

# Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti

**“Təsdiq edirəm”**

ADNSU-nun rektoru, professor

\_\_\_\_\_ Mustafa Babanlı

« 05 » iyul 2016-cı il

Müəssisələrin təşkili və idarəediməsi  
ixtisası üzrə doktoranturaya qəbul imtahanının

P R O Q R A M I

BAKI 2016

**Tərtib edən:** Solmaz Hüseynova

**Redaktor:** texnika elmləri doktoru, dosent Qaradaşova Lətafət Abbas qızı

**Rəyçilər:** iqtisad elmləri namizədi, dosent Samirə Məmmədova

**“Müəssisələrin təşkili və idarəediməsi” ixtisası üzrə  
qəbul proqramı**

**İqtisadi idarəetmə**

İqtisadi nəzəriyyə və onun predmeti; Mənfəətin maksimumlaşdırılması; Bazar strukturu və idarəetmədə qərarvermə; Tələb və təklifin elastikliyi; Bazarın tarazlığı; Bazar infrastrukturunu; İstehsal xərcləri və mənfəət; Faydalılığın maksimumlaşdırılması; Əvəzedici məhsullar (substitute) və gəlir; İstehlakçı davranışı və əmtəənin faydalılığı; Tələb və ona təsir edən amillər; İnflyasiyanın mahiyyəti, səbəbləri və nəticəsi; Mükəmməl rəqabətin xüsusiyyətləri; İnhisar bazarında mənfəətin maksimumlaşdırılması; Bazara strateji girişdən çəkilmə; Bazarlarda qiymət diskriminasiyası; Qeyri-müəyyənlik halında qərarvermə; Riskli pul vəsaitlərinin hərəkətinin qiymətləndirilməsi; İqtisadiyyatda inhisarçılıq və onun aradan qaldırılması; Firmanın dəyərinin maksimumlaşdırılması məqsədilə investisiya qərarları; İqtisadiyyatın dövlət tənzimləməsi

**Business Statistika**

Statistikanın predmeti; Statistikanın rolu. Populyasiyalar və seçmələr. Verilənlərin tipləri. Seçmə növləri; Təsviri Statistikanın məqsədi; Statistikanın əsas təsvir üsulları, Ehtimal prinsipləri; Müxtəlif tipli hadisələrin ehtimalı; Ehtimal qanunları və onların istifadəsi; Zaman Sırası analizi; Əminlik Intervalına görə qiymətləndirmə; Hipotezlərin analiz metodları; Qərarqəbuletmənin əsas statistik metodları; Kateqoriyalar üzrə verilənlər; Ehtimal paylanmaları üzrə qərarların qəbul edilməsi üsulları; Delfi metodu; Ehtimal paylanması, Bayes teoremi; Statistik verilənlərin təsvir metodları; Seçmələrin seçim üsulları

**Biznesdə ünsiyyət**

Biznesdə düzgün ünsiyyətin əhəmiyyəti; Effektiv ünsiyyət bacarıqları; Biznes ünsiyyətində maneələr və biznesə dair yazışmalarda qaydalar; Kommersial məktublar, biznes və elmi hesabat hesabların yazılma qaydası; İctimai danışmaq qaydaları; Danışmaların aparılması qaydaları; Müsahibələrin və görüşlərin aparılması qaydaları

**Təşkilati Davranış**

Təşkilat daxilində idarəetmə prosesləri, funksiyaları, bacarıq və roller; Fərdi davranışın idarəedilməsi; Liderlik və təsiri prosesi; İş motivasiyası; Təşkilati sistem - təşkilati dizayn və struktur; Təşkilati dəyişikliklər; Konfliktlərin idarəedilməsi; Stresslərin idarəedilməsi

### **Biznesin hüquqi və etik mühiti**

İdarəetmədə etika və etik normaların rolu; Mübahisələrin alternativ həlli üsulları  
Kontraktların formalaşdırılması; Əsas müddəalar. Maraqların toqquşması; Biznes təşkilatlarının formaları; İstehlakçı hüququnun qorunması, istehlakçı hüquqları; Əqli Mülkiyyət Hüquqları və növləri; Antimonopoliya barədə qanunvericilik; Beynəlxalq Ticarət Təşkilatı və Azərbaycan; Azərbaycanın antikorrupsiya siyasəti

### **İdarəetmədə informasiya texnologiyaları**

Kompüter sistemlərinin arxitekturası. Kompüterin texniki təminatı komponentləri; Kompüterlərin sistem və tətbiqi proqram təminatı; Proqramlaşdırma dilləri. web proqramlaşdırma; MS Word proqramı; MS Excel proqramı; Verilənlərin emalı. Verilənlər bazasının dizaynı. Verilənlər bazasının idarəetmə sistemləri. MS Access proqramı; Telekommunikasiyalar və şəbəkə. Internet; Menecment informasiya sistemləri (MIS) və onun dizaynı; E-biznes, E-kommersiya.

