



UNEC

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

“TƏSDİQ EDİRƏM”

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

İmza: 

Tarix: 13 fevral 2024

**“RƏQABƏT STRATEGİYALARI” fənni üzrə
İŞÇİ TƏDRİS PROQRAMI
(Syllabus)
 (“Çevrilmiş tədris” metodu üzrə)**

I. Fənn haqqında məlumat

| | |
|-------------------------|--|
| Fənnin kodu: | 00730 |
| Fənnin növü: | seçmə |
| Tədris ili: | 2023/2024 |
| Tədris semestri: | yaz |
| Fakültə: | Biznes və menecment |
| Qrup: | 526, 528 |
| Tədris yükü: | 60 saat (mühazirə/məşğələ -30/30) |
| Kredit sayı: | 4 |
| Kafedra: | Biznes və logistika |

II. Müəllim haqqında məlumat

| | |
|--|--------------------------------------|
| Fənni tədris edən müəllim: | Məmmədova Aytəkin Oqtay qızı |
| E-mail ünvanı: | aytakin_mammadova@unec.edu.az |
| İş telefonu: | |
| Tələbələr üçün məsləhət vaxtları: | |

Bu sillabus “Biznes və logistika” kafedrasının müəllimi Aytəkin Məmmədova tərəfindən hazırlanmışdır.

III. Fənnin təsviri

Bu fənn, seçmə fənnlər siyahısına daxil olmaqla, bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələrə rəqabət strategiyalarının əhəmiyyəti və növləri, rəqabət strategiyasının formalaşmasında şirkətin rəqabət qabiliyyəti və rəqabət üstünlüyünün rolu, qiymət və qeyri-qiymət amilləri əsasında rəqabətin təşkili və strategiyanın qurulması, şirkətin rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması barədə lazım olan təhlil bacarıqları və vərdişlərini aşılayır.

Fənnin tədrisi prosesində rəqabət mühitinin təhlili, rəqabət strategiyalarının formalaşmasında istifadə olunan təhlillər, Porterin baza rəqabət strategiyaları, rəqabətdə 5 güc modeli, BCG matrisi, “Brilliant” modeli, bazarda şirkətin rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi, müxtəlif şirkətlərin rəqabət üstünlükləri barəsində tələbələrə zəruri biliklər verilir və təhlil bacarıqları aşılanır.

IV. Fənnin məqsədi və vəzifələri

Fənnin tədrisində **məqsəd** müxtəlif səviyyələrdə sahibkarlıq subyektlərinin, o cümlədən xarici bazarda səmərəli fəaliyyəti üçün rəqabət strategiyalarının formalaşdırılması və həyata keçirilməsində nəzəri biliklərə, metodologiyaya, bacarıqlara və formalaşmış təcrübəyə yiyələnməkdən ibarətdir. Fənnin tədrisində məqsəd nəzəri bilikləri və praktiki alətləri birləşdirməklə tələbələrdə rəqabət strategiyaları sahəsində təhlil və strategiya seçimi bacarıqlarını formalaşdırmaqdır.

Fənnin tədrisi qarşısında duran **vəzifələr** aşağıdakılardır:

- fənnin öyrənilməsi metodologiyasının və metodlarının əsas konseptual və terminoloji aparatının işlənilib hazırlanması və formalaşdırılması;
- tələbələr arasında müasir təfəkkürün formalaşdırılması;
- rəqabət strategiyalarının formalaşdırılması nəzəriyyəsi və təcrübəsi ideyasının ümumiləşdirilməsi;
- rəqabət strategiyalarının həyata keçirilməsində rəqabət mübarizəsinin formalarını və üsullarını mənimsəmək;
- Respublikamızdakı müəssisələrin həm daxili, həm də xarici bazarlarda rəqabət qabiliyyətinin inkişafı və artırılmasının praktiki problemlərini həll etmək üçün Azərbaycan Respublikasının sahibkarlıq subyektlərinin rəqabət strategiyalarının hazırlanması texnologiyasını mənimsəmək;
- təşkilatların rəqabət strategiyalarının formalaşmasında idarəetmə qərarlarının qiymətləndirilməsi və qəbul edilməsində müəyyən bacarıqların əldə edilməsi;
- öz praktik fəaliyyətlərində rəqabət strategiyalarından müstəqil istifadə təcrübəsi əldə etmək.

V. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənildikdən sonra tələbə:

Bilməlidir:

- fənnin predmeti və vəzifələrini;
- məntiqi quruluşu, hər bir mövzunun və bölmənin yerini, nisbi əhəmiyyətini və aralarındakı məntiqi əlaqələri;
- əsas anlayışları, strategiyanın nəzəri əsaslarını, rəqabətin mahiyyətini, forma və üsullarını;
- şirkətin rəqabət strategiyasının formalaşdırılması üçün konseptual əsas kimi rəqabət üstünlüklərini;
- strategiyanın formalaşma qanunauyğunluqlarını və hazırlanması mərhələlərini;

- xarici bazarda əsas rəqabət strategiyalarının iqtisadi məzmununu.

Bacarmalıdır:

- rəqabətin əsas strategiyalarını xarakterizə etməyi;
- birprofilli və çoxşaxəli şirkətin strategiyalarını və rəqabət üstünlüklərini xarakterizə etməyi;
- şirkətin sahədə tutduğu mövqedən və oradakı vəziyyətdən asılı olaraq rəqabət strategiyalarını xarakterizə etməyi;
- müxtəlif strategiya növlərinin rəqabət üstünlüklərini müəyyən etməyi;
- xarici bazarlara giriş strategiyalarını və rəqabəti xarakterizə etməyi;
- təşkilatın rəqabət üstünlüklərini təhlil etməyi və onlardan istifadənin səmərəliliyini artırma yollarını müəyyən etməyi;
- sahənin vəziyyətini və oradakı rəqabəti təhlil etməyi;
- şirkətin resurslarını və rəqabət qabiliyyətlərini təhlil etməyi;
- rəqabət strategiyalarının effektivliyinin qiymətləndirilməsi üsullarını nəzərdən keçirməyi;
- dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində həm daxili, həm də xarici bazarlarda rəqabət strategiyalarını, Azərbaycan müəssisələri də daxil olmaqla xarakterizə etməyi.

VI. Kursun proqramı

Proqram 15 saatlıq mühazirə, 30 saatlıq seminar olmaqla 45 saatlıq “çevrilmiş tədris” metoduna əsaslanır. Proqram video, audio və yazılı formatlarda təqdim edilən mühazirə materialları, elektron əks-əlaqə (geridönüş) mexanizmləri, müzakirələr, tapşırıqlar, qrup işləri, quizlər və sair kimi tədris alətlərinin tətbiqinə əsaslanır. Proqramın müddəti 15 həftədir.

VII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

1. Rəqabət strategiyalarının mahiyyəti və məqsədi. Kursun nəzəri-metodoloji əsasları
2. Rəqabət strategiyalarının növləri
3. Rəqabət strategiyasının formalaşmasında şirkətin rəqabət qabiliyyəti və rəqabət üstünlüyü
4. Müxtəlif şirkətlərin rəqabət üstünlüklərinə nümunələr
5. Qiymət və qeyri-qiymət amilləri əsasında rəqabətin təşkili və strategiyanın qurulması
6. Şirkətin rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması mərhələləri
7. Rəqabət mühitinin təhlili
8. Rəqabət strategiyalarının formalaşmasında istifadə olunan təhlillər
9. M.Porter-in baza rəqabət strategiyaları (4 saat)
10. Rəqabətdə 5 güc modeli
11. BCG matrisi və “Brilliant” modeli
12. Risklərin idarə olunması strategiyası
13. Bazarda şirkətin rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi
14. Rəqəmsallaşmanın və innovasiyaların şirkətin rəqabət strategiyasında rolu

VIII. Fənnin tədris metodologiyası

Fənnin tədris edilməsi “Çevrilmiş tədris” metoduna uyğun təşkil olunur. Bu metodun tətbiqində məqsəd:

- Təqdim edilən tədris materiallarının tələbələr tərəfindən dərstdən kənar saatlarda sərbəst öyrənmə təcrübəsinin aşılması;
- Tədris prosesi zamanı tələbələrdə bilik və bacarıqların əldə edilməsinə məsuliyyətli yanaşma, qrup şəklində işləmə və öz aralarında kommunikasiya bacarıqlarının yaradılması və inkişafı;

- Əsasən praktiki vərdişləri, bacarıq və səriştələri formalaşdırma biləcək tapşırıqların, keyslərin həlli üçün dərs zamanı daha çox vaxtın ayrılması və nəticədə fənnin tələbə yönümlülüyünün və səriştə aşılama qabiliyyətinin təmin edilməsi.

