



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



Layihə Avropa İttifaqı  
tərəfindən maliyyələşdirilir



TƏHSİL İNSTİTUTU  
Azərbaycan Respublikasının Təhsil İnstitutu

## Qiymətləndirmə standartı



# REKLAM ÜZRƏ AGENT

Bakı  
Yanvar, 2019-cu il



Bu qiymətləndirmə standartı Avropa İttifaqının texniki yardımı çərçivəsində Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyini dəstəkləmək üçün "Azərbaycanda Milli Kvalifikasiya Çərçivəsinin İcrasına Dəstək" (EuropeAid/138339/DH/SER/AZ) layihəsi tərəfindən hazırlanmışdır. Standartda ifadə olunan fikirlər və məlumatlara görə Avropa İttifaqı, Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyi və Təhsil İnstitutu məsuliyyət daşımır.

## Bölmə A: İcmal

Kvalifikasiyanın adı	Reklam üzrə mütəxəssis	AzMKÇ	Səviyyə 5
<b>Kvalifikasiyanın strukturu:</b>			
<b>Kvalifikasiyanın qısa təsviri</b>			
<p>Reklam üzrə agent cari bazar vəziyyətini monitorinq və təhlil etməklə şirkət və ya müəssisənin reklam fəaliyyətini yönləndirir, eyni zamanda reklam tədbirlərinin və promo aksiyaların təşkili və həyata keçirilməsində, yerli və regional satış nöqtələrinin monitorinqində və müvafiq sahədə digər şirkətlər ilə əməkdaşlığın qurulmasında iştirak edir.</p>			
<b>Mütəxəssis üçün tələb olunan</b>			
<b>Qiymətləndirmə tələbləri</b>			
<b>Qiymətləndirmənin komponentləri:</b>			
<p>Bütün namizədlər tamamlamalıdır: Subbakalavr Proqramları üzrə Attestasiyaya (Yekun Qiymətləndirmə) görə:</p>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kvalifikasiyanın bütün komponentləri üzrə Subbakalavr Proqramlarını tənzimləyən Attestasiya (Yekun Qiymətləndirmə) qaydaları.</li></ul>			
<p>Xüsusi modullara (səlahiyyətlərə) daxil olan bacarıq və biliklərin qiymətləndirilməsi üçün burada verilmiş Qiymətləndirmə Təlimatı, buraxılış imtahanında namizədin nailiyyətlərini dəstəkləyəcəkdir.</p>			
<p>Keçid qiyməti üzrə tələblər Namizədlər, bu Modullara layiq görülmək üçün Xüsusi Kvalifikasiya Modulu Komponentinin bütün hissələrində Keçid qiymətini əldə etməlidirlər. <b>*NB Xüsusi modullarda Keçid qiymətinin nədən ibarət olması ilə bağlı qərar Fənn Mütəxəssisinin məsuliyyəti olacaqdır.</b></p>			
<b>B bölməsinə, hər Modul üçün yalnız bir Keçid qiyməti əldə etmək üçün tövsiyələr daxildir.</b>			
<b>Modul qiymətləndirməsi:</b> Bir qayda olaraq, Orta İxtisas Kolleclərində təqdim olunan Təhsilin Sub-Bakalavr bölməsində İxtisasın <b>modul komponentlərinə</b> nail olmaq üçün Attestasiya (Yekun Qiymətləndirmə) qaydaları hələ açıqlanmır.			
<p>Buna görə xüsusi modul komponentində Keçid qiymət almaq tələbi üzrə burada verilən təlimat, buraxılış imtahanında namizədlərin qənaətbəxş keçid qiyməti əldə etmələrinə kömək etmək üçün yönəldilmişdir.</p>			
<p>Bu Kvalifikasiya üzrə xüsusi modulların qiymətləndirilməsi üçün tövsiyə olunan təlimatlar və vasitələr nümunə kimi də istifadə edilə bilər, çünki Subbakalavr ixtisaslarını tənzimləyən qaydalar Attestasiyaya yanaşmada (yekun Qiymətləndirmə) tamamilə modul və ya birləşdirilmiş modul və nöqtələri əhatə edir.</p>			

- Hər Modul və Qiymətləndirmə Meyarları üçün xüsusi tələblər bu Təlimat materialının **B bölməsində** ətraflı şəkildə əks olunmuşdur.
- Modul qiymətləndirmələri, Keçmək, Yenidən göndərmək və ya Uğursuz kimi dərəcələrlə qiymətləndirilir. 'Yenidən göndərmək' dərəcəsi namizədin işlərini yenidən nəzərdən keçirməyə və sonrakı qiymətləndirmə üçün yenidən göndərməyə imkan verir. Sonrakı qiymətləndirmə üçün işlərini yenidən göndərmək istəyən tələbələr Yenidən göndərmə dərəcəsini aldıqdan sonra 4 həftə ərzində bunu etməlidirlər.
- Yalnız bir dəfə yenidən göndərməyə icazə verilir.
- Yenidən göndərilmə üzrə keçid qiymətini ala bilməyən tapşırıqlar və layihələr Uğursuz kimi qiymətləndiriləcəkdir.
- İşləri Uğursuz kimi qiymətləndirilən namizədlər fərqli bir tapşırıq və ya layihə hazırlaya və aşağıdakı qiymətləndirmə cədvəlində qiymətləndirməyə təqdim edə bilər.

**Bütün namizədlər Subbakalavr Proqramları üzrə Attestasiyanı (Yekun Qiymətləndirmə) aşağıdakılara əsasən, tamamlamalıdır:**

- Kvalifikasiyanın bütün komponentləri üzrə Subbakalavr Proqramlarını tənzimləyən Attestasiya (Yekun Qiymətləndirmə) qaydaları.

