

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi

Lənkəran Dövlət Universiteti

Təsdiq edirəm
Tədrisin təşkili və təlim
texnologiyaları üzrə prorektor v.i.e:

 dos. Zaur Məmmədov
"___" "___" 2025-ci il

Fənn sillabusu

İxtisas: 050407-"Marketing"

Fakultet: "İqtisadiyyat və idarəetmə"

Kafedra: "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə"

1.Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: Satışın idarə edilməsi (Kafedranın 16 dekabr 2024-cü il tarixli 04 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir.)

I. Fənn haqqında məlumat:

Kodu: IPF-B16

Tədris ili: IV. Semestr: VIII

Tədris yükü cəmi: 40 saat. Auditoriya yükü-15 saat: (Mühazirə-10 saat, məşğələ-4 saat).

Təhsilalma forması: Qiyabi

Tədris dili: Azərbaycan dili

AKTS üzrə kredit: 4 kredit

II. Müəllim haqqında məlumat:

Adı, soyadı, elmi dərəcəsi: Məmmədov Murad Rəhim oğlu Baş müəllim

Kafedranın ünvanı: Lənkəran şəhəri, Füzuli küç., 170-a, 1 sayılı korpus.

Məsləhət saati: I-V günlər: saat 10⁰⁰-16⁰⁰

E-mail ünvanı: muradmammedov817@mail.ru

III. Təvsiyə olunan dərsliklər və dərs vəsaitləri:

1. Koston Mark U., Marşal Qreq. U. Satış şöbəsinin idarə edilməsi/ Rus dilindən tərcümə. Bakı: «İqtisad Universiteti» Nəşriyyatı, 2011
2. Axundov Ş.Ə. Marketingin əsasları. Bakı: "Əbilov, Zeynalov və oğulları" nəşriyyatı, 2001
3. Kotler F. Marketing menecment. Ekspres-kurs. 2-ci nəşr/Rus dilindən tərcümə. Bakı: «İqtisad Universiteti» Nəşriyyatı, 2008
4. Dadaşov A. Kütləvi informasiya vasitələrində reklam və marketing problemləri. Bakı: BUN, 2001

IV. Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün ilkin olaraq "Marketing", "İstehlakçı davranışları" kimi fənlərin tədrisi zəruridir.

V. Korekvizitlər: Bu fənnin tədrisi ilə eyni vaxtda "Strateji marketing" fənninin tədrisinə ehtiyac vardır.

VI. Fənnin təsviri və məqsədi: "Satışın idarə edilməsi" satışın həcmnin və bazar payının artırılmasına, məhsulun bazara çıxarılmasına nail olması məqsədilə istehlakçılarla kontaktların yaradılmasına və onları məhsulun alınmasına inandırmağa yönəldilmiş birbaşa və ikitərəfli prosesdir. Bu fənnə əsas diqqət keyfiyyətli məhsul realizə etmək və həmin məhsulun istehsalı və resursların səmərəli bölgü prosesini

həyata keçirmək bununla əlaqədar olaraq satışın idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə xüsusi diqqətin yetirilməsi, iqtisadiyyatın inkişafına uyğun olaraq satış metodlarının daima təkmilləşdirilməsi, daha müntəzəm və yeni satış metodları tətbiq edilməsi və satış heyətinin vəzifə və funksiyalarını düzgün idarə etməkdən ibarətdir.

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: Tələbələrin 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 dərslərində fəaliyyətinə görə, 30 bal kollokviumların nəticələrinə görə. Əgər fənn üzrə həm seminar həm də laboratoriya varsa onda 10 bal seminara 10 bal laboratoriyaya görə verilir.

Qiymətləndirmə zamanı Elmi Şuranın 16 may 2024 cü il tarixli qərarına uyğun olaraq qiymətləndirmə meyarı nəzərə alınır.

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

- 10 bal - tələbə keçilmiş material dərindən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir.
- 9 bal - tələbə keçilmiş material tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun mətnini tam açə bilir.
- 8 bal - tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;
- 7 bal - tələbə keçilmiş material başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandırə 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 əsaslandırə 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 mövcud qanunvericilik çərçivəsində müvafiq tədbir görülməkdədir.

