



UNEC

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

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

09 sentyabr 2025-ci il

**“BRENDİNQIN ƏSASLARI” fənni üzrə
İŞÇİ TƏDRİS PROQRAMI
(Syllabus)**

Fənn haqqında məlumat

Fənnin kodu: 00206
Fənnin növü: seçmə
Tədris ili: 2025/2026
Tədris semestri: payız
Fakültə: Biznes və menecment
Qrup: 900-3
Tədris yükü: 45 saat (mühazirə/məşğələ - 30/15)
Kredit sayı: 4 (dörd)
Kafedra: Biznes və logistika

I Müəllim haqqında məlumat

Fənni tədris edən müəllim: i.ü.f.d., dos. Muradova Hicran
E-mail ünvanı: muradovahicran@mail.ru

İş telefonu: (012) 4403367

Bu sillabus Yıldız Teknik Universitetinin “Marka yönetimi kavramlar” fənninin məzmununa uyğun olaraq “Biznes və logistika” kafedrasının dosenti H.R.Muradova tərəfindən hazırlanmışdır.

II. Fənnin təsviri

Bu fənn, ümumi (əsas) fənlər siyahısına daxil olmaqla, bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələrə brendin mahiyyətini dərk etmək üçün zəruri olan biliklərin formalaşdırılması, o cümlədən, brendin idarə edilməsi üsullarının mənimsənilməsi, brendin dəyərinin qiymətləndirilməsi və brendin inkişafı texnologiyalarının sistemli təhlili bacarıqları, brendin bazara çıxarılmasıdır. Eyni zamanda, brendinq strategiyası bir biznes üçün olduqca vacibdir və bu strategiyanın qurulmasında brend kapitalının rolu isə danılmazdır. Bu səbəbdən də dünya biznesində və eləcə də Azərbaycan müəssisələri, xüsusilə də qida sənayesi müəssisələri brendinq strategiyalarının qurulmasına çox əhəmiyyət verir.

Fəndə, marketinqdə marka anlayışı, onun yaradılması, loyallığı, brendin yaradılması üsulları, kommunikasiyadan və texnologiyadan imkanlarından istifadə edərək brendin möhkəmlənməsini və doğru strategiyalardan istifadəni özündə cəmləşdirir. Bu sahədə inkişaf etdirilməsinin mühüm əhəmiyyəti və müəssisələrin idarə edilməsi mexanizmləri barəsində tələbələrə zəruri biliklər verilir və bacarıqlar aşılır.

III. Fənnin məqsədi və vəzifələri

Fənnin əsas **məqsədi** brendinqin yaradılması, inkişaf etdirilməsi, idarə edilməsi, 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:

- Brendin yaradılması prosesinin xüsusiyyətlərini araşdırmaq;
- Brend dizayn bacarıqlarının formalaşdırmaq;
- Brend idarəetmə bacarıqlarının və texnologiyalardan istifadə bacarığına yiyələnmək;
- Brend yaratma texnologiyaları.
- Şirkətinizin şəxsiyyətini (dəyərlərinizi, xüsusiyyətlərinizi və s.) müəyyənləşdirmək;
- Hədəf kütlənizi müəyyənləşdirmək;
- Missiya bəyanatınızı hazırlamaq;
- Vizual aktivlərinizi yaratmaq;
- Brendinizi bazarda təşviq etmək;
- Ehtiyac olduqca brendinizdə dəyişikliklər etmək.

IV. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütü n mövzular mənimsənildikdən sonra tələbə:

Bilməlidir:

- Ömtəə nişanı və marka anlayışlarının fərqi. Brendin inkişafı
- Brendləşmənin tipologiyası və əsas prinsipləri, inkişafını.
- Brendin yaradılması və inkişaf etdirilməsi

- Brendinqdə mövqeləşdirmə strategiyaları
- İstehlakçıların brendə olan dəyərinin və loyallığının qiymətləndirilməsi
- Rəqəmsal aləmdə brendləşmə.

Bacarmalıdır:

- şirkətlərin hərtərəfli brendinq siyasətini həyata keçirməyi;
- brendin idarə edilməsinin effektivliyini müstəqil və düzgün qiymətləndirmək;;
- brendi inkişaf etdirmək, brendi bazara çıxarmaq, brendi idarə etmək, brend dəyərini qiymətləndirmək;
- şirkətdə kommunikasiya proseslərini təhlil etmək və onların effektivliyini artırmaq üçün təkliflər hazırlamaq;

VI. Prerekvizitlər

Yoxdur.

VII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

1. Brend konsepsiyası və inkişafı
2. Brendin vizual və şifahi elementləri
3. Brendinq və Hekayə
4. Brendin idarəedilməsi
5. Brend imici, brend şəxsiy yəti və brend kimliyi
6. Brendin Yerləşdirilməsi
7. Brend növləri və memarlığı
8. Brend dəyəri və ekvivalentliyi
9. Brend Ünsiyyəti
10. Rəqəmsal Brend İdarəetmə
11. Lüks markaların idarəedilməsi
12. Brendin tanıtılması strategiyaları
13. Brendləşmədə məhsulun yerləşdirilməsi
14. Qlobal Brendləşmə
15. Brendinqdə hüquqların qorunması

VIII. Fənnin tədris materiallarının tələbələrə catdırılması

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.

IX. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri

1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
2. Remzi Altunışık, Burhanettin Zengin – Marka Külliyatı, 2020.

3. İřil Karpat Aktuęlu Marka yönetimi Güçlü v bařarılı markalar için temel ilkeler 2017.

<i>S/n</i>	<i>Mvzuların adları</i>	<i>dbiyyat siyahısı</i>
1	Brend konsepsiyasıv inkiřafi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
2	Brendin vizualv řifahi elementleri	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
3	Brendinq v Hekay	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
4	Brendin idaredilmsi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
5	Brend imici, brend řxsiy yti v brend kimliyi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
6	Brendin Yerleřdirilmsi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
7	Brend nvleri v memarlıęı	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
8	Brend dyri v ekvivalentliyi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öęr. Üyesi Funda Bayrakdaręlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.

9	Brend Ünsiyyəti	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
10	Rəqəmsal Brend İdarəetmə	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
11	Lüks markaların idarəedilməsi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
12	Brendin tanıtılması strategiyaları	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
13	Brendləşmədə məhsulun yerləşdirilməsi	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
14	Qlobal Brendləşmə	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.
15	Brendinqdə hüquqların qorunması	1. Prof. Dr. Mehmet Marangoz, Dr. Öğr. Üyesi Funda Bayrakdaroğlu – Marka Yönetimi Kavramlar ve Uygulamalar, 2021.

X. Seminar-məşğələlər: hazırlıq və qiymətləndirmə

Seminar-məşğələ dərslərində tələbə öz fikirlərini məntiqi ardıcılıqla 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 yiyələnəlidir.

Bütün ali məktəblərdə tələbələrin attestasiyası – Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirinin 11.09.2008-ci il tarixli 1060 sayılı 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.

XI. Fənn üzrə kurs işi

Fənn üzrə kurs işi nəzərdə tutulmayıb.

XII. Aralıq qiymətləndirmə

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

XIII. 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.

XIV. Fənn üzrə yekun qiymətləndirmə

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

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

XV. 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