IX. Fənnin tədris materiallarının tələbələrə çatdırılması

Fənnin bütün mövzuları üzrə mövzunun hər sualının ayrıca izahını verən videoyazı, audisəli yazı, animasiyalı təqdimat, mühazirə mətni, əlavə internet resursları, onlayn cavablandırılması suallar və tapşırıqlar əvvəlcədən (müvafiq mövzunun müzakirəsi təşkil ediləcək həftədən əvvəlki həftə) hazırlanaraq EDUMAN sistemi vasitəsilə tələbələrin şəxsi kabinetlərinə yüklənməsi təmin edilir. EDUMAN sistemində qurulmuş “Kommunikasiya paneli” platforması vasitəsilə tələbələrlə mühazirə müəllimi arasında əks-əlaqə (geridönüşüm) mexanizmi yaradılır.

X. Mühazirə dərslərinin təşkili

“Çevrilmiş tədris” metodunda mühazirə dərslərinin məzmunu ənənəvi tədrisdə olan mühazirə dərslərdən fərqlidir. Ənənəvi tədrisdə mühazirə dərslərində müəllim hər mövzu üzrə mühazirə oxuduğu halda, “çevrilmiş tədris” metodunda bir mühazirə dərslərində fənnin iki mövzusu müzakirəsi təşkil edilir (hər mövzunun müzakirəsinə 40 dəqiqə vaxt ayrılır). Yəni tələbələr iki mövzu üzrə materialları dərslərdən öncə öyrənərək mühazirə dərslərində iştirak edirlər.

Müzakirələrin məqsədi mövzular üzrə tələbələrin “zəif yerləri”ni gücləndirmək, tələbələrin çətinlik çəkdiyi məsələləri onlara müzakirə qaydasında bir daha izah etməkdir. Belə müzakirələrin səmərəli təşkili üçün mühazirə dərslərində müəllim (təlimçi) hələ dərslərdən əvvəl (əvvəlki həftə) tələbələrə EDUMAN sistemi vasitəsilə təqdim edilmiş materialları onların necə öyrəndiklərini və mənimsədiklərini “Kommunikasiya paneli” platforması vasitəsilə müəyyən edir. Bunun üçün müəllim testlərdən, tapşırıqlardan yaxud başqa sual-cavab üsullarından istifadə edə bilər. Belə mühazirələr mövzuların tələbələr tərəfindən mənimsənilməsinə gücləndirmək məqsədi güdür.

Tələbə fənn üzrə toplamalı maksimum 100 baldan 5 balı mühazirə dərslərində iştirak fəallığına görə alır.

XI. Seminar-məşğələ (laboratoriya) dərslərinin təşkili

Mühazirə dərslərindən fərqli olaraq, seminar dərsləri hər bir mövzu üzrə ayrıca aparılır. Seminar dərsləri əsasən tələbələrə təqdim edilmiş materialların öyrənilməsindən onların əldə etdikləri ilkin biliklərin praktiki tətbiqinə yönəlir. Məqsəd mövzu üzrə tələbələrin əldə etdikləri ilkin bilikləri daha da gücləndirmək, həmin bilikləri konkret tapşırıqlara tətbiq etməklə bacarıqların yaranmasına və səriştələrin formalaşmasına nail olmaqdır. Seminar dərsləri tələbələrin qruplara bölünərək keyslərin təhlili, tapşırıqların həlli, cavabların təqdimatı, debatların təşkili və başqa formalarda qrup işlərinin təşkilinə əsaslanır.

Seminar dərslərində 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 ayrılır.

Tələbə fənn üzrə toplamalı maksimum 100 baldan 15 balı seminar dərslərindəki cavablarına və iştirak fəallığına görə alır.

XII. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri

1. Лукьянова Н.А. Конкурентные стратегии в менеджменте: учебное пособие [электронный ресурс] / Н.А. Лукьянова – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 100 с.
2. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 464 с.