Hər bir Modul fərdi olaraq qiymətləndirilir.

*Hər bir modul necə qiymətləndirilir?*

Modul 1: İşlə əlaqəli Tədqiqat prosesi və mümkün olduqda Praktik fəaliyyətə əsaslanan Qapalı Kitab İmtahanı və Tapşırıq (Portfel);

Modul 2: İşlə əlaqəli Tədqiqat prosesi və mümkün olduqda Praktik fəaliyyətə əsaslanan Tapşırıq (Portfel);

Module 3: İşlə əlaqəli Tədqiqat prosesi və mümkün olduqda Praktik fəaliyyətə əsaslanan Tapşırıq (Portfel);

***Keçid qiyməti üçün tələblər***

Namizədlər ixtisasın Xüsusi Modul komponentinə layiq görülmək üçün hər qiymətləndirmədə keçid qiymətini əldə etməlidirlər.

**Qiymətləndiricinin Tələbləri**

Bu modullar üçün bütün qiymətləndirmələr bir qayda olaraq tədris proqramını həyata keçirməyə cavabdeh olan müəllim (lər) tərəfindən qiymətləndiriləcəkdir. Qiymətləndiricinin nəticələri və mülahizələrini etibarlı və inamlı etmək üçün qiymətləndirmələrin hər birinin nəticələri yekunlaşdırmadan əvvəl yoxlama prosesinin bir hissəsi kimi nəzərdən keçirilməlidir.

***Keyfiyyətin təmin edilməsi***

Qiymətləndirmənin keyfiyyətini təmin etmək üçün aşağıdakı addımlar atılmalıdır:

- Tədris proqramını təqdim edən bütün müəllimlər / qiymətləndiricilər təyinat və layihənin təyin olunması və qiymətləndirilməsi üzrə təlimat alacaqlar:
- qiymətləndirmənin aparılmasına cavabdeh olan bütün müəllimlər qiymətləndirmənin standartlaşdırılması daxil olmaqla qiymətləndirici təlimi tamamlamaladırlar;
- bir məktəbdə birdən çox müəllim ixtisas təhsili verdikdə qiymətləndirmənin standartlaşdırılmasını təmin etmək üçün seçilmiş tapşırıqlar və layihələrin bütün müəllimlər tərəfindən qeyd olunduğu yoxlama sistemi fəaliyyət göstərəcəkdir.

## Bölmə B: Modulun qiymətləndirməsi

### MODUL 1

<b>Modulun adı</b>	<b>Modul 1: Plan Advertising Activities</b>
<b>Modulun məzmunu</b>	
Bu modul 4 təlim nəticəsindən ibarətdir (TN). Namizəd bacarmalıdır:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin hüquqi əsaslarını izah etmək</li> <li>2. Müştəri şirkətinin ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək</li> <li>3. Cari bazar araşdırması və təhlili aparmaq</li> </ol>	
Müvafiq reklam vasitələrini təsvir etmək	
<b>Qiymətləndirmə alətləri</b>	
<p>Tələbələrə tələb olunan tapşırıqla əlaqədar qiymətləndirmə meyarlarının hamısını ödəməyə imkan verən real və ya simulyasiya edilmiş şirkət məlumatları verilməlidir. Tədqiqat prosesi, tələbələrin öz Tapşırıqlarını yerinə yetirə biləcəyi bütün Tədris Nəticələri və Qiymətləndirmə Meyarlarına əsaslanan məlumatları özündə cəmləşdirən bir şirkətin həqiqi və ya simulyasiya edilən işlənmiş nümunəsi olacaqdır. Həllər işlənmiş nümunənin bir hissəsi olmalıdır və həllər təqdim olunan fərdi tələbə tapşırıqları üzrə qiymətləndirmə cədvəlini təmin edəcəkdir.</p> <p>Tədqiqat prosesinə belə məlumatlar və müvafiq həllər daxil ediləcəkdir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Şirkətin adı</li> <li>• Müştəri şirkətinin xidmət etdiyi iqtisadi sektor (lar)</li> <li>• Müştəri şirkətinin reklam strategiyası</li> <li>• Müştəri şirkət tərəfindən təklif olunan məhsul və ya xidmətlərin təsviri</li> <li>• Müştəri şirkətinin araşdırması üçün ehtimal olunan yeni istiqamətlər (lər)</li> <li>• Müştəri şirkətinin bazarda mövqeyi</li> <li>• Reklam və Satış şöbəsi daxil olmaqla sadə təşkilat strukturu</li> <li>• Şirkət üçün şərti büdcə</li> </ul>	

- Tələbələr öz tapşırıqlarını təqdim etdikdən sonra real və ya simulyasiya edilmiş reklam kampaniyasından öz nəticələrini müqayisə edə biləcəkləri həllər toplusu
- Müştəri şirkətinin müştəri bazası
- Müştəri şirkəti tərəfindən istifadə ediləcək rabitə kanalları
- Müştəri məmnuniyyətinin təhlili barədə hesabat
- Reklam kampaniyasının effektivliyi
- Müştəri şirkət üçün mümkün yeni tərəfdaşların və müştərilərin siyahısı
- Yeni reklam tədbirləri və kampaniyası ilə bağlı təkliflər
- Tələbə tapşırığının Keçid qiymətinə uyğunluğunu qiymətləndirmək üçün tələb olunan hər hansı bir əlavə məlumat

### **NB**

Bu Kvalifikasiyanın təklif olunmasında, reklam şirkətlərinə daxil olmağa etibar etmək kifayət deyil.