X. Təqvim planı: Mühazirə 10 saat, Məşğələ 5 saat, **Cəmi 15 saat**

N	Keçirilən müəhazirə mövzularının məzmunu	Mühazirə		Səminar	
1	2	3	4	5	6
1	Satışın idarə edilməsinin müəssisə daxilində yeri və əhəmiyyəti. Bazar və Satış Potensialının müəyyən edilməsi və satış proqnozları. Satış gücünün təşkili və Satış gücü miqyasının müəyyən olunması <i>Plan:</i> 1. Satış və fərdi satış anlayışları 2. Satışın idarə edilməsinin marketinqdə yeri 3. Bazar potensialının təxmin edilməsi və satış proqnozu 4. Satış Proqnozlaşdırma Metodları 5. Satış Proqnozlaşdırma Metodlarının Təsnifatı 6. Proqnozlaşdırma metodlarının müqayisəli qiymətləndirilməsi 7. Satış gücü məqsədlərinin müəyyən olunması 8. Satış gücünün təşkilati strukturu və dizaynı 9. Satış Gücünün Sayısının müəyyən olunması 10. Satış Gücünün təşkilatlanma prosesi	2			
2	Satış kvotalarının müəyyən edilməsi və satış büdcələri. Satış bölgələrinin müəyyən edilməsi. Satış gücünün seçilməsi <i>Plan:</i> 1. Satış kvotaları 2. Satış kvotalarının müəyyən edilməsində istifadə olunan üsullar 3. Satış kvotalarını təyin etmək üçün istifadə olunan üsullar 4. Satış büdcələri 5. Satış büdcələrinin təşkili və idarə edilməsi 6. Satış bölgələrinin dizaynı 7. Satış bölgələri yaratmağın faydaları 8. Satış bölgələrinin yaradılması meyarları 9. Satış bölgələrinin yaradılması 10. Satış bölgəsinin müəyyən edilməsi üsulları 11. Saticıların bölgələrə təyin edilməsi və marşrutların müəyyən edilməsi 12. Satış mütəxəssisi seçim prosesi 13. Satış mütəxəssisi ehtiyaclarının və ixtisaslarının müəyyən edilməsi 14. Satış mütəxəssisi seçim prosesində istifadə olunan üsullar/vasitələr 15. İş qəbul prosesində edilən səhvlər	2			
3	Satış mütəxəssislərinin təlimi. Satış gücünün yüksəlməsi və motivasiyası. Satış gücünün kompensasiyası (mükafatlandırılması) <i>Plan:</i> 1. Satış təlimi və əhatə dairəsi 2. Satış təlimçisi 3. Satış təlimi proqramı 4. Satış gücünün motivasiyası 5. Saticının motivasiyasına mənfi təsir göstərən amillər	2			

	6. Satış təmsilçisinin yüksəlməsi 7. Satışdan rəhbərliyə yüksəlmə qaydaları 8. Kompensasiya anlayışı və satış idarəçiliyində mükafat 9. Satışda kompensasiya planları 10. Kompensasiya səviyyəsi 11. Kompensasiya üsulları				
4	Satış gücündə liderlik (rəhbərlik). Satış komandalarının formalaşdırılması <i>Plan:</i> 1. Liderlik anlayışı 2. Liderlik və idarəedicilik (Menecer) fərqi 3. Satış gücündə liderlik 4. Satış komandalarının əhəmiyyəti 5. Satış komandası formalaşdırma mərhələləri 6. Satış komandalarında münafişələr 7. Komanda münafişələrinin qarşısını kəsəcək metodlar	2			
5	Satış gücü performansının qiymətləndirilməsi və nəzarəti. Fərdi satış prosesi <i>Plan:</i> 1. Satış performansının qiymətləndirilməsi 2. Performans dəyərləndirmədə edilən səhvlər 3. Nəzarət və nəzarət anlayışları 4. Satıcıların fəaliyyətlərinə nəzarət 5. Müştəri namizədlərinin müəyyən edilməsi 6. Planlaşdırma 7. Müştəriyə yanaşma və təqdimatın edilməsi	2			
	Cəmi:	10 saat			

XI. Fənn üzrə tələblər:

Tələbə fənnin öyrənilməsi zamanı satışın vəzifə və funksiyalarının öyrənilməsi və satışın idarə edilməsində kommunikasiya metodlarının tətbiqinin müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi, satışın idarə edilməsində kommunikasiya metodlarının tətbiqin təkmilləşdirilməsi, satış komandalarının formalaşdırılması, satış gücünün yüksəlməsi və motivasiyası, fərdi satış prosesinə dair biliklərə yiyələnməkdir.