### **Marketinqin idarəedilməsi**

Marketinq, əhatə dairəsi və marketinq anlayışı; Marketinq: istehlakçılarla sərfəli əlaqələrin yaradılması; İstehlakçı və biznes alıcılarının davranışı; Bazarın seqmetasiyası, hədəfəalma və mövqeləşdirmə; Məhsul və brend strategiyası yeni məhsulların yaradılması və məhsulun həyat dövrü strategiyası; Yeni məhsul istehsalı, marka və qablaşdırma qərarları; Qiymətqoyma qərarları və strategiyaları; Marketinqin təşkili və idarə edilməsi; SWOT təhlil; Marketinqdə etik normalar; Marketinqdə yeni məsələlər - Qloballaşma, konsumerizm, Green Marketing, Birbaşa (direct) Marketinq, Şəbəkə (network) Marketing

### **Business siyasəti və strateji menecment**

Biznes siyasəti, biznes siyasətinin əhəmiyyəti; Strateji idarəetmə; Strateji qərar vermə prosesi. Stratejiya anlayışı: məqsədlər, dəyərlər və performans; Resursların və imkanların qiymətləndirilməsi; Rəqabətdə üstünlük və onun mənbələri; Strateji biznes vahidlərində marketinqin planlaşdırılması; Xərc və diferensiasiya üstünlüyü.;

Texnologiyaya əsaslanan sənaye və innovasiyaların idarəedilməsi; Planlaşdırma sistemi: korporativ planlaşdırma, strateji planlaşdırma və uzun müddətli planlaşdırma; Strategiyanın hazırlanması, Şirkətin vizyon və missiyası, məqsəd və vəzifələri; (Daxili və xarici) biznes mühitinin təhlili üsulları; Şirkətin təşkilati strukturunun fəaliyyətlərinə müvafiq olaraq müəyyənləşdirilməsi; İşgüzar etika

### **İstehsal və Əməliyyatların idarəedilməsi**

İstehsal sistemlərinin tipləri; Materialların nəqli: prinsipləri və avadanlıqlar; İstehsalın planlaşdırılması və kütləvi istehsala nəzarət; Potensialın planlaşdırılması, məhsulun planlaşdırılması və seçimi; Material axınının idarəedilməsi, materiala olan tələblərin planlaşdırılması; Anbarların idarəedilməsi; Keyfiyyətə təminat: seçmə nəzarət, statistik keyfiyyətə nəzarət, keyfiyyətin idarəedilməsi, ISO-9000.

### **Ədəbiyyat**

- 1) 'İnformatika', Rafik Əliyev, Məmmədəli Salahlı, Bakı-1998
- 2) 'İqtisadi nəzəriyyə'. Mikro-Makroiqtisadiyyat, Elsevər Kərimov, Bəşir Osmanov, Bakı-2010
- 3) 'Managerial Economics' by S.Charles Maurice, Christopher R. Thomas, 7<sup>th</sup> edition, 2002
- 4) 'Essentials of Organizational Behavior' by Stephen P. Robbins, 6<sup>th</sup> edition, 2003
- 5) 'Managers and the Legal Environment' by Constance Bagley/Diane W. Savage, 3<sup>rd</sup> edition, 1999
- 6) 'Marketing Management' by Kotler, Millennium edition, 2000
- 7) 'International Business' by Charles Hill, 10<sup>th</sup> edition, 2004
- 8) 'Statistics for Managers', David M. Levine, David F. Stephan, Timothy C. Krehbiel, Mark I. Berenson, 2<sup>nd</sup> edition, 1999
- 9) 'Production and Operations Management', Manufacturing and Services, 8<sup>th</sup> edition, 1998

