



UNEC

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

Təsdiq edirəm: _____

“İqtisadiyyat” kafedrasının müdiri

i.ü.f.d., dos. S.İ.Hümbətova

12 sentyabr 2025-ci il

“FİRMALAR, BAZARLAR VƏ RƏQABƏT” fənni üzrə

İŞÇİ TƏDRİS PROQRAMI

(Syllabus)

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin kodu:	00345
Fənnin növü:	seçmə
Tədris ili:	2024/2025
Tədris semestri:	payız -
Qrup:	-
Tədris yükü:	60 saat (mühazirə/məşğələ -30/30)
Kredit sayı:	8 (səkkiz)
Kafedra:	İqtisadiyyat

II. Müəllim haqqında məlumat

Fənni tədris edən müəllim: -

E-mail ünvanı: -

İş telefonu: -

Tələbələr üçün məsləhət vaxtları: -

Bu sillabus London İqtisad Məktəbində (*The London School of Economics*) tədris olunan “Firmalar və bazarlar” (kod: MG411), ABŞ-nin Yel Universitetində (*Yale University*) tədris olunan “Firmalar, bazarlar və rəqabət” (kod: Economics 409) və Edinburgh Universitetində (*University of Edinburgh*) tədris olunan “Firmalar, bazarlar və rəqabət” (kod: ECNM10107) fənnlərinin məzmununa uyğun olaraq hazırlanmışdır.

III. Fənnin təsviri

Bu fənn, seçmə ixtisas fənnləri siyahısına daxil olmaqla, bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələrə sahə bazarlarında rəqabət durumunun təhlili və qiymətləndirilməsi, habelə firmanın davranış strategiyalarının işlənməsi ilə bağlı zəruri baza biliklərini təqdim edir, sahə bazarlarında rəqabətin təhlili və rəqabət strategiyalarının işlənməsi, inhisar fəaliyyətinin qarşısının alınması sahələrində lazım olan təhlil bacarıqları və vərdişlərini aşılayır.

Fənnin tədrisi prosesində firmanın iqtisadi mahiyyəti, firma nəzəriyyələri, firmanın növünü və ölçülərini müəyyən edən amillər, sahə bazarlarının quruluşu və amilləri, müxtəlif bazar tiplərində firma davranışları, məhdud rəqabətli bazarlarda qərar qəbuletmə mexanizmləri, qiymət və qeyri-qiymət rəqabətinin xüsusiyyətləri, firmalar arasında üfüqi və şaquli münasibətlər, bazara giriş maneələri barəsində tələbələrə zəruri biliklər verilir və təhlil bacarıqları aşılanır.

IV. Fənnin məqsədi və vəzifələri

Fənnin tədrisində məqsəd tələbələrə sahə bazarlarında rəqabət durumunu təhlil etmək və qiymətləndirmək, müxtəlif bazarlarda rəqib firmaların davranış strategiyalarını müəyyən edib müvafiq strateji qərarlar qəbul etmək bacarıqlarını aşılamaq, onları bunun üçün zəruri nəzəri biliklər və praktiki alətlərlə təmin etməkdir.

Fənnin tədrisi qarşısında duran **vəzifələr** aşağıdakılardır:

- Tələbələrə firmanın təbiəti və mahiyyəti ilə bağlı nəzəri yanaşmalar və bunların xüsusiyyətləri haqqında biliklər vermək;
- İşgüzar təşkilatların fərqləndirici xüsusiyyətlərini izah etmək;
- Rəqabətin mahiyyətini və təbiətini izah etmək, müxtəlif sahə bazarlarında rəqabət durumunun təhlili bacarıqlarını aşılamaq;
- Sahə bazarlarının miqyasını və quruluşunu müəyyənləşdirmək üçün təhlil alətlərini təqdim etmək;
- Məhdud rəqabətli bazarlarda firma davranışlarının motivlərini və qərar qəbuletmə mexanizmlərini izah etmək, habelə tələbələrə strateji addımları müəyyən etmək bacarıqlarını aşılamaq;
- Rəqabətsiz və məhdud rəqabətli bazarlarda dövlət tənzimlənməsinin xüsusiyyətlərini öyrətmək;
- Firmalar arasında qeyri-qiymət rəqabəti alətlərindən istifadə imkanlarını göstərmək;
- Tələbələrə firmalar arasında şaquli əlaqələr və şaquli məhdudiyətlərin mexanizmlərini anlatmaq;
- Sahə bazarlarına giriş maneələrinin və firmaların strateji davranışlarını izah etmək;
- Tədris prosesində kursun mövzuları üzrə praktik keyslər, çalışma və məsələlər tətbiq etməklə tələbələrdə təhlil, qiymətləndirmə və tədqiqat aparmaq bacarıqlarını aşılamaq.
- Təlim prosesində tələbələrdə sərbəst fikir yürütmə, müzakirə etmə və komanda şəklində işləmək bacarıqlarını inkişaf etdirmək

V. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənildikdən sonra tələbə:

Bilməlidir:

- Firmanın təbiəti ilə bağlı əsas nəzəri yanaşmaları və onların xüsusiyyətlərini;
- işgüzar firmaların növlərini və onların əsas xüsusiyyətlərini;
- sahə bazarlarının quruluşunun göstəricilərini və amillərini;
- sahə bazarlarında rəqabətin xarakterini və hərəkətverici qüvvələrini;
- müxtəlif bazar tiplərində firma davranışlarının xüsusiyyətlərini;

- oliqopoliya bazarlarında firmaların davranış modellərini və onların xüsusiyyətlərini;
- firmalar arasında qeyri-qiyət rəqabəti mexanizmlərini;
- firmaların üfqi və şaquli əlaqələrinin motivlərini və xarakterini;
- hökumətin antiinhisar və tənzimləmə siyasətinin əsas istiqamətlərini və təşkili xüsusiyyətlərini.

Bacarmalıdır:

- müxtəlif firma nəzəriyyələrinin müqayisəli təhlilini və izahını verməyi;
- firmanın təşkilati-hüquqi formasını seçməyi və əsaslandırmağı;
- firmanın xərclərinin iqtisadi təhlilini aparmağı və fəaliyyətinin səmərəliliyini qiymətləndirməyi;
- sahə bazarlarının sərhədlərini və miqyasını müəyyən etməyi;
- “Quruluş-davranış-nəticəlilik” paradıqması əsasında sahə bazarlarının fəaliyyətini təhlil etməyi və nəticələr çıxarmağı;
- sahə bazarlarında təmər küzləşmə səviyyəsini qiymətləndirməyi;
- “Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri” modeli əsasında sahə bazarlarının rəqabət durumunu qiymətləndirilməsini aparmağı və nəticələr çıxarmağı;
- oliqopol bazarlarda firmaların qərarqəbuletmə modellərini qurmağı;
- sahə bazarlarında inhisar fəaliyyətinin aradan qaldırılması üzrə əməli təkliflər və tövsiyələr hazırlamağı.

VI. Kursun proqramı

Proqram 15 mühazirə, 15 seminar olmaqla 60 akademik saatlıq tədris moduluna əsaslanır. Proqram mühazirələr, müzakirələr, tapşırıqlar və məşqlər, qrup işi, praktik məşğələlər və simulyasiya oyunlarını əhatə edir. Proqramın müddəti 15 həftədir.

VII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

1. Firmanın mahiyyəti və təbiəti ilə bağlı nəzəriyyələr. Firmanın həyat tsikli
2. Firma işgüzar təşkilat kimi: növləri, xüsusiyyətləri və korporativ idarəetmə
3. Firmanın fəaliyyətinin səmərəlilik və xərc konsepsiyaları
4. Sahə bazarları: anlayışı, sərhədləri və quruluşu. “Quruluş-davranış-nəticəlilik” paradıqması
5. Rəqabət: mahiyyəti və hərəkətverici qüvvələri. Təkmil rəqabət modeli
6. Xalis inhisar, dominant firmalar və həlledici resurslar
7. Oliqopoliya bazarlarında firma davranışları və oyunlar nəzəriyyəsi
8. Oliqopoliya modelləri I: Oliqopoliyanın miqdar modelləri
9. Oliqopoliya modelləri II: Oliqopoliyanın qiymət modelləri
10. Oliqopoliya modelləri III: Xüsusi sövdələşmələr və qiymət savaşıları
11. İnhisarçı rəqabət bazarlarında firma davranışları və fərqliləşdirmə strategiyaları
12. Qeyri-qiyət rəqabəti, reklam və informasiya asimetriyası
13. Sahə bazarlarına giriş maneələri: bazar miqyası və strateji qərarlar
14. Firmalar arasında şaquli əlaqələr və şaquli məhdudiyətlər
15. Firmalararası münasibətlərdə strateji davranışlar: yırtıcılıq, birləşmələr və udulmalar

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 (keystadilər) 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

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. *K.E.Keys, R.C.Feyr və Ş.M.Oster. Mikroiqtisadiyyatın əsasları.* XII nəşr. Pearson nəşriyyatı, 2017. İngilis dilindən tərcümə, Bakı 2018.
2. *Luis M. B. Cabral. Introduction to Industrial Organization.* Second Edition Massachusetts, MIT Press, 2017
3. *Pak-Sing Choi, Eric Dunaway, Felix Muñoz-Garcia. Industrial Organization: Practice Exercises with Answer Keys.* Springer Cham. 2022
4. *Erdal Türkkən. Rekabet teorisi ve Endüstri iktisadi.* Ankara, 2001

Hər bir mövzu ilə bağlı əlavə ədəbiyyat və oxu materialları mühazirədə qeyd olunur.