3. Портер, М. Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость.: пер. с англ. / М. Э. Портер. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. - 715 с.
4. Артеменко, А. М. Конкурентные стратегии в АПК : курс лекций / А. М. Артеменко. – Горки : БГСХА, 2021. – 160 с.
5. Конкурентные стратегии. Электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Конкурентные стратегии» для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг», 2018
6. “Competitive Strategy” Michael E. Porter. June-1998

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

XIII. Mühazirələrin məzmunu və tədris-tematik bölgüsü

| № | Tarix | Mövzuların adı | Mövzunun əsas məzmunu | Ədəbiyyat |
|----------|--------------|--|--|---|
| 1 | 20.02.2024 | Rəqabət strategiyalarının mahiyyəti və məqsədi. Kursun nəzəri-metodoloji əsasları Rəqabət strategiyalarının növləri | Rəqabət anlayışı və əsas formaları. Strategiya anlayışının mahiyyəti və əhəmiyyəti. Rəqiblərə qalib gəlməkdə rəqabət strategiyalarının rolu. Şirkətin rəqabət strategiyasının mahiyyəti və məqsədi. Kursun predmeti, məqsəd və vəzifələri. Müdafiə strategiyaları. Hücüm strategiyaları. Bazar izləmə strategiyaları. Bazar açılış strategiyaları. “Mavi okean” strategiyası. | 1 fəsil 1.1. 1 fəsil 1.3. 2 fəsil 7 4 fəsil 1.2. 5 fəsil 1.1.1. 4 fəsil 6.5. |
| 2 | 05.03.2024 | Rəqabət strategiyasının formalaşmasında şirkətin rəqabət qabiliyyəti və rəqabət üstünlüyü Müxtəlif şirkətlərin rəqabət üstünlüklərinə nümunələr | Rəqabət qabiliyyəti anlayışı və onun mahiyyəti. Rəqabət qabiliyyətinə müxtəlif yanaşmalar. Rəqabət üstünlüyünün əhəmiyyəti. Müxtəlif sahələrdə rəqabət üstünlükləri Rəqabət üstünlüyünə nail olunma üsulları. Rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına səbəb olan amillər. Rəqabət üstünlüyünün qorunub saxlanması. Müxtəlif şirkətlərin rəqabət üstünlüyünün nümunələri | 1 fəsil 1.3 1 fəsil 1.4. 4 fəsil 1.2. 5 fəsil 1.1.1. 5 fəsil 1.1.6 5 fəsil 1.1.8 |

| | | | | |
|---|------------|---|---|--|
| 3 | 19.03.2024 | <p>Qiymət və qeyri-qiymət amilləri əsasında rəqabətin təşkili və strategiyanın qurulması</p> <p>Şirkətin rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması mərhələləri</p> | <p>Qiymət rəqabətinin və qeyri-qiymət rəqabətinin xarakterik xüsusiyyətləri, fərqli xüsusiyyətləri, həyata keçirilmə metodları. Qiymət rəqabətinin müsbət və mənfi tərəfləri. Qiymət rəqabəti strategiyaları. Keyfiyyətin, qablaşdırmanın, brendinqin, servisin rəqabətə təsiri və strategiyanın qurulması</p> <p>Rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması mərhələləri. Rəqabət strategiyasının hazırlanması prinsipləri. Rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması alqoritmi.</p> | <p>1 fəsil 1.3. 4 fəsil 7.1. 4 fəsil 7.2.</p> <p>2 fəsil 9 5 fəsil 1.1.9</p> |
| 4 | 02.04.2024 | <p>Rəqabət mühitinin təhlili</p> <p>Rəqabət strategiyalarının formalaşmasında istifadə olunan təhlillər</p> | <p>Rəqabət təhlilinin məqsəd və vəzifələri, istifadə olunan metodlar. Rəqabət təhlilinin aparılmasının səbəbləri və üsulları. Rəqabət təhlili zamanı mütləq nəzərə alınmalı aspektlər. Rəqiblər haqqında məlumatın əldə olunması mənbələri. Daxili mühitin təhlili</p> <p>SWOT təhlil. PEST təhlil. Portfel təhlili. Ssenari təhlili. Əsas səriştə təhlili. Tendensiya təhlili.</p> | <p>4 fəsil 2.5. 5 fəsil 1.1.4 6 fəsil 3</p> <p>4 fəsil 2.3. 4 fəsil 2.4. 4 fəsil 2.6. 6 fəsil 7 6 fəsil 16</p> |
| 5 | 16.04.2024 | <p>M.Porterin baza rəqabət strategiyaları</p> | <p>Maya dəyərində liderlik strategiyası. Fərqliləşdirmə (diferensiallaşdırma) strategiyası. Fokuslanma strategiyası.</p> | <p>1 fəsil 2.2. 4 fəsil 5.2. 4 fəsil 5.3. 4 fəsil 5.4. 5 fəsil 1.1.5 6 fəsil 2</p> |