Müəllim / qiymətləndirici, İxtisas seçimi müddətində tədricən tələbəyə verilən Tədqiqat prosesinin bir hissəsi kimi ətraflı bir model şirkəti hazırlamalı və bütün detalları daxil etməlidir.

Tədqiqat prosesi məlumatlarının hər bir aspekti / bölməsi, müvafiq və uyğun həllər (yəni qiymət cəvəli) ilə birlikdə, tələbənin Keçid qiymətinə layiq olub-olmadığını və ya fərqli Los və Qiymətləndirmə Kriteriyasında olmadığını mühakimə etmək üçün istifadə ediləcəkdir.

### **Reklam şirkətlərinə giriş**

Mümkünsə, öz səylərində tələbələrlə əməkdaşlıq etmək istəyən bir sıra yaradıcı reklam şirkətlərinə giriş ola bilər. Bu şirkətlər tələbələrin Modulu qəbul etməyə başlamazdan əvvəl qurulmalı və razılaşdırılmalıdır.

Modul 1 Öyrənmə (Tədris) Nəticəsi (TN) 1, bütün Qiymətləndirmə Meyarlarını (QM) əhatə edən **qapalı kitab imtahanı** olacaqdır. İmtahan sualları reklam ssenarisinə əsaslanmalı və tələbənin reklamın nəzəri hüquqi tərəflərinə əsaslanan bir sıra sualları daxil etmək əvəzinə, biliklərini tətbiq etmələrini tələb etməlidir.

Odu ki, Tədqiqat prosesində verilmiş məlumatlara əsaslanaraq:

#### **TN 1 A Qapalı Kitab İmtahanı, bunları əhatə edir:**

- a) "Reklam haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun təfsiri;
- b) "Açıq məkanda reklam yerləşdirməyə icazə və bu ərazidə nəzarət;" Qanunun izahı;
- c) İnzibati Xətalər Məcəlləsində reklam fəaliyyəti ilə əlaqəli məqalələrin təfsiri;
- d) Açıq məkanda reklam yerləşdirmək üçün icazə tələb olunan sənədlərin müəyyənləşdirilməsi

**TN 2,3,4: A3 hissədən ibarət olan Tapşırıq aşağıdakıları əhatə edir:**

**TN 2 Tapşırıq 1-ci hissə**

- a) Müştəri şirkətinin reklam strategiyası və cari reklam fəaliyyətinin təhlili;
- b) Müvafiq sahədə müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan xidmətlərin və məhsulların təhlili;
- c) Müştəri şirkətinin müvafiq sahədəki mövqeyinə, mövcud reklam fəaliyyəti və qanunvericiliyə uyğun yeni reklam istiqamətlərinin müəyyən edilməsi;
- d) Müştəri şirkətindəki müvafiq şəxslərə reklam istiqamətləri üzrə təklif və tövsiyələr.

**TN 3 Tapşırıq 2-ci hissə**

- a) Müştəri şirkətinin bazardakı mövqeyi, imkanları və çətinlikləri;
- b) Hədəf bazarın xüsusiyyətləri və müştəri şirkətinin potensial müştəriləri haqqında məlumat;
- c) Müştəri şirkətinin profilinə görə prioritet sahələrin müəyyənləşdirilməsi.

**TN 4 Tapşırıq 3-cü hissə**

- a) Reklam proqramının hazırlanması və müştəri şirkətin rəhbərliyi ilə müzakirə;
- b) Müştəri şirkətinin profilinə uyğun olaraq müxtəlif təqdimat vasitələrinin müəyyən edilməsi;
- c) Yaradıcı ideyaları nümayiş etdirərək müştəri şirkətinin profilinə uyğun reklam kampaniyasının tərtib edilməsi;
- d) Satış və gəliri artırmaq üçün yaradıcı reklam şirkətləri ilə əməkdaşlıq;
- e) Reklamların yayılmasını təmin etmək üçün uyğun kanalların seçimi

***\* Bu satış / gəlir artırmaq üçün tələbənin öz tapşırığına əsaslanaraq sadə bir fəaliyyət kursu tövsiyə etməli olan reklam / marketinqi öyrədən müəllimlər qrupu ola bilər.***

Qapalı kitab İmtahan və Tapşırıq birlikdə Modulun **TN-ləri** və QM-ların hamısını həll edəcəkdir.

Hər Tədris Nəticəsinin Qiymətləndirmə Meyarları aşağıda verilmişdir:

**TN 1 Reklam fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin hüquqi əsaslarını izah edin:**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Reklam haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu izah etməli;

- b) "Açıq məkanda reklam yerləşdirməyə icazə və bu ərazidə nəzarət;" Qanunu izah etməli;
- c) İnzibati Xətlər Məcəlləsində reklam fəaliyyəti ilə əlaqəli məqalələri izah etməli;
- d) Açıq məkanda reklam yerləşdirmək üçün icazə tələb olunan sənədlərin müəyyənləşdirilməsi;

#### **TN 2 Müştərinin ehtiyaclarını müəyyənləşdirin (Şirkət)**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Müştəri şirkətinin reklam strategiyası və cari reklam fəaliyyətini təhlil edir;
- b) Müvafiq sahədə müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan xidmətləri və məhsulları təhlil edir;
- c) Müştəri şirkətinin müvafiq sahədəki mövqeyinə, mövcud reklam fəaliyyəti və qanunvericiliyə uyğun yeni reklam istiqamətləri müəyyən edir;
- d) Müştəri şirkətindəki müvafiq şəxslərə reklam istiqamətləri üzrə təklif və tövsiyələr verir.

