilməsinin mühüm əhəmiyyəti və infrastruktur sahələrin idarə edilməsi mexanizmləri barəsində tələbələrə zəruri biliklər verilir və bacarıqlar aşılanır.

IV. Fənnin məqsədi və vəzifələri

Fənnin əsas məqsədi biznesin təşkili və idarə edilməsinin əsasları, biznesin qabaqcıl inkişaf istiqamətləri, müəssisələr (təşkilatlar) haqqında nəzəri və praktiki nümunələr vermək və müəssisələrdə işçi və işəgötürən kimi yer alacaq məsələlər barədə tələbələrə mövzu ilə bağlı nəzəriyyə və təcrübələri öyrətməkdən ibarətdir.

Fənnin tədrisi qarşısında duran vəzifələr aşağıdakılardır:

- Biznes konsepsiyası: məqsəd, missiya və dəyərləri barədə tələbələrdə tam təsəvvür formalaşdırmaq;
- Biznes mühitinin fəaliyyətinin təhlili, daxili və xarici mühit amilləri barədə məlumatları tələbələrə təqdim etmək;
- Müəssisələrin və biznesin effektiv idarə edilməsi, və istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə elmi yanaşmaları və modelləri tələbələrə təqdim etmək;
- Biznes plan haqqında təssəvür yaratmaqla yanaşı, biznes planın yaradılma ardıcıllığının təcrübü nümunələrlə əyani şəkildə izahının verilməsi;
- Marketinq üzrə biznesin qarşısında duran əsas məsələlər göstərilir, biznesin fəaliyyətini əlaqələndirən struktur kimi marketinq prosesləri barədə tələbələrə zəruri bacarıq və qabiliyyətlərin aşılanması;
- Biznesdə də etik normalar, işgüzar danışıqlar və etik qaydaların gözlənilməsi yollarını tələbələrə aşılamaq;

V. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənildikdən sonra tələbə:

Bilməlidir:

- biznesin mahiyyətini;
- biznes növlərini və onların əsas xüsusiyyətlərini;
- müəssisələrin ölçülərini və onlara təsir göstərən amilləri;
- biznes-planın tərtibi qaydasını;
- biznesin maliyə strukturu və kapitalın dəyəri;
- elektron informasiya sisteminin elementləri və informasiya sistemlərindən istifadə qaydalarını;
- biznesdə işgüzar danışıqların aparılması qaydalarını;

Bacarmalıdır:

- müəssisənin missiya və məqsədini fərqləndirməyi;
- firmanın ölçüsünə və istehsalın miqyasına təsir göstərən amilləri qiymətləndirməyi;
- rəqabət üstünlükləri yaratmaq üçün strateji düşüncələrin dəyişdirilməsi yollarını;
- müasir informasiya texnologiyaların biznesə tətbiqi qaydalarını;
- bazar araşdırmasının aparılma qaydalarını:

VI. Kursun proqramı

Proqram 15 mühazirə, 15 seminar olmaqla 30 saata əsaslanır. Proqram mühazirələr, müzakirələr, tapşırıqlar və məşqlər, qrup işi, praktik məşğələlər və iş müzakirəsini əhatə edir.

VII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

Sıra	Mövzuların adları	Mühazirə dərsləri	Seminar dərsləri
1.	Biznesin iqtisadi mahiyyəti və əsas konsepsiyaları	2	2
2.	Biznes sistemi və onun mühiti	2	2
3.	Biznes – planın hazırlanması	2	2
4.	Biznesin qurulması	2	2
5.	Biznesin müxtəlif növləri və formaları	2	2
6.	Biznes fəaliyyətində idarəetmə və liderlik	2	2
7.	Biznesdə insan resurları və motivasiya	2	2
8.	Biznesdə təhlükəsizlik	2	2
9.	Biznesdə strateji planlaşdırma və strategiyalar	2	2
10.	Biznesdə istehsal prosesi	2	2
11.	Biznesin maliyyə mənbələri	2	2
12.	Biznesdə marketinq fəaliyyəti	2	2
13.	Biznesdə reklam fəaliyyəti	2	2
14.	İctimaiyyətlə əlaqələr (PR) işgüzar imicin formalaşması	2	2
15.	Biznes etikası və korporativ sosial məsuliyyət	2	2

VIII. Prerekvizitlər

Yoxdur.