XI. Mövzuların məzmunu və tədris-tematik bölgüsü

Həf-tə	Mövzuların adı	Mövzunun əsas məzmunu
1	Firmanın mahiyyəti və təbiəti ilə bağlı nəzəriyyələr. Firmanın həyat tsikli	İqtisadi resursların dövriyyəsi modelində firma; cəmiyyətdə firmanın yeri və rolu; firmanın təbiətinə fərqli yanaşmalar; neoklassik nəzəriyyədə firma; firma institusional nəzəriyyəsi; firmanın davranış nəzəriyyəsi; firmanın menecerial nəzəriyyəsi; firmanın fəaliyyət modelinin izahı; firmanın həyat tsikli: mərhələlər üzrə məqsədlərdə dəyişiklik
2	Firma işgüzar təşkilat kimi: növləri, xüsusiyyətləri və korporativ idarəetmə	Firma – sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili forması kimi; sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili formaları; hüquqi şəxs anlayışı; təsərrüfat ortaqlıqları və təsərrüfat cəmiyyətləri: mahiyyəti, növləri və xüsusiyyətləri; prinsipial-agent problemi və onun həlli yolları; korporativ idarəetmə; firmanın fəaliyyətinin makromühiti; PESTEL-təhlil
3	Firmanın fəaliyyətinin səmərəliliyi və xərc konsepsiyaları	Firmanın fəaliyyətinin səmərəliliyi: xərc-fayda analizi; səmərəlilik konsepsiyaları: allokativ səmərəlilik, X-səmərəlilik və dinamik səmərəlilik. Firmanın xərc konsepsiyaları: istehsal və tranzaksiya xərcləri; qısamüddətli və uzunmüddətli dövrdə xərclər (şərti sabit və dəyişən xərclər); aşkar və qeyri-aşkar xərclər. Xərclərə iqtisadi və mühasibat yanaşması. Firmanın ölçüləri və sərhədləri; miqyas effekti