#### **TN 3 Cari Bazarın Araşdırmasını və Təhlilini aparmaq**

*Uğurlu Tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Müştəri şirkətinin bazardakı mövqeyini, imkanlarını və çətinliklərini təhlil edin;
- b) Şirkətin hədəf bazarının xüsusiyyətləri və potensial müştərilər haqqında məlumat toplayın;
- c) Müştəri şirkətinin profilinə görə prioritet sahələri müəyyənləşdirin.

#### **TN 4 Müvafiq Reklam Vasitələrini təsvir edin**

*Uğurlu Tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Nümunə olaraq bir reklam proqramı hazırlayın və müştəri şirkət rəhbərliyi ilə müzakirə edin;
- b) Müştəri şirkətinin profilinə görə müxtəlif təqdimat vasitələrini müəyyənləşdirin;



<p>c) Yaradıcı ideyaları nümayiş etdirərək müştəri şirkətinin profilinə uyğun bir reklam kampaniyası tərtib edin;</p> <p>d) Satış və gəliri artırmaq üçün yaradıcı reklam şirkətləri ilə əməkdaşlıq edin;</p> <p>e) Reklamların yayılmasını təmin etmək üçün müvafiq kanalları seçin.</p>	
<b>Keçid qiymətini ələ etmək üçün təklif olunan minimum tələblər</b>	
Aşağıdakı cədvəldə bu qiymətləndirmə üçün məzmun tələbləri və bu qiymətləndirmə Keçid qiymətini əldə etmək üçün təklif olunan minimum tələblər təsvir edilmişdir	
<b>Məzmun tələbləri</b>	Keçid qiymətinə cavab vermək üçün təklif olunan minimum tələblər
<p>Tələbə aşağıdakıları əhatə edən <b>Qapalı Kitab İmtahanı və Tapşırığı</b> öhdəsinə götürərək nümayiş etdirməlidir:</p> <p><b>TN 1 Qapalı Kitab İmtahanı</b></p> <p>a) Reklam haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun təfsiri;</p> <p>b) "Açıq məkanda reklam yerləşdirməyə icazə və bu ərazidə nəzarət;" Qanununun izahı;</p> <p>c) İnzibati Xətlər Məcəlləsində reklam fəaliyyəti ilə əlaqəli məqalələri izahı;</p> <p>d) Açıq məkanda reklam yerləşdirmək üçün icazə tələb olunan sənədlərin müəyyənləşdirilməsi.</p> <p><b>TN 2 Tapşırığı</b> Hissə 1</p> <p>a) Müştəri şirkətinin reklam strategiyası və cari reklam fəaliyyətinin təhlili;</p> <p>b) Müvafiq sahədə müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan xidmətlərin və məhsulların təhlili;</p> <p>c) Müvafiq sahədə şirkətin mövqeyinə, mövcud reklam</p>	<p>Minimum dərəcədə, Keçid qiymətində namizəd:</p> <p><b>TN 1 Qapalı Kitab İmtahanı</b></p> <p>a) Tədqiqat prosesi məlumatlarına əsaslanaraq, reklamı tənzimləyən qanun dəqiq izah edilməlidir,</p> <p>Heç bir səhv və ya xəyata yol verilməməlidir,</p> <p>b) Qanuna əsasən izahat dəqiq olmalıdır,</p> <p>Heç bir səhv və ya xəyata yol verilməməlidir,</p> <p>c) İnzibati Xətlər Məcəlləsində reklam fəaliyyəti ilə əlaqəli məqalələrin təfsiri dəqiq olmalıdır</p> <p>Heç bir səhv və ya xəyata yol verilməməlidir,</p> <p>d) Düzgün sənədlər müəyyənləşdirilməlidir,</p> <p>Heç bir səhv və ya xəyata yol verilməməlidir</p> <p><b>TN 2 Tapşırığı</b> 1-ci hissə</p> <p>a) Təhlil Tədqiqat prosesində verilən məlumatlara uyğun olmalıdır;</p>

<p>fəaliyyəti və qanunvericiliyə uyğun olaraq yeni reklam istiqamətlərinin müəyyən edilməsi;</p> <p>d) Müştəri şirkətindəki müvafiq şəxslərə reklam istiqamətləri ilə bağlı təklif və tövsiyələr vermək.</p> <p><b>TN 3 Tapşırıq</b></p> <p>3-cü hissə</p> <p>a) An Müştəri şirkətinin bazardakı mövqeyi, imkanları və çətinlikləri;</p> <p>b) Şirkətin hədəf bazarının xüsusiyyətləri və potensial müştərilər haqqında məlumat;</p> <p>c) Müştəri şirkətinin profilinə uyğun prioritet sahələrin müəyyənləşdirilməsi</p> <p><b>TN 4 Tapşırıq</b></p> <p>3-cü hissə</p> <p>a) Reklam proqramının hazırlanması və müştəri şirkətin rəhbərliyi ilə müzakirə;</p> <p>b) Müştəri şirkətinin profilinə uyğun müxtəlif təqdimat vasitələrinin müəyyən edilməsi;</p> <p>c) Yaradıcı ideyaları nümayiş etdirərək müştəri şirkətinin profilinə uyğun reklam kampaniyasının tərtib olunması;</p>	<p>b) Təhlil dəqiq və Tədqiqat prosesi məlumatlarına əsaslanmalıdır;</p> <p>c) Yeni reklam istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi Tədqiqat prosesində verilən məlumata, şirkətin müvafiq sahədəki mövqeyi, mövcud reklam fəaliyyəti və qanunvericiliyi baxımından uyğun olmalıdır;</p> <p>d) Təklif və tövsiyələr uyğun olmalıdır və mütəxəssis müəllim / qiymətləndirici və ya sənaye nümayəndəsinə təqdim edilməlidir;</p> <p><b>TN 3 Tapşırıq</b></p> <p>2-ci hissə</p> <p>a) Şirkətin bazardakı mövqeyinin təhlili Tədqiqat Prosesində verilən imkanlara və çətinliklər baxımından uyğun olmalıdır;</p> <p>b) Hədəf bazarının xüsusiyyətləri və potensial müştərilər haqqında məlumat Tədqiqat prosesində verilmiş məlumatlara əsasən dəqiq olmalıdır;</p> <p>c) Şirkətin profilinə görə prioritet sahələrin müəyyənləşdirilməsi dəqiq və Tədqiqat prosesində verilən məlumatlara əsaslanmalıdır.</p> <p><b>TN 4 Tapşırıq</b></p> <p>3-cü hissə</p> <p>a) Reklam proqramı Tədqiqat prosesi məlumatlarının məzmununa uyğun olmalıdır və müəllimlər və ya sənaye nümayəndələri ola biləcək mütəxəssislərlə müzakirə olunmalıdır;</p> <p>b) Ən azı 2 uyğun təqdimat vasitəsi daxil edilməlidir</p>
--	---

