

Fənn sillabusu

İxtisas : 050405-İqtisadiyyat, 050402-Biznesin idarə edilməsi
Fakültə: İqtisadiyyat və idarəetmə
Kafedra: Maliyyə idarəetməsi və audit

I.Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: S/F (Qiymət siyasəti), (Proqram - LDU, 21.11.2023cü il, emr № 4/129)
Kodu: IPFS-B04
Tədris ili: II (2024/2025). Semestr: II
Tədris yükü: Cəmi: 30 saat (Mühazirə - 30 saat)
Tədris forması: Əyani
Tədris dili: Azərbaycan dili
AKTS üzrə kredit: 6
Auditoriya №:
Saat:

II.Müəllim haqqında məlumat:

Adı, soyadı, elmi dərəcəsi və elmi adı: Mustafayev Vəqif Rəis oğlu, Baş müəllim
Məsləhət günləri və saati: II-V gün saat 12⁰⁰-13⁰⁰.
E-mail ünvanı: vaqif.mustafayev.1960@mail.ru
Kafedranın ünvanı: Lənkəran ş., Füzuli küç., 170-a

III.Tövsiyə olunan dərslik, dərs vəsaiti və metodik vəsaitlər:

Əsas

1. A.D.Çudakov. Qiymətlər və qiymətin əmələ gəlməsi. Bakı, 2016
2. F.F.Ələkbərova və başqa Qiymətin əmələ gəlməsi. Bakı, 2015
3. B. N. Allahverdiyev. Milli iqtisadiyyatın bazar tənzimlənməsi. Bakı, 2007
4. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2023.
5. Спенов В.А. Ценообразования. — М.: Экономист, 2023, 428 с.
6. Тактарова Т.А. Ценообразования. — М.: Финансы и статистика, 2023, 221 с.
7. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия: Учебник для вузов. 3-е изд. / В.М. Тарасевич. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 320 с. - ISBN 978-5-4461-9384-4.
8. Баринов, М. А. Ценообразование : учеб. пособие / М. А. Баринов; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2021.-152 с
9. Калашникова И.А. Ценообразование и ценовая политика: практикум: учеб. пособие/ И.А. Калашникова, Е.В. Солнцева, С.А. Помитов. Воронеж: ГОУВПО «Воронежский государственный технический университет», 2007
10. Салимжанов И.К. Ценовая политика организации // Финансы. — 2021. — № 8

IV.Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün öncədən İqtisadiyyata giriş, Mikroiqtisadiyyat, Makroiqtisadiyyat fənlərinin tədrisi vacibdir.

V.Korekvizitlər: Bu fənnin tədrisi ilə eyni vaxtda başqa fənlərin də tədris olunmasına zərurət yoxdur.

VI. Fənnin təsviri və məqsədi: Qiymətlər sisteminin geniş təkrar istehsalda və əhalinin sosial mənafeyinin təmin edilməsində rolu getdikcə artmaqdadır. Qloballaşan dünya iqtisadiyyatında iqtisadi əlaqələr inkişaf edir, beynəlxalq iqtisadi integrasiya getdikcə daha da müərkəb xarakter alır. Bütün bunlar beynəlxalq hesablaşma formalarının tətbiqini, qiymət siyasətinin, yeni qiymətləndirmə sisteminin əlaqələrinin təkmilləşdirilməsini tələb edir. Qiymət siyasəti kursu qiymətlər sistemi, qiymətlərin əmələ gəlməsində xərcləri, gəlirlərin və vergi amillərinin rolundan bəhs edir. Bu fəndə qiymət siyasəti, strategiyası və taktikası öyrənilir, müəssisələrdə qiymət siyasətinin xüsusiyyətləri tədqiq olunur.

VII. Davamiyyətə verilən tələblər: Fənn üzrə semestr ərzində buraxılmış auditoriya saatlarının ümumi sayı Elmi Şuranın 16 may 2024-cü il tarixli qərarına uyğun olaraq davamiyyət meyarları nəzərə alınmaqla müəyyən olunmuş həddən yuxarı olduğu halda tələbə həmin fəndən imtahana buraxılmır, onun həmin fənn üzrə akademik borcu qalır.