| | | | | |
|----------------------|------------|---|---|--|
| 6 | 30.04.2024 | Rəqabətdə 5 güc modeli. BCG matrisi və “Brilliant” modeli | Sektora yeni girəcək firmalar. Sektordakı mövcud rəqiblər. Əvəzləyici mallar. Alıcılar. Tədarükçülər. BCG matrisinin əsas məğzi. Matrisin dörd kvadrantının ətraflı təsviri. BCG matrisinin məhdudiyyətləri və çatışmazlıqları. “Brilliant” modeli. | 1 fəsil 2.1. 1 fəsil 2.4. 1 fəsil 2.5. 1 fəsil 3.2. |
| 7 | 14.05.2024 | Risqlərin idarə olunması strategiyası Bazarda şirkətin rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi | Risk və onun növləri. Risqlərin idarə olunmasının əhəmiyyəti. Risqlərin idarə olunmasının əsas prinsipləri. Risqlərin idarə olunmasının üsulları. Risqlərin idarə olunması üzrə menecerin öhdəlikləri Mövqələndirmənin mahiyyəti və əhəmiyyəti. Rəqabət mövqeyinə Yudanov yanaşması. Rəqabət mövqeyinə Kotler yanaşması. Makkinzi matrisi. Rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi | 2 fəsil 12 4 fəsil 4.2. 1 fəsil 2.1. 1 fəsil 4.3. 2 fəsil 9 4 fəsil 3.1. 4 fəsil 3.2. 4 fəsil 6.1. 4 fəsil 6.2. 4 fəsil 6.3. 5 fəsil 1.1.2. 5 fəsil 1.1.7 |
| 8 | 21.05.2024 | Rəqəmsallaşmanın və innovasiyaların şirkətin rəqabət strategiyasında rolu | Rəqəmsallaşmanın rəqabətə təsiri. Texnologiyaların rəqabət qabiliyyətinə təsiri. Rəqəmsallaşmaya təsir göstərən amillər. Qlobal bazarlarda rəqabət üstünlüyü əldə etməyin əsas yolları. İnnovasiya fəaliyyətinin rəqabət strategiyasında rolu. | 1 fəsil 1.3 1 fəsil 4.1. 1 fəsil 4.2. 2 fəsil 13. 4 fəsil 3.3. 4 fəsil 4.3. 5 fəsil 1.1.11 |
| Yekun imtahan | | | | |

XIV. Seminar-məşğələlərin məzmunu və tədris-tematik bölgüsü

| № | Tarix | Mövzuların adı | Mövzunun əsas məzmunu | Ədəbiyyat |
|----------|--------------|---|---|---|
| 1 | 19.02.2024 | Rəqabət strategiyalarının mahiyyəti və məqsədi. Kursun | Rəqabət anlayışı və əsas formaları. Strategiya anlayışının mahiyyəti və əhəmiyyəti. Rəqiblərə qalib gəlməkdə rəqabət strategiyalarının rolu. Şirkətin | 1 fəsil 1.1. 1 fəsil 1.3. 2 fəsil 7 4 fəsil 1.2. |