<p>d) Satış və gəliri artırmaq üçün yaradıcı reklam şirkətləri ilə əməkdaşlıq;</p> <p>e) Reklamların yayılmasını təmin etmək üçün uyğun kanalların seçimi.</p> <p>*Bu təhsil müəssisəsindən 2 və ya daha çox mütəxəssis reklam / marketing müəllimi ola bilər</p>	<p>c) Tərtibat müəssisənin profilinə görə uyğun olmalıdır və minimum 2 yaradıcı fikirdən ibarət olmalıdır;</p> <p>d) Əməkdaşlıq nəticəsi qeyd edilməlidir (yazılı, audio və ya vizual) və satış və gəlirin artması üçün etibarlı tövsiyə ilə nəticələnməlidir;</p> <p>e) Müvafiq kanalların seçimi Tədqiqat prosesinin məzmununa uyğun olmalıdır</p>
---	--

## Modul 2

<b>Modulun adı</b>	<b>Modul 2: Müvafiq reklam kampaniyalarını həyata keçirmək</b>
<b>Modulun məzmunu</b>	
<p>Bu modul 3 təlim nəticəsindən ibarətdir (TN). Tələbələr:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reklam büdcəsi planını hazırlayın və xərcləri izləyin</li> <li>2. Reklam kampaniyasını bir reklam şirkəti / və ya uyğun alternativ mütəxəssis ilə əlaqələndirin</li> <li>3. Müştəri şirkətini ictimailəşdirmək üçün tədbirlər həyata keçirin</li> </ol>	
<b>Qiymətləndirmə alətləri</b>	
<p>Tələbələr reklam kampaniyasına əsaslanacaq bir məhsul və ya xidmət seçməlidirlər. Məhsul və ya xidmətin seçimi müəllim / qiymətləndirici və ya sənaye nümayəndəsi ilə razılaşdırılmalı və Tədqiqat prosesində mövcud olan məlumatlardan seçilməlidir. Qiymətləndirmə hər bir tələbə tərəfindən tamamlanmalı olan Portfel və Praktiki fəaliyyət forması şəklində aparılacaqdır.</p> <p><b>Portfel</b> aşağıdakıları əhatə edəcək:</p> <p>TN 1 Bütün qiymətləndirmə meyarları (ACs)  TN 2 QM (c və e)  TN 3 QM (a, c və d)</p> <p><b>Praktiki fəaliyyətlər</b> aşağıdakıları əhatə edəcək:  TN 2 QM (a, b and d)  TN 3 QM (b)</p> <p><b>Portfel</b> Tələbədən aşağıdakıları tələb edir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklam kampaniyaları aparmaq üçün tələb olunan mənbələri müəyyənləşdirmək;</li> <li>• Resursları tövsiyə olunan reklam mediasına uyğun olaraq qiymətləndirin;</li> <li>• Reklam kampaniyası üçün verilən vəsaitləri əsaslandırın;</li> </ul>	

- Qiymətləndirmə və təhlilə uyğun olaraq illik reklam büdcəsini hazırlamaq;
- Xərcləri izləmək üçün xüsusi bir forma hazırlamaq;
- Xərclər haqqında hesabat hazırlamaq;
- Təklif olunan reklam kampaniyasını təhlil etmək;
- Xidmət təminatçısına ödəniləcək məbləğlə razılaşmaq;
- Müqaviləni bağlamaq üçün aparılacaq prosedurları təsvir etmək;
- Müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan məhsul və xidmətlər haqqında təqdimat hazırlamaq;
- Müştəri şirkətinin profilinə uyğun olaraq müxtəlif təqdimat materialları hazırlamaq;
- Şirkətin sosial şəbəkə hesablarını yeniləmək və idarə etmək;

**Praktik fəaliyyət** tələbədən aşağıdakıları tələb edir:

- Müəssisənin profilinə uyğun olaraq reklam şirkətinə təqdim etmək;
- Müəssisənin tələblərini şirkətə təqdim etmək;
- Xidmət təminatçısı tərəfindən ödəniləcək məbləğlə razılaşmaq;
- Müqaviləni bağlamaq üçün aparılacaq prosedurlara əməl etmək;
- Şirkət tərəfindən təqdim olunan məhsul və xidmətlərə uyğun olaraq müştəriyə təqdimat hazırlamaq;