IX. Fənnin tədris metodologiyası

Bu fənnin tədrisi prosesində mühazirələrin oxunması, interaktiv müzakirələrin aparılması, komanda şəklində layihələrin icrası, kiçik qruplarda iş, işgüzar oyunlar, xüsusi nümunələrin (keys-stadilər) öyrənilməsi və təhlili, esse yaxud sərbəst işlərin yazılması və test tapşırıqların yerinə yetirilməsi kimi geniş çeşiddə tədris və təlim üsullarından istifadə edilir.

Bundan əlavə tədris və təlim prosesində 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 ayrılacaq. Verilən biliklərin tətbiqi bacarıqlarının formalaşdırılması üçün tələbələr mövzuya uyğun seçilmiş tapşırıqları həll edəcəklər.

Hər bir yeni mövzunun tədrisi öncəsi tələbələr müəyyən olunmuş mətnləri və onlara təqdim edilmiş (tapşırılmış) digər qiraət materialları ilə tanış olmalıdırlar.

X. Fənnin mühazirə mətnləri ilə tanışlıq

Fənnin bütün mövzuları üzrə mühazirə mətnləri, müzakirə sualları və tapşırıqlar, habelə müxtəlif növ məşğələ materialları elektron formatda Universitetin saytında universitetin veb saytındakı tələbə kabinetində yerləşdirilir.

XI. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri

1. Can Halil ve Güney Semra. (2018). Genel İşletme. Ankara: Siyasal Kitabevi
2. Tuncer, Doğan., Ayhan, Doğan Yaşar., ve Varoğlu, Demet. (2020). Genel İşletmecilik Bilgileri.
3. Abbasov A.B., Abbasov S.A., *Biznesin əsasları*. Dərslik-monoqrafiya, "Elm və təhsil", Bakı 2017;
4. Məmmədov K.M., Bədirov M.R., Bədirov R.R. «Biznes plan»,dərs vəsaiti Bakı,2017
5. Müəllif kollektivi Biznesin təşkili və idarə edilməsi Dərslik:"İqtisad Universiteti nəşriyyatı" 2011
6. Rəşad Muradov Biznes etikası. Dərs vəsaiti. «Iqtisad Universiteti» Nəşriyyatı, Bakı, 2017
7. Qari Armstronq, F.Kotler. Marketinq: ilk addım, 7 - ci nəşr, 2005 - ci il.
8. Skripak Stephen J., Fundamentals of Business, Virginia Tech, Blacksburg, Virginia, 2016
9. Рубин, Ю.Б. Основы бизнеса:Учебник / Ю.Б. Рубин..- М.: МФПУ Синергия, 2012. - 320 с.

