

Fənn sillabusu  
(işçi tədris proqramı)

İxtisasın şifri və adı: 6004005 – "Maliyyə", 6004006 – "Marketing"<sup>AB</sup>

Fakültə: İqtisadiyyat və idarəetmə

Kafedra: Maliyyə idarəetməsi və audit

**I. Fənn haqqında məlumat:**

Fənnin adı: S/F (Qiymət siyasəti) (Fənn proqramı Lənkəran Dövlət Universitetinin 21.11.2024-cü il tarixli 4/129 sayılı əmri ilə təsdiqlənmişdir)

Kodu: İPFS-B04, İPFS-B05

Tədris ili: III (2025/2026).

Semestr: VI (Yaz)

Tədris yükü: Cəmi 180 saat: Auditoriya saati: 60 saat (30 saat müəhazirə, 30 saat seminar)

Təhsilalma forması: Əyani

Tədris dili: Azərbaycan dili

AKTS üzrə kredit: 6

**II. Müəllim haqqında məlumat:**

Adı, soyadı, elmi dərəcəsi və elmi adı:

1. Hüseynli Nuran Mirəqil oğlu, baş müəllim

2. Əhədova Nübar Adil qızı, müəllim

Məsləhət günləri və saati:

1. Hüseynli N. II gün, 12<sup>00</sup> - 13<sup>00</sup>

2. Əhədova N. III gün, 12<sup>00</sup> - 13<sup>00</sup>

E-mail ünvanı:

1. nurangaga@yahoo.com

2. n.ahadova85@gmail.com

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. Под ред. Грызунова Н.В. Цена и ценовая политика компании. (Бакалавриат). Учебник. КноРус, 2026. — 224 с.

4. Якунина А. В., Романенко О. А., Якунин С. В. Цены и ценообразование ; Вид издания. учебное пособие для СПО ; 2025. — 176 с.

5. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 231 с.

6. Салимжанов, И. К., Ценообразование : учебник / И. К. Салимжанов. — Москва : КноРус, 2024. — 299 с.

**Əlavə:**

7. 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.

**IV. Prerekvizitlər:** Fənnin tədrisi üçün öncədən İqtisadiyyata giriş, Mikroiqtisadiyyat və 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 mənafeyinə təmin edilməsində rolu getdikcə artmaqdadır. Qloballaşan dünya iqtisadiyyatında iqtisadi əlaqələr inkişaf edir, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya getdikcə daha da mürəkkəb 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 qiymətsiyasəti, strategiyası və taktikası öyrənilir, müəssisələrdə qiymət siyasətinin xüsusiyyətləri tədqiq olunur.

**VII. Davamiyyətə verilən tələblər:** Fənn üzrə semestr ərzində buraxılmış auditoriya saatlarının ümumi sayı Elmi Şurasının 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:** Fənn üzrə tələbələrin biliyi 100 ballıq sistemlə qiymətləndirilir. Yeni tələbənin fənn üzrə toplaya biləcəyi balın maksimum miqdarı 100-ə bərabərdir. Bu balın yarısı (50 balı) tələbənin semestr müddətində fəaliyyətinin nəticəsinə (cari qiymətləndirmə), digər yarısı isə (digər 50 balı) imtahanın nəticəsinə (aralıq qiymətləndirmə) görə verilir. Fənn üzrə cari qiymətləndirmənin nəticəsinə görə verilən maksimum 50 bala aşağıdakılar daxildir:

- 20 bal - seminar dərslərində fəaliyyətinə görə;
- 30 bal - kollokviumların nəticələrinə görə.

Qiymətləndirmə zamanı LDU-nun Elmi Şurasının 16 may 2024-cü il tarixli qərarına uyğun olaraq qiymətləndirmə meyarları nəzərə alınır. İmtahanda qazanılan balların maksimum miqdarı 50-dir. İmtahan yazılı şəkildə aparılır və imtahan biletinə bir qayda olaraq fənn üzrə tədris olunan mövzulara aid 5 sual daxil edilir. Hər sual maksimum 10 bal olmaqla qiymətləndirilir (aşağıda qeyd olunan qiymət meyarına əsasən) ki, bu da toplamda fənn üzrə aralıq qiymətləndirmənin nəticəsinə görə verilən maksimum 50 balı təşkil edir.