Hər bir tədris nəticəsinə daxil olan qiymətləndirmə meyarları aşağıda verilmişdir:

**TN 1: Reklam büdcəsi planını hazırlayın və xərcləri izləyin**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Reklam kampaniyaları aparmaq üçün tələb olunan mənbələri müəyyənləşdirmək;
- b) Təvsiyə olunan reklam mediasına uyğun olaraq qiymətləndirmək;
- c) Reklam kampaniyası üçün verilən vəsaiti əsaslandırmaq;
- d) Qiymətləndirmə və təhlilə uyğun olaraq illik reklam büdcəsini hazırlamaq;
- e) Xərcləri izləmək üçün xüsusi bir forma hazırlamaq;
- f) Xərclər haqqında hesabat hazırlamaq.

**TN 2: Reklam kampaniyasını reklam şirkətlərini / və ya uyğun alternativ mütəxəssis ilə əlaqələndirin**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Müəssisənin profilinə uyğun olaraq reklam şirkətinə təqdim etmək;
- b) Müəssisənin tələblərini şirkətə təqdim etmək;
- c) Təklif olunan reklam kampaniyasını təhlil etmək;
- d) Xidmət təminatçısı tərəfindən ödəniləcək məbləğlə razılaşmaq;

e) Müqaviləni bağlamaq üçün prosedurlara əməl edin.

**TN 3:** Müştəri şirkətini ictimailəşdirmək üçün tədbirlər həyata keçirin

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan məhsul və xidmətlər haqqında təqdimat hazırlayın
- b) Şirkət tərəfindən təqdim olunan məhsul və xidmətlərə uyğun olaraq müştəri şirkətinə təqdimat etmək;
- c) Müştəri şirkətinin profilinə uyğun olaraq müxtəlif təqdimat materialları hazırlamaq;
- d) Müştəri şirkətinin sosial şəbəkə hesablarını yeniləmək və idarə etmək;

Tapşırıq və Praktiki Fəaliyyət birlikdə bu Modulda Tədris Nəticələrinə daxil olan Qiymətləndirmə Meyarlarının hamısını həll edəcəkdir

**Keçid qiymətini ələ etmək üçün təklif olunan minimum tələblər**

Aşağıdakı cədvəldə bu qiymətləndirmə üçün məzmun tələbləri və bu qiymətləndirmə Keçid qiymətini əldə etmək üçün təklif olunan minimum tələblər təsvir edilmişdir

**Məzmun tələbləri**

Keçid qiymətinə cavab vermək üçün təklif olunan minimum tələblər

Tələbə aşağıdakıları ehtiva edən dəlillər portfeli hazırlamalıdır:

**TN 1**

- Reklam kampaniyaları aparmaq üçün tələb olunan mənbələrin müəyyənləşdirilməsi;
- Təvsiyə olunan reklam mediasına uyğun olaraq mənbələrin qiymətləndirilməsi;
- Reklam kampaniyası üçün nəzərdə tutulmuş vəsaitin əsaslandırılması;
- Qiymətləndirmə və təhlilə uyğun olaraq illik reklam büdcəsinin hazırlanması;
- Xərcləri izləmək üçün xüsusi bir formanın hazırlanması;
- Xərclər hesabatının hazırlanması

**TN 2**

- Təklif olunan reklam kampaniyasının təhlili;

**TN 1 Portfel**

- Müəyyən edilmiş mənbələr real və qəbul edilmiş sənaye normalarına uyğun olmalıdır
- Resursların qiymətləndirilməsi dəqiq, təvsiyə olunan reklam mediasına uyğun və sənaye standartlarına uyğun olmalıdır
- İllik reklam büdcəsi dəqiq və planlaşdırılan media kampaniyası üçün qiymətləndirmə və təhlilə uyğun olmalıdır
- Forma hərtərəfli və monitoring üçün lazım olan məlumatların qeydə alınması üçün tərtib edilməlidir

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Xidmət təminatçısına ödəniləcək məbləğlə bağlı razılaşma;</li> <li>• Müqaviləni bağlamaq üçün aparılacaq prosedurların təsviri.</li> </ul> <p><b>TN 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan məhsul və xidmətlər barədə təqdimat hazırlamaq;</li> <li>• Müştəri şirkətinin profilinə uyğun olaraq müxtəlif təqdimat materiallarının hazırlanmaq;</li> <li>• Şirkətin sosial şəbəkə hesablarını yeniləmək və idarə etmək.</li> </ul> <p>Yoxlama siyahısına qeyd olunan və müşahidə edilməli olan <b>Praktik Fəaliyyət</b> aşağıdakıları əhatə edəcək:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Müəssisənin profilinə uyğun olaraq reklam şirkətinə təqdimat;</li> <li>• Müştəri şirkətinin tələblərini reklam şirkətinə təqdim etmək;</li> <li>• Şirkət tərəfindən təqdim olunan məhsul və xidmətlərə uyğun olaraq müştəri müştərisinə təqdimat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qiymət hesabatı dəqiq olmalıdır</li> <li>• Heç bir səhv buraxıla bilməz</li> </ul> <p><b>TN 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Təklif olunan reklam kampaniyasının təhlili sənayenin qəbul etdiyi bir sıra meyarlara qarşı aparılmalıdır;</li> <li>• Müqavilə müvafiq mütəxəssis tərəfindən təsdiqlənməlidir;</li> <li>• Prosedurlar dəqiq və məqbul sənaye standartına uyğun olmalıdır.</li> </ul> <p><b>TN 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Təqdimat aktual olmalıdır və müştəri şirkəti tərəfindən təklif olunan məhsul və xidmətlər təsvirini əhatə etməlidir;</li> <li>• Ən azı 2 təqdimat materialı müvafiq və müştəri şirkətinin profilinə uyğun olmalıdır;</li> <li>• Şirkətin ən azı 2 sosial şəbəkə hesabında sadə bir nizamlama olmalıdır</li> </ul> <p><b>Praktik Fəaliyyət</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Təqdimat mükəmməl olmalı və 4 slayddan çox olmamalıdır</li> <li>• Təqdimat mükəmməl olmalı və 4 slayddan çox olmamalıdır</li> <li>• Təqdimat mükəmməl olmalı və 6-dan çox slayddan ibarət olmamalıdır</li> </ul>
---	--