		və üfüqi ölçülər; şaquli əlaqələr
4	Sahə bazarları: mahiyyəti, sərhədləri və quruluşu. “Quruluş-davranış-nəticəlilik” paradiqması	Sahə bazarının mahiyyəti; sahə və sahə bazarları; sahə bazarının əsas determinantları; sahə bazarının miqyası və sərhədləri; bazar gücü anlayışı; Lerner əmsalı; bazar quruluşu: anlayışı, tipləri və göstəriciləri; bazar təmərküzləşməsinin hesablanması üsulları; “Quruluş-davranış-nəticəlilik” paradiqması, onun əsas ideyası və elementləri
5	Rəqabət: mahiyyəti və hərəkətverici qüvvələri. Təkmil rəqabət modeli	Rəqabət: mahiyyəti, əlamətləri, funksiyaları və əhəmiyyəti. Rəqabətin növləri. Rəqabət gücü. Rəqabətin obyekt, predmeti və subyektləri. "Rəqabətin hərəkətverici qüvvələri" modeli. Sahələrarası və sahədaxili rəqabət. Sahə bazarında rəqabət durumunun təhlili istiqamətləri. Təkmil rəqabət bazarı modelinin zəminləri. Təkmil rəqabət bazarında tarazlıq. Rəqabətli seçim modeli.
6	Xalis inhisar, dominant firmalar və həlledici resurslar	Xalis inhisar bazarı: mahiyyəti və xüsusiyyətləri, təbii inhisar; istehsalın həcmi və qiymətlə bağlı inhisarçının qərarları; dominant firmalar; xalis inhisar firmalarının fəaliyyətinin tənzimlənməsi üsulları; həlledici resurslar və əlçatanlıq qiyməti; qiymət diskriminasiyası və onun növləri.
7	Oliqopoliya bazarlarında firma davranışları və oyunlar nəzəriyyəsi	Oliqopoliya bazarları: mahiyyəti və tarazlıq xüsusiyyətləri; oliqopoliya bazarlarında firmaların strateji qərarları; oyunlar nəzəriyyəsi; oyunların təsnifləşdirilməsi; strategiyaların seçimi; Nəş tarazlığı; “Məhkumlar dilemması”; ardıcıl seçimə əsaslanan oyunlar; təkrarlanan oyunlar.
8	Oliqopoliya modelləri I: Oliqopoliyanın miqdar modelləri	Oliqopoliya modelləri: mahiyyəti və təsnifləşdirilməsi; qısamüddətli dövrdə oliqopoliyada miqdar rəqabəti: Kurno modeli; Çemberlinin dinamik oliqopoliya modeli; Ştakerberqin asimmetrik duopoliya modeli: “lider-təqibçi” modeli
9	Oliqopoliya modelləri II: Oliqopoliyanın qiymət modelləri	Oliqopoliyada qısamüddətli dövrdə qiymət rəqabəti: Bertran modeli; Bertran paradoksu; dinamik qiymət rəqabəti: Ecuortun duopoliya modeli; modellərin qarşılaşdırılması: Bertran Kurnoya qarşı; modellərin praktik tətbiqi nümunələri
10	Oliqopoliya modelləri III: Xüsusi sövdələşmələr və qiymət savaşı	Xüsusi sövdələşmə və kartellər: mahiyyəti və növləri; təkrarlanan qarşılıqlı münasibətlər; gizli sövdələşmələr; sövdələşməyə mane olan və şərait yaradan amillər; qiymət savaşı; antikartel tənzimlənməsi
11	İnhisarçı rəqabət bazarlarında firma davranışları və fərqliləşdirmə strategiyaları	İnhisarçı rəqabət: mahiyyəti və xüsusiyyətləri; inhisarçı rəqabət bazarında tarazlıq; məhsulun fərqliləşdirilməsi: növləri və amilləri; məhsulun keyfiyyəti və göstəriciləri; bazarın məkan fərqliləşdirilməsi: Hotelling modeli.
12	Qeyri-qiymət rəqabəti, reklam və informasiya asimmetriyası	Qeyri-qiymət rəqabəti: mahiyyəti, forma və üsulları; reklam: mahiyyəti və növləri; reklamın intensivliyi və bazar quruluşu; reklamın səmərəliliyi; informasiya asimmetriyası və onun tipləri; C.Aklerof: “Limonlar bazarı”; M.Spens: bazar siqnalları.
13	Sahə bazarlarına giriş maneələri: bazar miqyası və strateji qərarlar	Bazara giriş maneələri: mahiyyəti və növləri; bazara giriş xərcləri, amilləri və bazar quruluşu; bazara daxilolma məhdudiyyətləri; yeni rəqiblərin bazara daxil olması zamanı strateji qərarlar; yeni firmaların bazara daxil olmasına mövcud rəqiblərin digər maneələri

14	Firmalar arasında şaquli əlaqələr və şaquli məhdudiyətlər	Firmalar arasında şaquli əlaqələrin mahiyyəti; şaquli əlaqələr və şaquli məhdudiyətlərin növləri; ikiqat marjinalaşma problemi; investisiyaların xarici təsirləri; dolayısı nəzarət; istehsalçılar arasında rəqabət və şaquli məhdudiyətlər; şaquli inteqrasiyalar: motivləri və növləri
15	Firmalararası münasibətlərdə strateji davranışlar: yırtıcılıq, birləşmələr və udulmalar	Yırtıcılıq: mahiyyəti, formaları və rifaha təsirləri. Yırtıcı xarakterli qeyri-qiyət strategiyaları. Firmaların birləşməsi və birləşdirilməsi (udulmalar): mahiyyəti, xüsusiyyətləri, növləri və formaları. Birləşmələr və birləşdirilmələrin səbəb və motivləri.

XIII. 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 tapşırıqları və məsələləri yerinə yetirməklə praktik bacarıqlara yiyələnəlidir.

XIV. Dərsə davamiyyət

Tələbənin dərslərin ən azı 75 faizində iştirak etməlidirlər. Bundan az dərslərdə olan tələbələr imtahana buraxılmırlar.

XV. Tələbələrin bilik və bacarıqlarının qiymətləndirilməsi

Fənn üzrə tələbələrin yekun biliyi 100 ballıq sistem üzrə qiymətləndirilir. Balların maksimum miqdarı -100 baldır: 20 bal seminar dərslərindən, 30 balı aralıq imtahanından, 50 balı isə yekun imtahandan əldə etmək olar.

İstiqamət	Ballar	Faiz
Dərslərdə cari fəallığa görə	20	20 %
Aralıq imtahan	30	30%
Final imtahanı	50	50 %
Cəmi:	100	100 %

Fənn üzrə semestr ərzində (imtahanaqədər 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- “çoxyaxşı” – **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.