Qiymət meyarları aşağıdakılardır:

- 10 bal - tələbə keçilmiş materialı dərindən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir;
- 9 bal - tələbə keçilmiş materialı tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun məzmununu tam açır;
- 8 bal - tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;
- 7 bal - tələbə keçilmiş materialı yaxşı başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandırma 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 əsaslandırma bilmir;
- 1-2 bal - tələbənin mövzudan qismən xəbəri var;
- 0 bal - 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 intizam qaydalarını pozduqda onun barəsində mövcud qanunvericilik çərçivəsində müvafiq tədbir görülməkdir

#### X. Təqvim mövzu planı:

Cəmi: 60 saat. Mühazirə: 30 saat; Seminar: 30 saat;

№	Tədris olunan mövzuların məzmunu	Saat		Tarix
		Mühazirə	Seminar	
1.	<b>Mövzu:</b> Qiymət siyasətinin nəzəri əsasları Plan 1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi 2. Qiymətəmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər 3. Qiymətin funksiyaları 4. Qiymətlər sistemi 5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi 6. Qiymət siyasətinin növləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]	2	2	
2.	<b>Mövzu:</b> Qiymət siyasətinin nəzəri əsasları Plan 1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi 2. Qiymətəmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər 3. Qiymətin funksiyaları və qiymətəmələgəlmənin prinsipləri 4. Qiymətlər sistemi 5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi 6. Qiymət siyasətinin növləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]	2	2	
3.	<b>Mövzu.</b> Qiymət siyasətinin müəyyənləşdirilməsində qiymətəmələgəlmə 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, 1-7]	2	2	
4.	<b>Mövzu:</b> Qiymət siyasətində qiymət əmələgəlmə amillərinin təsnifatı Plan: 1. Qiymətəmələgətirmə amillərinin ümumi səciyyəsi 2. Qiymətəmələgətirmənin xərc amilləri 3. Qiymətəmələgətirmənin gəlir amilləri 4. Qiymətəmələgəlmənin vergi amilləri Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]	2	2	
5.	<b>Mövzu:</b> Bazar qiymətlərinin formalaşması siyasəti Plan: 1. Bazarın iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin formalaşması 2. Bazar qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsinə təsir edən amillər 3. Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi yolları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]	2	2	
6.	<b>Mövzu:</b> Qiymət siyasətində qiymətin əsas strateji və taktiki istiqamətləri Plan: 1. Qiymət siyasətində qiymətəmələgəlmənin əsas strategiyaları və iqtisadi məzmunu	2	2	