VIII. Qiymətləndirmə: Tələbələr biliyi 100 ballı sistemlə qiymətləndirilir. Bundan 50 balı tələbə semestr ərzində, 50 balı isə imtahanda toplayır. Semestr ərzində toplanan 50 bala aşağıdakılar aiddir. 20 bal seminar və laboratoriya, 30 bal kollokviumların nəticələrinə görə. Qiymətləndirmə zamanı Elmi Şuranın 16 may 2024-cü il tarixli qərarına uyğun olaraq qiymətləndirmə meyarları nəzərə alınır.

İmtahan biletinə bir qayda olaraq fənni əhatə edən 5 sual daxil edilir. Qiymət meyarları aşağıdakılardır.

- 10 bal - tələbə keçilmiş materialı dərinlən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir.
- 9 bal - tələbə keçilmiş materialı tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun mətnini tam açır.
- 8 bal - tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;
- 7 bal - tələbə keçilmiş materialı başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandırır bilmir.
- 6 bal - tələbənin cavabı əsasən düzgündür.
- 5 bal - tələbənin cavabında çatışmazlıqlar var, mövzunu tam əhatə edə bilmir.
- 4 bal - tələbənin cavabı qismən doğrudur, lakin mövzunu izah edərkən bəzi səhvlərə yol verir;
- 3 bal - tələbənin mövzudan xəbəri var, lakin fikrini əsaslandırır bilmir;
- 1-2 bal - tələbənin mövzudan qismən xəbəri var.
- 0 bal - suala cavab yoxdur.

Tələbənin imtahanda topladığı balın miqdarı 17-dən az olmamalıdır. Əks təqdirdə tələbənin imtahan göstəriciləri semestr ərzində tədris fəaliyyəti nəticəsində topladığı bala əlavə olunmur. Semestr nəticəsinə görə yekun qiymətləndirmə (imtahan və imtahanaqədərki ballar əsasında)

№	Bal	Qiymət	
		Sözlə	Hərflə
1.	91-100	Əla	A
2.	81-90	Çox yaxşı	B
3.	71-80	Yaxşı	C
4.	61-70	Kafi	D
5.	51-60	Qənaətbəxş	E
6.	50 və ondan aşağı	Qeyri-kafi	F

IX. Davranış qaydalarının pozulması: Tələbə Universitetin daxili nizam – intizam qaydalarını pozduqda əsasnamədə nəzərdə tutulan qaydada tədbir görülməkdir.

X. Təqvim mövzu planı: Cəmi: 30 saat Mühazirə - 30 saat

№	Keçirilən <u>mühazirə</u> , seminar, məşğələ, laboratoriya və sərbəst mövzuların məzmunu	Mühazirə	
		Saat	Tarix
Mühazirə			
1.	Mövzu: Qiymət siyasətinin nəzəri əsasları Plan 1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi 2. Qiymətmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər 3. Qiymətin funksiyaları və qiymətmələgəlmənin prinsipləri 4. Qiymətlər sistemi 5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi 6. Qiymət siyasətinin növləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
2.	Mövzu: Qiymət siyasətinin nəzəri əsasları Plan 1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi 2. Qiymətmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər 3. Qiymətin funksiyaları və qiymətmələgəlmənin prinsipləri 4. Qiymətlər sistemi 5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi 6. Qiymət siyasətinin növləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
3.	Mövzu. Qiymət siyasətinin müəyyənləşdirilməsində qiymətmələgəlmə metodları Plan : 1. Qiymət siyasətinə uyğun qiymətin əmələ gəlməsi metodologiyası 2. Qiymətlərin müəyyən edilməsinin alternativ metodları 3. Qiymətin əmələ gəlməsinin parametrik metodları 4. Ekspert qiymətləndirmə metodları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
4.	Mövzu: Qiymət siyasətində qiymət əmələgəlmə amillərinin təsnifatı Plan: 1. Qiymətmələgəlmə amillərinin ümumi səciyyəsi 2. Qiymətmələgəlmənin xərc amilləri	2	