S/n	Mövzuların adları	Mövzunun əsas məzmunu
1	Biznesin iqtisadi mahiyyəti və əsas konsepsiyaları	Burada biznesin cəmiyyətimizin inkişafındakı rolu, biznes fəaliyyəti bağlı iqtisadi anlayış və kateqoriyaların məzmunu araşdırılır. Biznesin iqtisadi fəaliyyət növü olaraq mahiyyəti, onun səciyyəvi xüsusiyyətləri, funksiyaları və məqsədləri dəqiqləşdirilmiş, biznesin strategiyası və taktikası izah edilmişdir, habelə biznes fəaliyyətinin üstünlükləri və çatışmazlıqları göstərlmişdir. Mövzuda təhsil alanların diqqətinə biznesin konsepsiyalarının əsas növləri və onların xüsusiyyətləri çatdırılmışdır
2	Biznes sistemi və onun mühiti	Burada biznesin açıq sistem kimi fəaliyyət göstərməsi açıqlanmış və biznes sisteminin əsas elementlərinin təsnifatı verilmişdir. Biznesin subyektləri, biznesin infraquruluşu, biznesin idarəetmə sistemi(menecment), biznesin kontraqentləri (marketinq), qiymətləndirmə, texnologiyalar və rəqabət sistemi bütün detallar üzrə təsvir edilərək, özəl bizneslə dövlət sektorunun tərəfdaşlığı məsələləri diqqətə çəkilmişdir. Mövzunun sonunda biznesin mühit amilləri araşdırılmış, biznesin daxili və xarici mühit amilləri, onların xüsusiyyətləri təhlil olunmuşdur.
3	Biznes – planın hazırlanması	Bazar iqtisadiyyatında sabit inkişaf üçün sahibkarlar mütləq mövcud riskləri göz önünə almalı, məqsədli bazarları, buradakı imkanları və rəqiblərin vəziyyətini dəyərləndirərək işlərini dəqiq planlaşdırmalıdırlar. Məhz buna görə də biznes-planların tutulmasının çox mühüm əhəmiyyəti vardır. Buna görə də bu mövzuda təhsil alanlara ən müvafiq şəkildə biznes-planın mahiyyəti və məqsədi açıqlanmış,onun funksiyalarına aydınlıq gətirilmiş, işlənib hazırlanması prosesi və bu zaman nəzərə alınması vacib olan əsas məsələlərə diqqət yetirilmişdir.Mövzunun sonunda biznes-planın əsas bölmələri vəonların xarakteristikası barədə bəhs olunur
4	Biznesin qurulması	Biznes qurmağın ilkin şərtləri və ardıcıl mərhələləri onlara izah olunur.Bu mərhələlərə investisiyaların cəlb edilməsi də daxildir.Bununla yanaşı biznes (bazar) araşdırmaları və tələbin proqnozlaşdırılması haqqında müfəssəl biliklər verildikdən sonra tələbin qiymətləndirilməsi vəbiznesin həcminin (gücünün) müəyyən edilməsi məsələləri də şərh edilir. Biznesin yaradıldığı yerin və yerləşdiyi regionun seçilməsi biznes qurularkən cox strateji üstünlüklərə malik olmağa imkan yaradır. Məhz bu baxımdan məkan yeri ilə bağlı təkmilləşdirmələrə də xüsusi diqqət ayrılır
5	Biznesin müxtəlif növləri və formaları	Biznes fəaliyyətini bir sıra (fəaliyyət növünə və miqyasına, mülkiyyət formasına, mülkiyyətçilərin sayına görə də təsnifləşdirilir. Biznesin həmin növləri sahibkarların əsas fəaliyət sferasını müəyyənləşdirərək ayrıca, yaxud birlikdə fəaliyyət göstərib onlardan hər birinin spesifikasını əks etdirir
6	Biznes fəaliyyətində idarəetmə və liderlik	Mövzuda idarəetmə, onun ierarxiyası (səviyyələri) və funksiyaları, habelə idarəetmə qərarlarının mahiyyəti və qərarvermənin əsas mərhələləri haqda biliklər təlqin edilir. Bununla yanaşı, idarəetmədə menecerlərin rolu da danılmaz bir faktdır. Buna görə də,menecerlərin peşəkarlığı və bacarıqlar üzrə onlara irəli sürülən tələblər də təhsil alanların böyük marağına səbəb olacaqdır
7	Biznesdə insan resurları və motivasiya	Heyətin idarə edilməsi firmanın fəaliyyətində ən mühüm istiqamətlərindən biri olub iqtisadi nailiyyətin əsas göstəricisi sayılır. Əmək müqaviləsi (kontrakt), onun məcburi və əlavə şərtləri, müqavilələr üzrə öhdəliklərin yerinə yetirlməsinə görə məsuliyyət, rekrutinq və onun müxtəlif növləri, habelə işçilərin sosial təminatı üzrə güzəştlər haqqında müxtəlif biliklər də təhsil alanların diqqətinə çatdırılır.