	<p>2.Qiymətin marketing strategiyasının növləri və onların istifadə olunması şərtləri</p> <p>3.Qiymətlərin aşağı salınması və artırılması cəhdləri</p> <p>Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]</p>			
7.	<p><b>Mövzu:</b> İnhisar bazarında qiymət siyasəti</p> <p>Plan:</p> <p>1.Müəssisələrdə qiymətin əmələ gəlməsinə bazarın strukturunun təsiri</p> <p>2.Xalis rəqabət şəraitində qiymət və istehsal həcmi</p> <p>3.Tam rəqabət şəraitində qiymətlərin formalaşması mexanizmi</p> <p>4.Qiymət ayrı-seçkiliyi</p> <p>Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]</p>	2	2	
8.	<p><b>Mövzu:</b> Oliqopoliya bazarında qiymət siyasəti</p> <p>Plan:</p> <p>1.İnhisar rəqabəti bazarının əsas seçiyəvi amilləri və inhisar rəqabətli müəssisənin qiymət strategiyası</p> <p>2.Kvaziinhisar şəraitində qiymət liderliyi</p> <p>3.Oliqopoliya şəraitində qiymətlərin müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri</p> <p>4.Oliqopolistlər arasında rəqabətin metodları</p> <p>Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]</p>	2	2	
9.	<p><b>Mövzu:</b> Dövlətin qiymət siyasəti</p> <p>Plan:</p> <p>1. Qiymət informasiyası və qiymət siyasətində onun rolu</p> <p>2. Dövlətin qiymət siyasətində risklərin nəzərə alınması</p> <p>3. İnflyasiya, onun qiymətlərin səviyyəsinə təsiri və dövlətin qiymət siyasətində yeri</p> <p>4. Qiymət siyasəti və vergiqoyma</p> <p>5. Dövlətin qiymət siyasətində valyuta məzənnəsi amili və qiymətlər</p> <p>6. Dövlətin qiymət siyasəti və kredit münasibətləri</p> <p>Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]</p>	2	2	
10.	<p><b>Mövzu:</b> Müəssisənin (firmanın) qiymət siyasəti</p> <p>Plan</p> <p>1. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri</p> <p>2. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları</p> <p>3. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri</p> <p>4. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri</p> <p>5. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri</p> <p>6. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin əmələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi</p> <p>Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]</p>	2	2	
11.	<p><b>Mövzu:</b> Müəssisənin (firmanın) qiymət siyasəti</p> <p>Plan</p> <p>1. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri</p> <p>2. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları</p> <p>3. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri</p> <p>4. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri</p> <p>5. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri</p> <p>6. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin əmələ</p>	2	2	

	gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]			
12.	<b>Mövzu:</b> 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 firmalaşmasına təsiri 5. Qiymətləməgəlmədə marketinq prinsipinin tətbiqi 6. Marketinqdə əsas qiymətoyma üsulları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]	2	2	
13.	<b>Mövzu:</b> 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 firmalaşmasına təsiri 5. Qiymətləməgəlmədə marketinq prinsipinin tətbiqi 6. Marketinqdə əsas qiymətoyma üsulları Mənbə: [Mühazirə materialları, 1-7]	2	2	
14.	<b>Mövzu:</b> 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, 1-7]	2	2	
15.	<b>Mövzu:</b> 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, 1-7]	2	2	
Cəmi:		30	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. Fənnin tədrisi üçün nəzərdə tutulan tədris və öyrənmə metodları:**

- mühazirə, seminar, praktiki tapşırıqlar;
- təqdimat və müzakirə;
- debat;
- müstəqil iş/araşdırma.

**XIII. 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.

**XIV. Tələbələrin fənn haqqında fikrinin öyrənilməsi:** \_\_\_\_\_

**XV. Kollokvium sualları:**

**I Kollokvium sualları:**

1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi
2. Qiymətmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər
3. Qiymətin funksiyaları
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. Qiymətmələgətirmə amillərinin ümumi səciyyəsi
11. Qiymətmələgətirmənin gəlir amilləri
12. Bazarın iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin formalaşması
13. Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi yolları
14. Qiymət siyasətində qiymətmələgəlmənin əsas strategiyaları və iqtisadi məzmunu
15. Qiymətin marketinq 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. Kvaziinhisar şəraitində qiymət liderliyi
5. Oligopoliya şəraitində qiymətlərin müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri
6. Qiymət informasiyası və qiymət siyasətində onun rolu
7. Dövlətin 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 əmələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi
15. Marketinqdə qiymət strategiyası və iqtisadi mahiyyəti

**XVI. İmtahan sualları:**

1. Qiymət iqtisadi kateqoriya kimi
2. Qiymətmələgəlmə nəzəriyyəsində əsas yanaşma və ya istiqamətlər
3. Qiymətin funksiyaları
4. Qiymətlər sistemi
5. Qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi
6. Qiymət siyasətinin növləri
7. Qiymət siyasətinə uyğun qiymətin əmələ gəlməsi metodologiyası
8. Qiymətlərin müəyyən edilməsinin alternativ metodları
9. Qiymətin əmələ gəlməsinin parametrik metodları
10. Ekspert qiymətləndirmə metodları
11. Qiymətmələgətirmə amillərinin ümumi səciyyəsi

