



UNEC

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

«TƏSDİQ EDİRƏM»

«Biznes və logistika» kafedrasının  
müdiri i.e.n., dos. Əliyev M.Ə.  
10.02. 2025-ci il

«İstehlakçı davranışları» fənni üzrə  
**İŞÇİ TƏDRİS PROQRAMI**

(Syllabus)

**I. Fənn haqqında məlumat**

<b>Fənnin kodu:</b>	<b>00449</b>
<b>Fənnin növü:</b>	<b><u>asas</u>/seçmə</b>
<b>Tədris ili:</b>	<b>2023/2024</b>
<b>Tədris semestri:</b>	<b><u>Yaz/Payız</u> (Y-3)</b>
<b>Tədris forması:</b>	<b><i>əyani/qiyabi/onlayn</i></b>
<b>Fakültə:</b>	<b><i>«Biznes və Menecment»</i></b>
<b>Qrup:</b>	
<b>Tədris yükü:</b>	<b>30 saat (mühazirə)</b>
<b>Kredit sayı:</b>	<b>4 (dörd)</b>

**II. Müəllim haqqında məlumat**

<b>Fənni tədris edən müəllim:</b>	<b><i>Tağiyev Ayaz</i></b>
<b>Kafedra:</b>	<b><i>«Biznes və logistika»</i></b>
<b>E-mail ünvanı:</b>	<b><a href="mailto:Mba_az@mail.ru">Mba_az@mail.ru</a></b>
<b>İş telefonu:</b>	<b><i>(012) 440-3367</i></b>

### **III. Fənnin təsviri**

İstehlakçılarla iş marketinq sahəsində çalışan hər bir mütəxəssisin gündəlik peşəkar fəaliyyətini təşkil edir. İstehlakçı davranışı – marketinqin fəaliyyət sferasının həddlərindən kənara çıxan biliklər sahəsidir. Çoxsaylı peşəkar idarəetmə metodlarından geniş istifadə etməklə, istehlakçı davranışını optimal idarə edən hər bir bazar iştirakçısı üçün bu çox aktualdır.

### **IV. Fənnin məqsədi və vəzifələri**

Fənnin tədrisində məqsəd istehlakçı davranışının nəzəri-metodoloji əsaslarını və müasir şəraitdə əmtəə və xidmətlər bazarında istehlakçı davranışının idarə edilməsi metodlarını öyrənməkdən ibarətdir. İstehlakçı davranışının tədqiqi sahəsində metod və metodologiyanın işləyib-hazırlanmasını, adekvat təhlil metodlarından istifadə olunmasını və nəticələrin interpretasiyası öyrədilir.

### **V. Fənnin tədris metodologiyası**

Bu fənnin tədrisi prosesində mühazirələrin oxunması, məşğələlərdə interaktiv müzakirələrin aparılması, kiçikqruplarda iş, işgüzar oyunlar, xüsusi nümunələrin (keys-stadilər) öyrənilməsi və təhlili, sərbəst işlərin yazılması və test tapşırıqların yerinə yetirilməsi kimi geniş çeşiddə tədris və təlim üsullarından istifadə edilir.

### **VI. Öyrənmənin nəticələri:**

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənildikdən sonra tələbələr:

#### **Bilməlidirlər:**

- istehlakçı davranışının nəzəri əsaslarını, modellərini;
- motivasiya nəzəriyyəsinin mahiyyətini;
- istehlakçı davranışına təsir edən kompleks amilləri;
- konsümerizm nəzəriyyəsini;
- istehlakçı hüquqlarını və s.

### **Bacarmalıdırlar:**

- istehlakçı davranışının tədqiqi və təhlilini aparmaq;
- istehlakçıların sosial təbəqəyə mənsubluğuna görə tiplərini fərqləndirməyi;
- istehlakçı davranışını müəyyənləşdirən əsas amilləri idarə etməyi;
- bazarı seqmentləşdirməyi və s.

### **VII. Prerekvizitlər**

Yoxdur.

### **VII. Fənnin mühazirə mövzuları**

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

1. İstehlakçıya yönəlik marketinq
2. İstehlakçı yönümlü təşkilatlarda marketinq strategiyasının hazırlanması xüsusiyyətləri
3. İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: demoqrafik, psixografik və şəxsiyyətlə bağlı determinantlar
4. İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: istehlakçıların həvəsləndirilməsi, biliyi, əminliyi, hissiyyatı və niyyəti
5. İstehlakçı davranışının xarici mühit determinantları: mədəniyyət, etnik mənsubiyyət və sosial sinif
6. İstehlakçı davranışının xarici mühit determinantları: ailə və ev təsərrüfatları
7. İstehlakçı davranışının xarici mühit determinantları: referent qruplar və şəxslər
8. İstehlakçıların qərar qəbulu prosesi. Alış öncəsi qərarlar
9. Alış və alışdan sonrakı proseslər

10. İstehlakçılarla əlaqələrin qurulması, rəy formalaşdırılması və öyrədilməsi

11. İşgüzar alıcıların davranış xüsusiyyətləri

### **IX. Fənnin mühazirə mətnləri**

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](http://www.vu.aseu.az) ) yerləşdirilir.