XII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

- Satışın tərif, marketingdən əsas fərqləndirilən xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi;
- Satış prosesi və mərhələlərin ayrı-ayrı təhlil edilməsi və bu prosesin tətbiqinə nəzarət;
- Satış təxmin metodlarının öyrədilməsi və tətbiq edilməsi, üstün və zəif cəhətlərin analizi;
- Satış gücünün seçilməsi, seçim formalarının təhlili və iş prosesində tətbiq edilməsi, satışda karyera imkanları;
- Satış prosesində tətbiq olunan satış texnikalarının, satış həmlələrinin, strategiyaların və taktikaların öyrədilməsi və səylərin məhsuldarlığının analiz edilməsi;
- Satış büdcəsinin formalaşdırılması və büdcənin tətbiqinə nəzarət, ümumi satış prosesinə nəzarətin tətbiq edilməsi.

XIII. Tələbələr fənn haqqında fikrinin öyrənilməsi:

XIV: Kollektiv sualları:

1. Satış və fərdi satış anlayışları
2. Bazar potensialının təxmin edilməsi və satış proqnozu

3. Satış proqnozlaşdırma metodlarının təsnifatı
4. Satış gücü məqsədlərinin müəyyən olunması
5. Satış gücünün sayısının müəyyən olunması
6. Satış kvotaları
7. Satış büdcələri
8. Satış bölgələrinin yaradılması
9. Satış bölgəsinin müəyyən edilməsi üsulları
10. İşə qəbul prosesində edilən səhvlər

XV. İmtahan sualları:

1. Satış və fərdi satış anlayışları
2. Satışın idarə edilməsinin marketingdə yeri
3. Bazar potensialının təxmin edilməsi və satış proqnozu
4. Satış Proqnozlaşdırma Metodları
5. Satış Proqnozlaşdırma Metodlarının Təsnifatı
6. Satış gücü məqsədlərinin müəyyən olunması
7. Satış Gücünün Sayısının müəyyən olunması
8. Satış kvotaları
9. Satış büdcələri
10. Satış bölgələrinin yaradılması
11. Satış bölgəsinin müəyyən edilməsi üsulları
12. Satıcıların bölgələrə təyin edilməsi və marşrutların müəyyən edilməsi
13. Satış mütəxəssisi seçim prosesi
14. Satış mütəxəssisi ehtiyaclarının və ixtisaslarının müəyyən edilməsi
15. Satış mütəxəssisi seçim prosesində istifadə olunan üsullar/vasitələr
16. İşə qəbul prosesində edilən səhvlər
17. Satış təlimi və əhatə dairəsi
18. Satış təlimçisi
19. Satış təlimi proqramı
20. Satış gücünün motivasiyası
21. Satıcının motivasiyasına mənfi təsir göstərən amillər
22. Satış təmsilçisinin yüksəlməsi
23. Kompensasiya anlayışı və satış idarəçiliyində mükafat
24. Satışda kompensasiya planları
25. Liderlik anlayışı
26. Liderlik və idarəedicilik (Menecer) fərqi
27. Satış gücündə liderlik
28. Satış komandalarının əhəmiyyəti
29. Satış komandası formalaşdırma mərhələləri
30. Komanda münafişələrinin qarşısını kəsəcək metodlar
31. Satış performansının qiymətləndirilməsi
32. Satıcıların fəaliyyətlərinə nəzarət
33. Müştəri namizədlərinin müəyyən edilməsi
34. Planlaşdırma
35. Müştəriyə yanaşma və təqdimatın edilməsi

"Satışın idarə edilməsi" fənninin sillabusu 050407-"Marketing" ixtisası (proqramı) üzrə tədris planı və işçi tədris proqramı əsasında tərtib edilmişdir. "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə" kafedrasının 16 dekabr 2024-cü il tarixli iclasında təsdiq olunmuşdur (Protokol № 04).

Kafedra müdiri:

Fənn müəllimi:



dos. A.T.Əfəndiyeva

b/m M.R.Məmmədov