12. Qiymətəmələgətirmənin xərc amilləri
13. Qiymətəmələgətirmənin gəlir amilləri
14. Qiymətəmələgəlmənin vergi amilləri
15. Bazarın iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin formalaşması
16. Bazar qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsinə təsir edən amillər
17. Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi yolları
18. Qiymət siyasətində qiymətəmələgəlmənin əsas strategiyaları və iqtisadi məzmunu
19. Qiymətin marketinq strategiyasının növləri və onların istifadə olunması şərtləri
20. Qiymətlərin aşağı salınması və artırılması cəhdləri
21. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti və zəruriliyi
22. Qiymətlərin ictimai tənzimlənməsi
23. Qiymətləndirmənin dövlət tənzimlənməsinin obyektləri və normativ-hüquqi bazası
24. Müəssisələrdə qiymətin əmələ gəlməsinə bazarın strukturunun təsiri
25. Xalis rəqabət şəraitində qiymət və istehsal həcmi
26. Tam rəqabət şəraitində qiymətlərin formalaşması mexanizmi
27. Qiymət ayrı-seçkiliyi
28. İnhisar rəqabəti bazarının əsas seçiyəvi amilləri və inhisar rəqabətli müəssisənin qiymət strategiyası
29. Kvaziinhisar şəraitində qiymət liderliyi
30. Oliqopoliya şəraitində qiymətlərin müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri
31. Oliqopolistlər arasında rəqabətin metodları
32. Qiymət informasiyası və qiymət siyasətində onun rolu
33. Dövlətin qiymət siyasətində risklərin nəzərə alınması
34. İnflyasiya, onun qiymətlərin səviyyəsinə təsiri və dövlətin qiymət siyasətində yeri
35. Qiymət siyasəti və vergiqoyma
36. Dövlətin qiymət siyasətində valyuta məzənnəsi amili və qiymətlər
37. Dövlətin qiymət siyasəti və kredit münasibətləri
38. Müəssisənin qiymət siyasətinin mahiyyəti və əsas vəzifələri
39. Fərqli qiymətlərin qiymət siyasəti və formaları
40. Müəssisənin qiymət siyasətinin mərhələləri
41. Firmanın qiymət strategiyası, onu müəyyən edən amillər və əsas növləri
42. Firmanın qiymət siyasətinin formalaşması prinsipləri
43. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlərin əmələ gəlməsi və dövlət tənzimlənməsi
44. Marketinqdə qiymət siyasətinin mahiyyəti və məqsədi
45. Marketinqdə qiymət strategiyası və iqtisadi mahiyyəti
46. Qiymət siyasəti və malların mövqələşdirilməsi
47. Məhsulun keyfiyyətinin qiymətlərin firmalaşmasına təsiri
48. Qiymətəmələgəlmədə marketinq prinsipinin tətbiqi
49. Marketinqdə əsas qiymətqoyma üsulları
50. Qiymətin formalaşdırılmasında bazarın sahəvi quruluşunun təcqi olunması metodları
51. Yanacaq-enerji kompleksində qiymətlərin əmələ gəlməsi
52. Tikinti kompleksində qiymətlərin əmələ gəlməsi
53. Aqrar-sənaye kompleksində qiymətlərin əmələ gəlməsi
54. Nəqliyyat xidmətləri bazarında yükdaşıma tarifləri
55. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsinin mahiyyəti və zəruriliyi

S/F (Qiymət siyasəti) fənninin sillabusu 6004005 – “Maliyyə”, 6004006 – “Marketinq”<sup>AB</sup> ixtisasının təhsil proqramı, tədris planı və fənn proqramı əsasında tərtib edilmişdir. Sillabus “Maliyyə idarəetməsi və audit” kafedrasında müzakirə edilərək, təsdiq olunmuşdur (“05” “01” 2026-cı il “08” sayılı iclas protokolu).

Mühazirə üzrə fənn müəllimi:



b/m. Nuran Hüseynli

Seminar üzrə fənn müəllimi:



Nubar Əhədova

Kafedra müdiri:



dos. Əlixan Bədəlov