	3. Qiymətemələgətmənin gəlir amilləri 4. Qiymətemələgətmənin vergi amilləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]		
5.	Mövzu: Bazar qiymətlərinin formalaşması siyasəti Plan: 1. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin formalaşması 2. Bazar qiymətlərinin müəyyənəşdirilməsinə təsir edən amillər 3. Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi yolları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
6.	Mövzu: Qiymət siyasətində qiymətin əsas strateji və taktiki istiqamətləri Plan: 1. Qiymət siyasətində qiymətemələgətmənin əsas strategiyaları və iqtisadi məzmunu 2. Qiymətin marketinq strategiyasının növləri və onların istifadə olunması şərtləri 3. Qiymətlərin aşağı salınması və artırılması cəhdləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
7.	Mövzu: İnhisar bazarında qiymət siyasəti Plan: 1. Müəssisələrdə qiymətin emələ gəlməsinə bazarın strukturunun təsiri 2. Xalis rəqabət şəraitində qiymət və istehsal həcmi 3. Tam rəqabət şəraitində qiymətlərin formalaşması mexanizmi 4. Qiymət ayrı-seçkiliyi Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
8.	Mövzu: Oligopolıya bazarında qiymət siyasəti Plan: 1. İnhisar rəqabəti bazarının əsas seçiyyəvi amilləri və inhisar rəqabətli müəssisənin qiymət strategiyası 2. Kvaziinhisar şəraitində qiymət liderliyi 3. Oligopolıya şəraitində qiymətlərin müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri 4. Oligopolistlər arasında rəqabətin metodları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
9.	Mövzu: Dövlətin qiymət siyasəti Plan: 1. Qiymət informasiyası və qiymət siyasətində onun rolu 2. Dövlətin qiymət siyasətində risklərin nəzərə alınması 3. İnfiyasiya, onun qiymətlərin səviyyəsinə təsiri və dövlətin qiymət siyasətində yeri 4. Qiymət siyasəti və vergiqoyma 5. Dövlətin qiymət siyasətində valyuta məzənnəsi amili və qiymətlər 6. Dövlətin qiymət siyasəti və kredit münasibətləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
10.	Mövzu: Müəssisənin (firmanın) qiymət siyasəti Plan: 1. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri 2. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları 3. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri 4. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri 5. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri 6. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin emələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
11.	Mövzu: Müəssisənin (firmanın) qiymət siyasəti Plan: 1. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri 2. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları 3. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri 4. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri 5. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri 6. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin emələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
12.	Mövzu: Müəssisənin marketinq fəaliyyətində qiymət siyasəti Plan: 1. Marketinqdə qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi 2. Marketinqdə qiymət strategiyası və iqtisadi mahiyyəti 3. Qiymət siyasəti və malların mövqələşdirilməsi 4. Məhsulun keyfiyyətinin qiymətlərin formalaşmasına təsiri 5. Qiymətemələgəlmədə marketinq prinsipinin tətbiqi 6. Marketinqdə əsas qiymətoyma üsulları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	