### Modul 3

<b>Modulun adı</b>	<b>Modul 3: Reklam fəaliyyətinin monitorinqini həyata keçirmək</b>
<b>Modulun məzmunu</b>	
<p>Bu modul 3 təlim nəticəsindən (TN) ibarətdir. Tələbə:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reklam Kampaniyasının effektivliyini ölçmək</li> <li>2. Müştəri məmnunluğuna nəzarət etmək</li> <li>3. Reklam fəaliyyətlərini genişləndirmək</li> </ol>	

## Qiymətləndirmə alətləri

Tələbələr bu Moduldakı fəaliyyətlərini Modul 1 və 2-də əsas götürdükləri planlaşdırmaları və reklam kampaniyalarını məhsul / xidmət üzrə əsaslamağa davam etməlidirlər. Tədqiqat prosesi ilə bağlı iş tələbələrin təhlil edilməsi üçün təmin edilməlidir və Tədqiqat prosesi tələbələrə bu Modulda LO və qiymətləndirmə meyarlarına cavab vermək üçün kifayət qədər məlumat daxil etməlidir. Qiymətləndirmə Portfelin hazırlanması və mümkün olduğu yerdə hər bir tələbə tərəfindən tamamlanmalı olan praktik fəaliyyət forması şəklində aparılacaqdır.

### Portfel aşağıdakıları əhatə edəcək:

TN 1 Bütün qiymətləndirmə meyarları (QM)

TN 2 Sorğu anketi daxil olmaqla bütün qiymətləndirmə meyarları

TN 3 QM (b, c və d)

### Praktiki fəaliyyətlər əhatə edəcək

TN 3 QM (a)

- Reklam kampaniyasının məqsədlərini təhlil edin;
- Səmərəliliyi ölçmək üçün göstəriciləri təyin edin;
- Reklam kampaniyasından əvvəl və sonra satışların müqayisəli təhlilini aparmaq;
- Reklam kampaniyasının uğurunu hədəf və göstəricilər baxımından qiymətləndirin;
- Reklam kampaniyasından əvvəl və sonra sayta daxil olanların trafikini təhlil edin;
- Reklam kampaniyalarının effektivliyi barədə hesabat hazırlayın

TN 2

- Müştəri şirkətinin müştərilərini müəyyənləşdirin;
- Müştərilərlə ünsiyyət kanallarını müəyyənləşdirmək;
- Müştəri şirkətinin müştərilərinə paylamaq üçün sorğu anketi hazırlamaq;
- Müştəri şirkətinin müştərisinin rəy və təkliflərini təhlil edin;
- Müştəri məmnuniyyətinin təhlili barədə hesabat hazırlayın

TN 3

- Reklam strategiyasının effektivliyinin nəticələrinə uyğun olaraq reklam strategiyasını yeniləyin;
- Yeni tərəfdaşların və müştərilərin siyahısını hazırlamaq;
- Müştəri şirkətinin rəhbərliyinə yeni reklam fəaliyyəti və kampaniyaları ilə bağlı təkliflər hazırlayın və təqdim edin.

**Praktik fəaliyyət** tələbədən aşağıdakıları tələb edir:

TN 3

Müştəri şirkətinin marketinq və satış şöbələrinin işçiləri ilə reklam kampaniyalarının effektivliyini müzakirə edin

Hər bir öyrənmə nəticəsinə daxil olan qiymətləndirmə meyarları aşağıda verilmişdir:

**TN 1: Reklam kampaniyasının effektivliyini ölçün**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Reklam kampaniyasının məqsədlərini təhlil edin;
- b) Səmərəliliyi ölçmək üçün göstəriciləri təyin edin;
- c) Reklam kampaniyasından əvvəl və sonra satışların müqayisəli təhlilini aparın;
- d) Reklam kampaniyasının uğurunu hədəf və göstəricilər baxımından qiymətləndirin;
- e) Reklam kampaniyasından əvvəl və sonra sayta daxil olanların trafikini təhlil edin;
- f) Reklam kampaniyalarının effektivliyi barədə hesabat hazırlayın.

**TN 2: Müştəri məmnunluğuna nəzarət edin**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Müştəri şirkətinin müştərilərini müəyyənləşdirin;
- b) Müştərilərlə rabitəkanallarını müəyyənləşdirin;
- c) Müştəri şirkətinin müştərilərinə paylamaq üçün sorğu anketi hazırlayın;
- d) Müştəri şirkətinin müştəri rəy və təkliflərini təhlil edin;
- e) Müştəri məmnuniyyətinin təhlili barədə hesabat hazırlayın

**TN 3: Reklam fəaliyyətini genişləndirin**

*Uğurlu tələbə aşağıdakıları bilməlidir:*

- a) Müştəri şirkətinin marketinq və satış şöbələrinin işçiləri ilə reklam kampaniyalarının effektivliyini müzakirə edin;
- b) Reklam strategiyasının effektivliyinin nəticələrinə uyğun olaraq reklam strategiyasını yeniləyin;
- c) Yeni tərəfdaşların və müştərilərin siyahısını hazırlayın;
- d) Müştəri tərəfdaşının rəhbərliyinə yeni reklam fəaliyyəti və kampaniyaları ilə bağlı təkliflər hazırlayın və təqdim edin.