### **X. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri**

1. Qasimov Ə.İ., Həziyev V.Ə. İstehlakçı davranışının idarə edilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı – 2019. - 274 səh.

2. О.В. Воронкова. Поведение потребителей Тамбов. Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012

3. Алешина И.В. Поведение потребителей. Учебное пособие. М.: Фаир- Пресс, 2000

4. Блэкуэлл Р.Д., Минидиард П.У., Энджел Дж. Поведение потребителей, СПб.: Питер, 2007

5. Васильев А.Г. Поведение потребителей: Учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2004

6. Денисова Е.С. Поведение потребителей. – М., 2005

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

### **XI. Mövzuların məzmunu və tədris-tematik bölgüsü**

<b>Həftə</b>	<b>Mövzuların adı</b>	<b>Mövzunun əsas məzmunu</b>	<b>Dərs saati</b>
<b>1</b>	İstehlakçıya yönəlik marketing	İstehlakçının davranışı məfhumu və onun iqtisadi məzmunu Kursun predmeti və vəzifələri Kommunikasiyaların istehlakçıların davranışına təsiri İstehlakçının davranışına təsir edən psixoloji amillər: təlim, mənimsəmə, yaddaş və motivasiya	4
<b>2</b>	İstehlakçı yönümlü təşkilatlarda marketing strategiyasının hazırlanması xüsusiyyətləri	Marketing strategiyası anlayışı və istehlakçı təmayüllü təşkilatların özəllikləri İstehlak bazarının segmentləşdirilməsi Qlobal bazarlarda tətbiq edilən marketing strategiyaları	4
<b>3</b>	İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: şəxsiyyətlə bağlı determinatlar, psixografik və demoqrafik determinatlar	İstehlakçıların davranışının analizi və proqnozlaşdırılması İstehlakçıların şəxsi dəyərləri və həyat tərzini Planlaşdırılan davranış nəzəriyyəsi Kommunikativ davranışın göstəriciləri	2

4	İstehlakçı davranışının fərdi determinantları: istehlakçıların həvəsləndirilməsi, biliyi, əminliyi, hissiyyatı və niyyəti	İstehlakçı tələbatının növləri və motivasiya Münasibət formalaşdırma üsulları və istehlakçılara təlim vermə metodları İstehlakçıları stimullaşdırmanın özəllikləri	4
5	İstehlakçı davranışının xarici mühit determinantları: mədəniyyət, etnik mənsubiyyət və sosial sinif	Mədəniyyətin istehlakçı davranışına təsiri Verbal və qeyri-verbal kommunikasiyalarda mədəni variasiyalar Etnik mənsubiyyət və sosial sinif istehlakçı davranışının amili kimi	2
6	İstehlakçı davranışının xarici mühit determinantları: ailə və ev təsərrüfatları	İstehlakçı davranışına ailənin təsiri Ailənin həyat siklinin mərhələləri Ev təsərrüfatı referent qrupu kimi	2
7	İstehlak davranışının xarici mühit determinantları: referent qruplar və şəxslər	Qrupların təsnifatı və onların istehlakçıya təsiri İstehlakçı sosiallaşması Fikir liderləri və innovasiya diffuziyaları konsepsiyaları	4
8	İstehlakçıların qərar qəbulu prosesi. Alış öncəsi qərarlar	İstehlakçı qərarlarının qəbul edilməsi prosesinin xüsusiyyətləri Variantların qiymətləndirilməsi. Alış haqqında qərar	2
9	Alış və alışdan sonrakı proseslər	Qərarların qəbul edilməsi prosesində situasiya amilləri.	2
		Alıcıların xarakteristikası. İstehlakçı məmnuniyyətinin əhəmiyyəti	
10	İstehlakçılarla əlaqələrin qurulması, rəy formalaşdırması və öyrənilməsi	Təşkilatın istehlakçıya istiqamətlənməsi. İstehlakçı münasibətlərinin və fikirlərinin formalaşdırılması. Koqnitiv təlim	2
11	İşgüzar alıcıların davranış xüsusiyyətləri	Sənaye təyinatlı məhsullar bazarının mahiyyəti. Sənaye təyinatlı məhsulların alınması haqqda qərarların qəbul edilməsi mərhələləri. Sənaye təyinatlı məhsulların alınması haqqda qərarların qəbul edilməsinin iştirakçıları	2
			30
	<b>Yekun imtahan</b>		

## **XII. 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 müəhazirə 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 yiyələnməlidir.

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.

### **XIII. Fənn üzrə kurs işi**

Fənn üzrə kurs işi nəzərdə tutulmayıb.

### **XIV. Aralıq qiymətləndirmə**

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

### **XV. 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 müəhazirə 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.

### **XVI. 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.

### **XVII. Fənn üzrə qiymətləndirmə**

Tələbələrin sərbəst (qrup) işinə görə	-	-
Seminar (məşğələ) dərslərinin nəticələrinə görə	20 bal	20 %
Ara imtahan	30 bal	30 %
Yekun imtahan	50	50%

	bal	
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:



Tağıyev Ayaz

