

Doktorluq dissertasiyası & UNEC

Dostlarında bildiyi kimi, biz İqtisad Elmləri Namizədi adını (PhD) VAK tərəfindən 2013-cü ildə aldıqdan sonra, 2016-cı ildə Elmlər doktoru proqramına qəbul edildik. Əgər, namizədlik dissertasiyasını biz marketinq strateqiyaları əsasında yazmışdıqsa doktorluq dissertasiyasını daha dar, amma dar olduğu qədərə aktual olan Brendinq mövzusunda götürməyimizi istədik. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin doktorluq proqramı üzrə qəbuluna sənədlərimizi verdik və hörmətli rektor Ədalət müəllimin bir-başa iştirakı ilə Elmlər Doktoru proqramına qəbul edildik. İstəyirəm Sizə ilk vaxtlardan başıma gələnlər və ümumi elmi fəaliyyətimiz barədə məlumatları bir-başa olaraq bloq vasitəsi ilə çatdırım. Söz verirəm çox maraqlı olacaq... beləliklə

... beləliklə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin (UNEC) doktorantura şöbəsindən Həmid müəllim zəng etdi və əyani olaraq doktorluq proqramına rəsmi qəbul olunduğumu dedi. Çox sevindim. Mənim üçün brendinq mövzusu Azərbaycanımızda doktorluq dissertasiyası səviyyəsində müdafiyyə etməyə çalışmaq çox vacib idi. Niyə məhz İqtisad Elmləri Doktoru olmaq istədiyim barədə [buradan ətraflı oxuya bilərsiniz](#).

Həmid müəllimlə, əsas korpusda görüşdükdən sonra araşdırmaya verilən kafedra olaraq Marketinq kafedrası olduğunu öyrəndim və heç vaxtımı itirmədən Marketinq kafedrasının müdiri Telman İmanov zəng etdim. Salamlaşdım və deyəndə ki, mən Sizin doktorantam (*Telman İmanov məni tanıyır, məndə onu tanıyıram, bir gün Sizə ətraflı yazacam bu haqda*) kafedra rəhbəri dedi ki, mənim Sizin adda doktorantınız yoxdur (!). Çox təəcübləndim və yenidən Həmid müəllimə müraciyyət etdim (bu arada çox əziyyəti var, sağ olsun) və yenidən marketinq kafedrasına zəng etdikdən sonra, artıq ikinci dəfə kafedraya gedəsi oldum.

P.S. Marketing kafedrası elektron formada gələn kağızı görməyib... yalnız telefonla dedikdə sonra GÖRDÜ))

06 may saat 12:00-da Marketing kafedrasında müzakirəmiz baş tutdu... müzakirə zamanı hörmətli alimlər, hesab edirdilər ki, Brendinq mövzusu aktual deyil və hətta kafedrada belə bir söz deyildi ki, "Brendinq Azərbaycanda yoxdur..." və təbii olaraq ki, məndə marketing kafedrasının (!) bunu deyən müəllimlərinə (onlar cəmi 2-3 nəfər idi – brendinqi aktual hesab etməyən) 2014-cü ilin 31 dekabrında, ölkə prezidentinin [Asan xidməti Azərbaycanın milli brendi](#) elan etməsini, 2015-ci ildə ölkənin iqtisadi fəalliyətində "Made in Azerbaijan" brendinin xatırladılması və əlbəttə ki, 2016-cı ilin mart ayında ölkə prezidentinin sahibkarlığı dəstək istiqamətində görülməli işlərdə brendin əhəmiyyətinin artırılmasını dedim. Dedim (!) və aktualıq mövzusu bitdi. Birdə öz aramızda Azərbaycanda İLK dəfə rebrendinq etmiş Ali Məktəbin Marketing kafedrası (!) brendinq fəaliyyətinin ölkədə yoxdur... deməsi "yumşaq desək" yaxşı deyil.

Mən, UNEC-də MBA programı üzrə hal-hazırda Marketing strategiyası fənnindən artıq 3-cü ildir ki, dərslər tədris edirəm. Əziz oxucu, Sizləri əmin edirəm ki, son illərdə, daha doğrudu İqtisad Universitetinin yüksək rəhbərliyində kadr dəyişiklikləri olduqdan sonra, sözün həqiqi mənasında Ali məktəbdə tədris keyfiyyəti çox yuxarı qalxıb. Ali məktəbdə hər gün yeniliklər edilir və ən əsası bu yeniliklər tədrisin keyfiyyətinə yaxşı mənada təsir edir. Məhz buna görə biz, Brendinq mövzusu üzrə doktorluq dissertasiyasını məhz UNEC-də yazmaq istəmişik.

... başqa məsələdə əslində kafedra rəhbəri Telman İmanov düz deyirdi. Mən sadəcə düşünürdüm ki, UNEC-də doktorluq dissertasiyası yazdığıma görə və əlbəttə son vaxtlar hörmətli rektorumuz Ədalət müəllimin Universitetdə sözün həqiqi mənasında inqilabi addımlar atdığına görə kafedrada münasibət mənə daha səmimi olacaq. Həmdə mən, artıq üçüncü ildir [UNEC-də](#)

[müəllimlik edirəm](#), elmi adımda orda olanlardan qətiyyən geridə deyil. Axı mən, sadəcə UNEC-də doktorluq dissertasiyası yazmaq istəyirəm... amma kafedra rəhbəri mənimlə son dərəcə "reqlamentli" davranırdı... mən çox dərinə getmədən müzakirəni növbəti iclasa saxlamağı təklif etdim. Onlarda razılaşdı, sağ olsunlar!))