Tapşırıq və Praktiki Fəaliyyət birlikdə bu Modulda Tədris Nəticələrinə daxil olan Qiymətləndirmə Meyarlarının hamısını həll edəcəkdir.	
Keçid qiymətini ələ etmək üçün təklif olunan minimum tələblər	
Aşağıdakı cədvəldə bu qiymətləndirmə üçün məzmun tələbləri və bu qiymətləndirmə Keçid qiymətini əldə etmək üçün təklif olunan minimum tələblər təsvir edilmişdir	
<b>Məzmun tələbləri</b>	Keçid qiymətinə cavab vermək üçün təklif olunan minimum tələblər
<p>Tələbə aşağıdakıları ehtiva edən dəlillər portfeli hazırlamalıdır:</p> <p>TN 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Reklam kampaniyasının məqsədlərinin təhlili;</li> <li>b) Səmərəliliyi ölçmək üçün göstəricilərin tərfi;</li> <li>c) Reklam kampaniyasından əvvəl və sonra satışların müqayisəli təhlili;</li> <li>d) Reklam kampaniyasının müvəffəqiyyətinin hədəf və göstəricilər baxımından qiymətləndirilməsi;</li> <li>e) Reklam kampaniyasından əvvəl və sonra sayta daxil olanların trafikinin təhlili;</li> </ul> <p>Reklam kampaniyalarının effektivliyi barədə hesabat hazırlanması</p> <p>TN 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Müştəri şirkətinin müştərilərinin siyahısı;</li> <li>b) Müştərilərlə ünsiyyət kanallarının müəyyən edilməsi;</li> <li>c) Müştəri şirkətinin müştərilərinə paylamaq üçün sorğu anketi;</li> <li>d) Müştəri şirkətinin müştəri rəyləri və təkliflərinin təhlili;</li> </ul>	<p><b>TN 1 Portfel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Reklam kampaniyasının ən azı 2 məqsədi real olaraq müəyyənləşdirilməli və təhlil edilməlidir;</li> <li>b) Müəyyən edilmiş göstəricilər uyğun və reklam sənayesi standartlarına uyğun olmalıdır;</li> <li>c) Təhlil dəqiq olmalıdır</li> <li>d) Kampaniyanın uğurunun qiymətləndirilməsi reklam sənayesi standartlarına uyğun göstəricilərə görə qiymətləndirilməlidir;</li> <li>e) Təhlil Tədqiqat prosesində verilən məlumatlardan dəqiq olmalıdır</li> <li>f) Hesabat sadə və dəqiq olmalıdır və əsas nəticələrin xülasəsini əhatə etməlidir</li> </ul> <p>TN 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Siyahı dəqiq olmalıdır və ən azı 4 növ müştəridən ibarət olmalıdır;</li> <li>b) Rabitə kanalları müştəri şirkətinin sənaye sektoruna uyğun olmalıdır;</li> <li>c) Sorğu anketində 10-dan çox olmayan sual daxil edilməli və məqsədinə uyğun olmalıdır və Tədqiqat prosesi məlumatından verilən həllə uyğun olmalıdır;</li> </ul>

<p>e) Müştəri məmnuniyyətinin təhlili barədə hesabat</p> <p>TN 3</p> <p>b) Reklam strategiyasının effektivliyinin nəticələrinə uyğun olaraq reklam strategiyasını yeniləyin;</p> <p>c) Yeni tərəfdaşların və müştərilərin siyahısını hazırlayın;</p> <p>d) Müştəri şirkətinin rəhbərliyinə yeni reklam fəaliyyəti və kampaniyaları ilə bağlı təkliflər hazırlayın və təqdim edin.</p> <p>Praktik fəaliyyətlər</p> <p>TN 3</p> <p>a) Müştəri şirkətinin marketinq və satış şöbələrinin işçiləri ilə reklam kampaniyalarının effektivliyini müzakirə edin</p>	<p>d) Müştəri şirkətinin müştərisinin rəyləri və təkliflərinin təhlili dəqiq olmalıdır;</p> <p>e) Hesabat aydın olmalıdır və Tədqiqat prosesi məlumatından verilən həll qaydasına uyğun olaraq dəqiq olan nəticələrin xülasəsini əhatə etməlidir.</p> <p>TN 3</p> <p>b) Reklam strategiyasının yeniləməsi müvafiq və Tədqiqat prosesinin həllində verilən tövsiyələrə uyğun olmalıdır</p> <p>c) Yeni tərəfdaşların və müştərilərin siyahısına hər birindən 1-i daxil edilməlidir və uyğun olmalıdır:</p> <p>d) Kampaniyaya qoşulmaq üçün ən azı 2 yeni reklam fəaliyyəti verilməli və vəziyyətə uyğun olmalıdır.</p> <p>Praktik fəaliyyətlər</p> <p>TN 3</p> <p>a) Müzakirə aydın və qısa olmalıdır və 10 dəqiqədən çox olmamalıdır. Bütün yekun vacib məqamları ehtiva etməlidir</p>
---	---