| | | | | |
|---|------------|--|--|---|
| | | nəzəri-metodoloji əsasları | rəqabət strategiyasının mahiyyəti və məqsədi. Kursun predmeti, məqsəd və vəzifələri. | 5 fəsil 1.1.1. |
| 2 | 26.02.2024 | Rəqabət strategiyalarının növləri | Müdafiə strategiyaları. Hücüm strategiyaları. Bazarı izləmə strategiyaları. Bazar aclığı strategiyaları. “Qırmızı okean” strategiyası. “Mavi okean” strategiyası. | 4 fəsil 6.5. |
| 3 | 04.03.2024 | Rəqabət strategiyasının formalaşmasında şirkətin rəqabət qabiliyyəti və rəqabət üstünlüyü | Rəqabət qabiliyyəti anlayışı və onun mahiyyəti. Rəqabət qabiliyyətinə müxtəlif yanaşmalar. Rəqabət üstünlüyünün əhəmiyyəti. Müxtəlif sahələrdə rəqabət üstünlükləri | 1 fəsil 1.3 1 fəsil 1.4. 4 fəsil 1.2. 5 fəsil 1.1.1. |
| 4 | 11.03.2024 | Müxtəlif şirkətlərin rəqabət üstünlüklərinə nümunələr | Rəqabət üstünlüyünə nail olunma üsulları. Rəqabət üstünlüyünün əldə olunmasına səbəb olan amillər. Rəqabət üstünlüyünün qorunub saxlanması. Müxtəlif şirkətlərin rəqabət üstünlüyünün nümunələri | 5 fəsil 1.1.6 5 fəsil 1.1.8 |
| 5 | 18.03.2024 | Qiymət və qeyri-qiymət amilləri əsasında rəqabətin təşkili və strategiyanın qurulması | Qiymət rəqabətinin və qeyri-qiymət rəqabətinin xarakterik xüsusiyyətləri, fərqli xüsusiyyətləri, həyata keçirilmə metodları. Qiymət rəqabətinin müsbət və mənfi nəticələri. Qiymət rəqabəti strategiyaları. Keyfiyyətin, qablaşdırmanın, brendinqin, servisin rəqabətə təsiri və strategiyanın qurulması | 1 fəsil 1.3. 4 fəsil 7.1. 4 fəsil 7.2. |
| 6 | 25.03.2024 | Şirkətin rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması mərhələləri | Rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılmasının ümumi məqsədi, mərhələləri və əsas prinsipləri. Rəqabət strategiyasının işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması alqoritmi. | 2 fəsil 9 5 fəsil 1.1.9 |
| 7 | 01.04.2024 | Rəqabət mühitinin təhlili | Rəqabət təhlilinin məqsəd və vəzifələri, istifadə olunan metodlar. Rəqabət təhlilinin aparılmasının səbəbləri və üsulları. Rəqabət təhlili zamanı mütləq nəzərə alınmalı aspektlər. Rəqiblər haqqında məlumatın əldə olunması mənbələri. Daxili mühitin təhlili | 4 fəsil 2.5. 5 fəsil 1.1.4 6 fəsil 3 |
| 8 | 08.04.2024 | Rəqabət strategiyalarının | SWOT təhlil. PEST təhlil. Portfel təhlili. Ssenari təhlili. Əsas səriştə | 4 fəsil 2.3. 4 fəsil 2.4. |