8	Biznesdə təhlükəsizlik	Biznes xüsusilə iqtisadi mühitin qeyri-stabil olduğu bir şəraitdə riskli və təhlükəli fəaliyyətdir. Biznesdə risk iqtisadiyyatın vəziyyəti, siyasi qeyri-stabillik, rəqiblərin və cinayətkar qrupların (şəxslərin) qeyri-qanuni hərəkətləri, təbii fəlakətlər və sair təhdidlərlə əlaqədardır. Buna görə də, risklərin idarə edilməsi və bu prosesin metodları haqqında biliklərin təhsil alanlara ötürülməsi çox vacibdir. Biznes fəaliyyətində kommersiya sirri də çox əhəmiyyətli bir məsələdir. Buna görə də, müəssisələrin əksəriyyətində işgüzar münasibətlər haqqında informasiyaların təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və kommersiya sirrinin qorunması üçün müxtəlif tədbirlərə əl atılır. Sənaye casusluğu da müəssisələrin inkişafına və bazarda onun rəqabət qabiliyyətinə birbaşa təhdiddir. Buna qarşı bir çox texniki vasitələrlə aparılan tədbirlərin siyahısında müəssisənin təhlükəsizlik xidməti xüsusi yer tutur.
9	Biznesdə strateji planlaşdırma və strategiyalar	Biznes aləmində mövcud olan strategiyaların hər birinin müəssisənin fəaliyyətinin konkret şərtlərindən asılı olaraq müxtəlif variantları mövcuddur. Eyni zamanda, öz tərkibində bu qruplardan hər birinin müxtəlif elementlərini cəmləşdirən çoxməqsədli strategiyalar da ola bilər. Strategiyanın seçilməsində müəssisənin maliyyə imkanlarımühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müəssisənin yeni bazarlara çıxması, yeni növ məhsulun buraxılması, yaxud yeni sahəyə keçid və s. bu kimi mühüm addımları əsaslı maliyyə xərcləri hesabına başa gəlir.
10	Biznesdə istehsal prosesi	Müasir cəmiyyətdə hər kəs istehsal prosesi ilə sıx bağlıdır, çünki o insanların ümumi həyat tərzinə (standartlarına) təsir göstərir. Cəmiyyətin firavan yaşayışı və ölkənin qüdrəti onun istehsal göstəriciləri ilə müəyyən edilir. Yalnız bu yolla ölkələr digərlərindən asılı olmadan yaşaya bilərlər. Həm də, istehsalın səviyyəsinin artması işsizlik və inflyasiya ilə mübarizənin də ən yaxşı yoludur. Bu mövzuda istehsal, istehsal prosesi və istehsal sistemlərinin mahiyyəti təhsil alanlara aşılanır. Bu zaman onlar istehsal prosesinə təsir edən amillərlə tanış olmaqla yanaşı, istehsal sistemləri ilə bağlı biliklərə də sahib olurlar. Yalnız bundan sonra istehsal prosesinin idarə edilməsi, yəni istehsala hazırlıq, istehsal prosesinin planlaşdırılması və istehsala nəzarətin təşkili məsələlərinə aydınlıq gətirilir.
11	Biznesin maliyyə mənbələri	Müəssisə qarşıya qoyduğu məqsədlərə çatmaq üçün hər cür ödəniş alətlərinə və resurslara ehtiyac duyur. Bu ehtiyac biznes ideyasının meydana çıxması anından duyulur. Çünki lazımi vəsaitlərlə təmin edilmədikdə müəssisənin yaradılması və qarşıya qoyulan digər məqsədlərə çatmaq mümkün deyildir. Bunun üçün də biznesin maliyyə quruluşu və kapital dəyəri, onun maliyyələşmə növləri haqqında ümumi biliklərə xüsusi ehtiyac yaranmışdır. Mövzunun əvvəlki hissəsində təhsil alanlara maliyyənin əhəmiyyəti və mənbələri: ənənəvi (xüsusi, borc və cəlb olunmuş vəsaitlər) mənbələr, yeni mənbələr (maliyyə lizinqi, faktorinq, frayçazinq, forfeytinq, müəssisə (vençur) kapitalı, habelə büdcədən və qeyri-büdcə təyinatlı mərkəzləşdirilmiş fondlardan ayırmalar haqqında geniş və müfəssəl biliklər verilir
12	Biznesdə marketinq fəaliyyəti	Marketinq bazar iqtisadiyyatına əsaslanır və ona biznesin əsası kimi baxılır.Marketinq müəssisənin planlaşdırma strategiyasının əsas ünsürlərindən biri olmaqla, konkret bir müəssisə üçün onun əsas vəzifələri bunlardır: müəssisənin ehtiyatlarına uyğun olan sərfəli bazarın müəyyən edilməsi,