**“Müəssisələrin təşkili və idarəedilməsi” ixtisası üzrə qəbul imtahanının sualları**

- 1) İqtisadi nəzəriyyə və onun predmeti;
- 2) Bazar strukturu və idarəetmədə qərarvermə;
- 3) Tələbin elastikliyi;
- 4) Təklifin elastikliyi;
- 5) İstehlakçı davranışı
- 6) İnflyasiyanın mahiyyəti, səbəbləri və nəticəsi;
- 7) Mükəmməl rəqabətin xüsusiyyətləri;
- 8) Bazara strateji girisdən çəkilmə
- 9) İqtisadiyyatda inhisarçılıq və onun aradan qaldırılması;
- 10) İqtisadiyyatın dövlət tənzimləməsi
- 11) Statistikanın əsas təsvir üsulları,
- 12) Ehtimal qanunları və onların istifadəsi;
- 13) Qərarqəbuletmənin əsas statistik metodları;
- 14) Ehtimal paylanmaları üzrə qərarların qəbul edilməsi üsulları;
- 15) Statistik verilənlərin təsvir metodları;
- 16) Kommersial məktublar, biznes və elmi hesabat hesabların yazılma qaydası;
- 17) İctimai danışiq qaydaları; Müsahibələrin və görüşlərin aparılması qaydaları
- 18) Danışıqların aparılması qaydaları;
- 19) Təşkilat daxilində idarəetmə prosesləri, funksiyaları, bacarıq və rolları
- 20) Fərdi davranış anlayışı və onun idarəedilməsi;
- 21) Liderlik və təsiri prosesi;
- 22) İş motivasiyası;
- 23) Təşkilati sistem - təşkilati dizayn və struktur;
- 24) İdarəetmədə etika və etik normaların rolu;
- 25) Mübahisələrin alternativ həlli üsulları
- 26) Kontraktların formalaşdırılması; Əsas müddəalar, Maraqların toqquşması;
- 27) Biznes təşkilatlarının formaları;
- 28) Məhsul üzərində məsuliyyət, İstehlakçı hüququnun qorunması,
- 29) Əqli Mülkiyyət Hüquqları və növləri;
- 30) Antimonopoliya barədə qanunvericilik;
- 31) Beynəlxalq Ticarət Təşkilatı və Azərbaycan
- 32) Azərbaycanın antikorrupsiya siyasəti
- 33) Kompüter sistemlərinin arxitekturası.
- 34) Kompüterin texniki təminatı komponentləri;
- 35) Kompüterin proqram təminatı.
- 36) Marketinq, əhatə dairəsi və marketinq anlayışı;
- 37) Marketinq: istehlakçılarla sərfəli əlaqələrin yaradılması;

- 38) İstehlakçı davranışı;
- 39) Bazarın seqmetasiyası
- 40) Məhsul və brend strategiyası
- 41) Yeni məhsulların yaradılması və məhsulun həyat dövrü strategiyası;
- 42) SWOT təhlil;
- 43) Marketinqdə yeni məsələlər - Qloballaşma, konsumerizm, Green Marketing, Birbaşa (direct) Marketinq, Şəbəkə (network) Marketing
- 44) Biznes siyasəti, məqsədi, biznes siyasətinin əhəmiyyəti;
- 45) Strategiya anlayışı: məqsədi
- 46) Resursların və imkanların qiymətləndirilməsi;
- 47) Rəqabətdə üstünlük və onun mənbələri;
- 48) Strateji biznes vahidlərində marketinqin planlaşdırılması;
- 49) Strategiyanın hazırlanması,
- 50) Şirkətin vizyon və missiyası, məqsəd və vəzifələri;

**“Müəssisələrin təşkili və idarəedilməsi” ixtisası üzrə qəbul imtahanının sualları  
(rus dilində)**

1. Экономическая теория и ее предмет.
2. Рыночная структура и принятие решения в управлении.
3. Эластичность спроса.
4. Эластичность предложения.
5. Поведение потребителя.
6. Сущность, причины и последствия инфляции.
7. Особенности совершенной конкуренции.
8. Отвлечение от стратегического входа на рынок.
9. Монополия в экономике и ее устранение.
10. Государственное регулирование экономики.
11. Основные методы изображения в статистике.
12. Законы вероятности и их использование.
13. Основные статистические методы принятия решения.
14. Методы принятия решения по вероятности распределения.
15. Методы изображения статистических данных.
16. Коммерческие письма, правила написания отчетности в бизнесе и науке.
17. Правила общественных переговоров; правила проведения собеседований и встреч.

18. Правила проведения переговоров.
19. Процессы управления внутри организации, функции, способности и роли.
20. Понятие индивидуального поведения и его управление.
21. Лидерство и процесс влияния.
22. Мотивация труда.
23. Организационная система – организационный дизайн и структура.
24. Этика в управлении и роль этических норм.
25. Методы альтернативного решения конфликтов.
26. Формирование контрактов; основные положения, столкновение интересов.
27. Формы бизнес организаций.
28. Ответственность за продукцию, защита прав потребителей.
29. Виды и права интеллектуальной собственности.
30. Антимонопольное законодательство.
31. Всемирная Торговая Организация и Азербайджан.
32. Антикоррупционная политика Азербайджана.
33. Архитектура компьютерных систем.
34. Компоненты технического обеспечения компьютера.
35. Программное обеспечение компьютера.
36. Маркетинг, его понятие и сфера охвата.
37. Маркетинг: создание выгодных отношений с потребителями.
38. Поведение потребителя.
39. Сегментация рынка.
40. Стратегия продукта и бренда.
41. Создание нового продукта и стратегия жизненного цикла продукта.
42. SWOT анализ;
43. Новые задачи в маркетинге – глобализация, консьюмеризм, Green маркетинг, прямой (direct) маркетинг, сетевой (network) маркетинг.
44. Бизнес политика, цели и значение бизнес политики.
45. Понятие стратегии: цели.
46. Оценка ресурсов и возможностей.
47. Преимущество в конкуренции и его источники.
48. Планирование маркетинга в Стратегических Бизнес Единицах (СБЕ).
49. Создание стратегии.
50. Цели, задачи, миссия и виджн компании.