13	Mövzu: Müəssisənin marketing fəaliyyətində qiymət siyasəti Plan 1. Marketingdə qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi 2. Marketingdə qiymət strategiyası və iqtisadi mahiyyəti 3. Qiymət siyasəti və malların mövqələşdirilməsi 4. Məhsulun keyfiyyətinin qiymətlərin formalaşmasına təsiri 5. Qiymətməmələgəlmədə marketing prinsipinin tətbiqi 6. Marketingdə əsas qiymətkoyma üsulları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
14	Mövzu: Qiymət siyasətinin sahəvi xüsusiyyətləri Plan: 1. Qiymətin formalaşmasında bazarın sahəvi quruluşunun tədqiq olunması metodları 2. Yanacaq-enerji kompleksində qiymətlərin əmələ gəlməsi 3. Tikinti kompleksində qiymətlərin əmələ gəlməsi 4. Aqrar-sənaye kompleksində qiymətlərin əmələ gəlməsi 5. Nəqliyyat xidmətləri bazarında yükdaşıma tarifləri 6. Məişət xidməti bazarında tariflər və qiymətlər Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
15	Mövzu: Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi Plan: 1. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti və zəruriliyi 2. Qiymətlərin ictimai tənzimlənməsi 3. Qiymətləndirmənin dövlət tənzimlənməsinin obyektləri və normativ-hüquqi bazası Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-10]	2	
X	Cəmi:	30	

XI. Fənn üzrə tələblər: İqtisadiyyat yönümlü ixtisaslarda Qiymət siyasəti fənninin mühüm rolu vardır. Fəndə qiymət siyasətinin iqtisadi mahiyyəti öyrənilməli, onun ictimai proseslərdə yeri və rolu araşdırılmalı, onun inkişafının nəticələri və onun sahəvi xüsusiyyətləri təhlil edilməlidir.

XII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

- Qiymətlərin və qiymət siyasətinin mahiyyətini öyrənir;
- Qiymətləndirmənin metodlarını və amillərini öyrənir;
- Dövlətin və müəssisənin qiymət siyasətinin inkişafının aktual istiqamət və problemlərini mənimsəyir;
- Qiymətlərin müəyyən olunması, onun mühit amillərinin təsiri altında bazara uyğunlaşması haqqında informasiyaları təhlil etmək, nəzəri bilikləri praktik fəaliyyətlə əlaqələndirmək bacarığına yiyələnir;
- Qiymət siyasətinin iqtisad elminin öyrənilməsində yeri, rolu və mövqeyini öyrənir;
- Qiymətlərin tətbiq edilməsinin praktik yollarını mənimsəyir;
- Müstəqil təhlil etmə bacarığına yiyələnir.

XIII. Tələbələrin fənn haqqında fikrinin öyrənilməsi

XIV. Kollokvium sualları:

I Kollokvium sualları:

1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi
2. Qiymətməmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər
3. Qiymətin funksiyaları və qiymətməmələgəlmənin prinsipləri
4. Qiymətlər sistemi
5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi
6. Qiymət siyasətinin növləri
7. Qiymətlərin müəyyən edilməsinin alternativ metodları
8. Qiymətin əmələ gəlməsinin parametrik metodları
9. Ekspert qiymətləndirmə metodları
10. Qiymətməmələgəlmə amillərinin ümumi seçiyyəsi
11. Qiymətməmələgəlmənin gəlir amilləri
12. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin formalaşması
13. Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi yolları
14. Qiymət siyasətində qiymətməmələgəlmənin əsas strategiyaları və iqtisadi məzmunu
15. Qiymətin marketing strategiyasının növləri və onların istifadə olunması şərtləri

II Kollokvium sualları:

1. Müəssisələrdə qiymətin əmələ gəlməsinə bazarın strukturunun təsiri
2. Xalis rəqabət şəraitində qiymət və istehsal həcmi
3. Tam rəqabət şəraitində qiymətlərin formalaşması mexanizmi
4. Kvazimonoqon şəraitində qiymət liderliyi
5. Oligopol şəraitində qiymətlərin müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri

6. Qiymət informasiyası və qiymət siyasətində onun rolu
7. Dövlət qiymət siyasətində risklərin nəzərə alınması
8. İnflyasiya, onun qiymətlərin səviyyəsinə təsiri və dövlətin qiymət siyasətində yeri
9. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri
10. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları
11. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri
12. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri
13. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri
14. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin emələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi
15. Marketingdə qiymət strategiyası və iqtisadi mahiyyəti

xv. İmtahan sualları:

1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi
2. Qiymətemələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər
3. Qiymətin funksiyaları və qiymətemələgəlmənin prinsipləri
4. Qiymətlər sistemi
5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi
6. Qiymət siyasətinin növləri
7. Qiymət siyasətinə uyğun qiymətin emələ gəlməsi metodologiyası
8. Qiymətlərin müəyyən edilməsinin alternativ metodları
9. Qiymətin emələ gəlməsinin parametrik metodları
10. Ekspert qiymətləndirmə metodları
11. Qiymətemələgəlmə amillərinin ümumi seçiyyəsi
12. Qiymətemələgəlmənin xərc amilləri
13. Qiymətemələgəlmənin gəlir amilləri
14. Qiymətemələgəlmənin vergi amilləri
15. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin formalaşması
16. Bazar qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsinə təsir edən amillər
17. Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi yolları
18. Qiymət siyasətində qiymətemələgəlmənin əsas strategiyaları və iqtisadi məzmunu
19. Qiymətin marketing strategiyasının növləri və onların istifadə olunması şərtləri
20. Qiymətlərin aşağı salınması və artırılması cəhdləri
21. Müəssisələrdə qiymətin emələ gəlməsinə bazarın strukturunun təsiri
22. Xalis rəqabət şəraitində qiymət və istehsal həcmi
23. Tam rəqabət şəraitində qiymətlərin formalaşması mexanizmi
24. Qiymət ayrı-seçkiliyi
25. İnhisar rəqabəti bazarının əsas seçiyyəvi amilləri və inhisar rəqabətli müəssisənin qiymət strategiyası
26. Kvaziinhisar şəraitində qiymət liderliyi
27. Oligopolisiya şəraitində qiymətlərin müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri
28. Oligopolistlər arasında rəqabətin metodları
29. Qiymət informasiyası və qiymət siyasətində onun rolu
30. Dövlət qiymət siyasətində risklərin nəzərə alınması
31. İnflyasiya, onun qiymətlərin səviyyəsinə təsiri və dövlətin qiymət siyasətində yeri
32. Qiymət siyasəti və vergi qoyma
33. Dövlətin qiymət siyasətində valyuta məzənnəsi amili və qiymətlər
34. Dövlətin qiymət siyasəti və kredit münasibətləri
35. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri
36. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları
37. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri
38. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri
39. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri
40. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin emələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi
41. Marketingdə qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi
42. Marketingdə qiymət strategiyası və iqtisadi mahiyyəti
43. Qiymət siyasəti və malların mövqeləşdirilməsi
44. Məhsulun keyfiyyətinin qiymətlərin formalaşmasına təsiri
45. Qiymətemələgəlmədə marketing prinsipinin tətbiqi
46. Marketingdə əsas qiymətkoyma üsulları
47. Qiymətin formalaşdırılmasında bazarın sahəvi quruluşunun tədqiq olunması metodları
48. Yanacaq-enerji kompleksində qiymətlərin emələ gəlməsi
49. Tikinti kompleksində qiymətlərin emələ gəlməsi
50. Aqrar-sənaye kompleksində qiymətlərin emələ gəlməsi
51. Nəqliyyat xidmətləri bazarında yükdaşıma tarifləri
52. Məişət xidməti bazarında tariflər və qiymətlər
53. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti və zəruriliyi
54. Qiymətlərin ictimai tənzimlənməsi
55. Qiymətləndirmənin dövlət tənzimlənməsinin obyektləri və normativ-hüquqi bazası

Sillabus "Maliyyə idarəetməsi və audit" kafedrasında müzakirə edilərək, təsdiq olunmuşdur ("26" dekabr 2024-cü il "07" sayılı iclas protokolu).

Sillabus "Maliyyə idarəetməsi və audit" kafedrasının "26" "XII" 2024-cü il tarixli (07 sayılı protokol) iclasında təsdiq olunmuşdur.

Kafedra müdiri:

dos

dos. Əlixan Bədəlov

Fənn müəllimi:

dos

b/m. Vaqif Mustafayev

dos dos 67000000