		müəssisənin ehtiyatlarından məhsulun layihələşdirilməsində, istehsalında düzgün istifadə və s. Bu baxımdan mövzuda təhsil alanlara biznes fəaliyyətində marketinqin rolu və əhəmiyyəti aşılanmaqla, onun taktikası, strategiyası və əsas hədəfləri göstərilir.Düşünürük ki, marketinqin funksiyaları, informasiya sistemi və araşdırmaları haqqında əldə etdikləri biliklər təhsil alanlara təcrübədə çox böyük köməklik göstərəcəkdir.
13	Biznesdə reklam fəaliyyəti	Bazar münasibətlərinin inkişafı reklamsız imkansızdır. Ölkəmizdə reklam müxtəlif formalı müəssisənin fəaliyyətində vacib şərtə çevrilmişdir. O, milyonlarla insanların maraqlarına toxunur və onların həyatının ayrılmaz hissəsinə çevrilir. Azərbaycan biznesi bütün bazar alətləri arasından reklamı daha tez mənimsəyərək geniş surətdə istifadə edir. Bu onunla bağlıdır ki, reklam marketinq kommunikasiya sistemində satışın stimullaşdırılması metodlarından ən əlverişlisidir. Bu baxımdan mövzuda reklamın mahiyyəti, məqsəd və funksiyaları açıqlanır.Burada reklamın əsas xüsusiyyətləri qeyd edilərək, onun növləri, formaları və vasitələrihaqqında geniş və müfəssəl biliklər təhsil alanların diqqətinə çatdırılır.Daha sonra reklam işinin təşkili, onun fəaliyyətinin səmərəliliyi və əsas istiqamətləri müəyyən olunur
14	İctimaiyyətlə əlaqələr (PR) işgüzar imicin formalaşması	Digər təşkilatlar kimi müəssisələr də öz varlıqlarını və fəaliyyət məqsədlərini cəmiyyətə adekvat şəkildə izah etməlidirlər. Bu baxımdan müəssisələr öz strukturları və məqsədləri ilə cəmiyyəti təşkil edən insanların və təşkilatların, yaxud sadəcə olaraq ictimaiyyətingözləntiləri arasında əlaqə qura bilməli və bunun üçün lazımi həll yolları axtarılmalıdır. Bu mənada cəmiyyətin biznesdairələri ilə informasiya mübadiləsində ictimaiyyətlə əlaqələrin (PR) rolu təhsil alanlara tam ardıcıllıqla izah edilmişdir. Bu zaman ictimaiyyətlə əlaqələrin əhatə dairəsi və ictimaiyyətlə əlaqələrin məqsədləri geniş şəkildə araşdırılmış, ictimaiyyətlə əlaqələr prosesi qarşısında duran vəzifələr konkret olaraq göstərilmişdir.
15	Biznes etikası və korporativ sosial məsuliyyət	Mövzuda nəinki biznes etikasının əsas konsepsiyaları, habelə korporativ mədəiyyətin tipologiyası da diqqətlə araşdırılaraq onun əsas müddəaları təhsil alanların diqqətinə çatdırılmışdır. Burada daha sonra korporativ sosial məsuliyyətin mahiyyəti dəqiqləşdirilmiş və işgüzar imicin formalaşması məsələlərinə dəqiqlik gətirilmişdir. Sonda biznes etikasının quruluşu təhlil olunmuş və biznesdə makro- və mikro- etika problemləri şərh edilmişdir.

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 çıxıs hazırlamalı;

5) Mövzu üzrə verilən praktik tapşırıqlar və məsələləri yerinə yetirməklə praktik bacarıqlara yiyələnməlidir.

Tələbə semestr ərzində 100 bal toplamalıdır. 20 bal seminar (məşğələ) dərsində toplanır. Tələbə seminar balını gündəlik olaraq dərsdə aktivlik göstərməklə toplayır. Beləliklə tələbə dərslər zamanı ən azı 4 dəfə qiymət almalıdır ki, cəmi 20 bal toplamış olsun. Tələbənin dərsə davamiyyəti qeydə alınır. Davamiyyət tələbənin aktivlik balının toplanmasında əhəmiyyət kəsb edir.

Seminarlar frontal sorgu, yazılı tapşırıqlar, testlər, keyslər və tələbələrin hazırladıqları prezentasiyalar üzrə keçirilir.

XIII. Sərbəst işlər (Qrup işi): nəzərdə tutulmayıb.

XIV. Fənn üzrə qiymətləndirmə

Seminar (məşğələ) dərslərinin nəticələrinə görə	20 bal	20 %
Ara imtahan	30 bal	30 %
Yekun imtahan	50 bal	50%
Semestr nəticəsinə görə	100 bal	100%

Semestr nəticəsinə görə qiymətləndirmə (imtahan və imtahana gədər toplanan ballar əsasında)

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

İmtahan yazı üsulu ilə keçiriləcəkdir. Tələbəyə ümumilikdə 75 sual təqdim olunacaq. İmtahanda tələbəyə 7 sual təqdim olunacaq 3 asan, 3 orta və 1 çətin. Tələbənin asan və orta kimi təqdim olunan 3 sualdan 2-sini seçmək imkanı var. Qiymətləndirmə 5 sual olmaqla 2 asan (hər bir sual 5 bal), 2 orta (hər bir sual 10 bal) və 1 çətin (20) bal qiymətləndiriləcək.

Qeyd: Imtahanda minimum 17 bal toplanmasa, imtahana qədər yığılan ballar toplanmayacaq.

Tərtib etdi **i.ü.f.d. b/m V.O.Mahmudova**