| | | | | |
|----|------------|--|--|--|
| | | formalaşmasında istifadə olunan təhlillər | təhlili. Tendensiya təhlili. | 4 fəsil 2.6. 6 fəsil 7 6 fəsil 16 |
| 9 | 15.04.2024 | M.Porterin baza rəqabət strategiyaları | Maya dəyərində liderlik strategiyası. Fərqliləşdirmə (diferensiallaşdırma) strategiyası. Fokuslanma strategiyası | 1 fəsil 2.2. 4 fəsil 5.2. 4 fəsil 5.3. 4 fəsil 5.4. 5 fəsil 1.1.5 6 fəsil 2 |
| 10 | 22.04.2024 | M.Porterin baza rəqabət strategiyaları | Maya dəyərində liderlik strategiyası. Fərqliləşdirmə (diferensiallaşdırma) strategiyası. Fokuslanma strategiyası | 1 fəsil 2.2. 4 fəsil 5.2. 4 fəsil 5.3. 4 fəsil 5.4. 5 fəsil 1.1.5 6 fəsil 2 |
| 11 | 29.04.2024 | Rəqabətdə 5 güc modeli | Sektora yeni girəcək firmalar. Sektordakı mövcud rəqiblər. Əvəzləyici mallar. Alıcılar. Tədarükçülər. | 1 fəsil 2.1. |
| 12 | 06.05.2024 | BCG matrisi və "Brilliant" modeli | BCG matrisinin əsas məğzi. Matrisin dörd kvadrantının ətraflı təsviri. BCG matrisinin məhdudiyyətləri və çatışmazlıqları. "Brilliant" modeli. | 1 fəsil 2.4. 1 fəsil 2.5. 1 fəsil 3.2. |
| 13 | 13.05.2024 | Risqlərin idarə olunması strategiyası | Risk və onun növləri. Risklərin idarə olunmasının əhəmiyyəti. Risklərin idarə olunmasının əsas prinsipləri. Risklərin idarə olunmasının üsulları. Risklərin idarə olunması üzrə menecerin öhdəlikləri | 2 fəsil 12 4 fəsil 4.2. |
| 14 | 20.05.2024 | Bazarda şirkətin rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi | Mövqələndirmənin mahiyyəti və əhəmiyyəti. Rəqabət mövqeyinə Yudanov yanaşması. Rəqabət mövqeyinə Kotler yanaşması. Makkinzi matrisi. Rəqabət mövqeyinin qiymətləndirilməsi | 1 fəsil 2.1. 1 fəsil 4.3. 2 fəsil 9 4 fəsil 3.1. 4 fəsil 3.2. 4 fəsil 6.1. 4 fəsil 6.2. 4 fəsil 6.3. 5 fəsil 1.1.2. 5 fəsil 1.1.7 |
| 15 | 27.05.2024 | Rəqəmsallaşmanın və innovasiyaların şirkətin rəqabət strategiyasında rolu | Rəqəmsallaşmanın rəqabətə təsiri. Texnologiyaların rəqabət qabiliyyətinə təsiri. Rəqəmsallaşmaya təsir göstərən amillər. Qlobal bazarlarda rəqabət üstünlüyü əldə etməyin əsas yolları. İnnovasiya fəaliyyətinin rəqabət strategiyasında rolu. | 1 fəsil 1.3 1 fəsil 4.1. 1 fəsil 4.2. 2 fəsil 13. 4 fəsil 3.3. 4 fəsil 4.3. 5 fəsil 1.1.11 |
| | | Yekun imtahan | | |

XV. Dərsə davamiyyət

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

XVI. Tələbələrin bilik və bacarıqlarının qiymətləndirilməsi

Fənn üzrə tələbələrin yekun biliyi 100 ballıq sistem üzrə qiymətləndirilir. Balların maksimum miqdarı -100 baldır. Balların bölgüsü aşağıdakı kimidir:

| İstiqamət | Ballar | Faiz |
|---|---------------|--------------|
| Mühazirə dərslərində iştirak fəallığına görə | 5 | 5 % |
| Seminar dərslərindəki cavablar və iştirak fəallığına görə | 15 | 15% |
| Aralıq imtahanı | 30 | 30% |
| Final imtahanı | 50 | 50 % |
| Cəmi: | 100 | 100 % |

Fənn üzrə tələbənin bilik və bacarıqlarının attestasiyası bütünlüklə fənn üzrə 75 (yetmiş beş) sual üzərindən (hər mövzu üzrə 5 sual, keys və ya tapşırıq olmaqla) qiymətləndirilərək aparılır.

Aralıq imtahanı 6 (altı) mövzu üzrə olmaqla 30 (otuz) sualı əhatə edir. Suallar nəzəri biliklərə və praktiki tətbiqə (tapşırıqların həlli) əsaslanır. Aralıq imtahanı yazılı formada təşkil edilir. Aralıq qiymətləndirmə zamanı tələbə imtahanda 3 (üç) sualı cavablandırmaqla (hər sualın cavabı maksimum 10 bal üzərindən olmaqla) maksimum 30 bal toplaya bilər.

Final qiymətləndirmə 75 sual, keys və tapşırıqlar üzrə keçirilir. Final imtahanı zamanı tələbənin biliyi 5 (beş) sualın cavabı əsasında (hər sualın cavabı maksimum 10 bal üzərindən olmaqla) maksimum 50 bal dəyərləndirilir.

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:



Aytəkin Məmmədova