Əziz oxucu, inanırsız bunların heeəç bir əhəmiyyəti yoxdur. Kafedra iclasında aldığım neqativ enerji heç bir şəkildə özümə almadım. Biz hər şeydən yalnız və yalnız müsbət şeyləri görürük. Məsələn:

- Marketing kafedrasında son dərəcə gənc və enerjili bir neçə müəllim var idi. Düzdür, onlar müzakirədə iştirak etmirdi, amma onların gəncliyi və məsələlərə pozitiv (pozitiv baxış çox vacibdir) baxışı bizə yaxşı mənada təsir etdi;
- Marketing kafedrasının rəhbəri mənə çox yaxşı ideya verdi, mövzu ideyası. Bu mənim üçün o iclasda aldığım neqativ enerjiden daha təsirli oldu;
- "Narxoz" öz adını "UNEC" etməsi hər yerdə hiss ediləcək. Hətta yaşlı kadrlardada (!) və s.

Biz düşünürük ki, doktorluq dissertasiyamızı UNEC-ə, son dərəcədə keyfiyyətli formada başa vura biləcəyik. Biz əminik ki, Marketing kafedrasının rəhbərliyi bizimlə birlikdə... mükəmməl doktorluq dissertasiyası üçün çalışacaq, sovet elminin "qoxusu" tezliklə yeni, mütərəqqi amerikan, avropa biznes təhsil qoxusu ilə əvəz ediləcək. Çox vacibdir, son dərəcə vacibdir ki, bu qoxu, Ali məktəbin yalnız əsas korpusunda, yüksək rəhbərliyində, MBA proqramında deyil, həmçinin marketing kimi mütərəqqi və yenilikçi kafedradanda tam çəkilsin.

Yadıma gəlir, Elmlər doktoru proqramı üzrə qəbul prosesində hörmətli rektorumuz ədalət müəllimlə belə bir dialoqumuz oldu: Ədalət müəllim deyir: "İlkin bizim Universitetin rebrendinqini necə dəyərləndirirsən?", mən cavab verirəm:

“Ədalət müəllim, çox yaxşı və müsbət dəyərləndirirəm, bəgünə qədər Azərbaycanca bir ali məktəb bu addımı atmayın. Amma bir söz demək istəyirəm, icazənizlə...” Ədalət müəllim deyir: “Buyur de...” Mən deyirəm: “Ədalət müəllim istənilən brendi brend edən onu adı, loqosu və rəngləri deyil – bu sadəcə aysberqin görünən tərəfidir. Əsas məsələ bu Ali məktəbin tələbələrində, müəllimlərinə verdiyi vəddir. Əgər brend bu vədi tuta bilirsə, əgər brend dediyi mesajı uyğun çalışırsa güclü brend yaranır. Hesab edirəm bəgün hələ İqtisad Universitetinin REbrandinq fəaliyyətindən danışmaq bir-az tezdir...”

Cənab rektor bizim tam razılaşdı. Bu bizi çox sevindirir. Biz çox istəyirik ki, İqtisad Universitetinin rebrendinqinə çəkilən əziyyət, görülmə işlərlə dahada yuxarıya doğru getsin. Bu rebrendinqdə bizim yaxın dostumuz Ramil Cabbarovunda əməyi sonsuzdur. Biz bununla fəxr edirik və hər zaman tam olaraq Ramilin arxasında dayıq!

Bəgünlərdə, artıq 4-cü dəfə ölkəmizdə [Milli Marketing Forumu](#) keçiriləcək. İnanırıq ki, arzu edirik ki, Azərbaycanın ən marketing yönümlü Ali məktəbindəndə bu forumda çıxış edəcək spikerlərimiz olsun. Necə ki, dünyanın aparıcı ali məktəblərinin marketing kafedrasının gücü məhz praktik yönümlü müəllim-professor heyyyətinə sahib olmaqdır. Unutmaq olmaz ki, marketing bəlkədə yeganə biznes istiqamətdir ki, burada praktika nəzəriyyədən “yuxarıda” olur. Güclü marketing eksperti özünü real biznesdə sübut etmiş insanlardır.

Filip Kotleri – Filip Kotler edən, P&G şirkətində apardığı fəaliyyətdir Çikaqo Universitetində dossilik və ya professorluq fəaliyyəti deyil!!! Marketingdə güclü alim olmağın yolu ilk olaraq etdiklərin işlərin real biznes nəticəsinin olmasıdır. Özünüz diqqət edin, istənilən marketing “quru”sunu QURU edən məhz gördüyü işlərdir.

Biz əminik ki, UNEC-də aparılan mükəmməl islahatlar tezliklə

Marketingdə özünü göstərəcək və biz əminik ki, UNEC marketing kafedrası ilə birlikdə ölkəmizdə brendinq istiqamətində doktorluq dissertasiyası yazacağıq. Brendinq haqqında mövzu, əlbəttə ki, rebrendinq etmiş ali məktəbdə ola bilər!

P.S. Doktorluq dissertasiyasının gedişatı barədə Sizlərə mütəmadi məlumatlar verəcəm.

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Sual 3](#)
- [Praktikasız PhD boş şeydir](#)
- [Qeyri-standart düşüncə barədə](#)
- [Niyə İqtisadi nəzəriyyə vacibdir](#)