

 dos. Zaur Məmmədov
"14" 02 2025-ci il

Fənn sillabusu

İxtisas: Magistratura: "Biznesin idarə edilməsi "(SXSÜ) MBA

Fakultə: "İqtisadiyyat və idarəetmə"

Kafedra: "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə"

1.Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: "Xidmətlərin mahiyyəti və müasir iqtisadi sistemdə onların yeri" (Kafedranın 11 fevral 2025-ci il 06 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir.)

I.Fənn haqqında məlumat:

Kodu: OM 502

Tədris ili: I (2024-2025). Semestr: II

Tədris yükü cəmi:225 saat. Auditoriya yükü-30 saat:(Məşğələ 30 saat,).

Təhsilalma forması: Magistratura

AKTS üzrə kredit: 8 kredit

Saat:

II.Müəllim haqqında məlumat:

Adı, soyadı, elmidərəcəsi: Ələkbərov Rövşən i.ü.f.d.dosent

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

Məsləhət saati: II-V günlər: saat 14⁰⁰-16⁰⁰

E-mail ünvanı: rovsen1234@bk.ru

III.Tövsiyə olunan dərsliklər və dərs vəsaitləri:

1. Əhmədov M.M "Xidmət sahələrinin marketinqi " Dövlət İqtisad Universiteti .Bakı-2015
2. "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı", 2010.
3. "Lizinq xidməti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 1994.
4. "Sığorta haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 1999.
5. "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 1999.
6. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. ВИРА-Р, 2001.

IV. Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün ilkin olaraq digər fənlərin tədrisinə ehtiyac yoxdur.

V. Korekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün paralel olaraq "Əhalinin sosial xidmət sahəsində idarəetmə" fənninin tədrisinə ehtiyac duyulur.

VI. Fənnin təsviri və məqsədi : Xidmət sferası iqtisadiyyatın ən perspektivli və çox sürətlə inkişaf edən mühüm sahələrindən biridir. Bu sfera ticarət və nəqliyyatdan maliyyələşdirməyədək, sığorta və ən müxtəlif növ vasitəçiliyədək çox geniş fəaliyyət sahəsini əhatə edir Xidmət sahələrinə mehmanxana və restoranlar, camaşırxana və bərbərxanalar, turist firmaları, radio- telestansiyalar, məsləhət firmaları, habelə təhsil və tibb ocaqları, muzey, kino və teatrlar da daxildir. Təcrübi olaraq bütün təşkilatlar bu və ya digər dərəcədə əhaliyə xidmətlər göstərirlər. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, istehsal prosesləri mürəkkəbləşdikcə və bazar əmtəə ilə doyduqca müxtəlif xidmətlərə yaranan tələbatlar da durmadan artır. Hazırda ölkəmizdə də xidmət sferası inkişaf tempinə görə istehsal sferasını xeyli üstələyir, indi bizdə də müxtəlif və yeni xidmət növləri yaranır. Bu sfera bazarın tələbatı və istehlakçıların ehtiyac, arzu və istəklərinə daha çox uyğunlaşmağa çalışır.

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 buraxılır, onun həmin fənn üzrə akademik borcu qalır.

VIII. Qiymətləndirmə: Tələbələrə 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, məşğələ və laboratoriya dərslərində fəaliyyətinə görə və 30 bal kollokviumların nəticələrinə görə. İmtahanda qazanılan balların maksimum miqdarı 50-dir. Qiymətləndirmə zamanı Elmi Şuranın 16 may 2024-cü il tarixli qərarına uyğun olaraq qiymətləndirmə meyarları nəzər 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 əsasnamədə nəzərdə tutulan qaydada tədbir göröləcək.*

X. Təqvim planı: *Məşğələ 30 saat, Cəmi 30 saat*

		Saat	Tarix
	2	3	4
1.	Mövzu 1. BAZAR İQTİSADIYYATI ŞƏRAİTİNDƏ XİDMƏTLƏR VƏ ONLARIN SƏCİYYƏVİ CƏHƏTLƏRİ Plan: 1. Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti 2. Xidmətlərin xarakteristikası 3. Xidmət marketinqinin xüsusiyyətləri 4. Xidmət bazarının inkişafına təsir edən əsas amillər	4	
2.	Mövzu 2. XİDMƏT – BAZAR MƏHSULU KİMİ Plan: 1. Xidmətlərin təsnifləşdirilməsi, məqsəd və əhəmiyyəti 2. Xidmət marketinqinin beynəlxalq modelləri 3. Xidmət sferasında müasir marketinq konsepsiyaları 4. Xidmət marketinqi kompleksinin elementləri 5. Xidmətlərin həyat dövrü və onun mərhələləri	4	
3.	Mövzu 3. XİDMƏT BAZARININ SEQMENTLƏŞDİRİLMƏSİ Plan: 1. Xidmət bazarının seqmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri 2. Rəqiblər üzrə seqmentləşdirmə 3. Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi 4. Xidmətlərə qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi 5. Xidmətlərin bazarda yeridilməsi	4	
4.	Mövzu 4. LİZİNQ XİDMƏTLƏRİ BAZARINDA MARKETİNQ FƏALİYYƏTİ Plan: 1. Lizinq – iqtisadi-hüquqi kateqoriya kimi 2. Lizinqin fərqli xüsusiyyətləri və üstünlükləri 3. Lizinq sövdələşmələrinin həyata keçirilməsi qaydaları 4. Lizinqin təsnifləşdirilməsi əlamətləri və növləri 5. Lizinq xidmətləri bazarında marketinqin xüsusiyyətləri və əsas funksiyaları	4	
5.	FƏSİL 5. SİĞORTA MARKETİNQİ Plan: 1. Sığortanın mahiyyəti, əsas anlayışları və növləri 2. Azərbaycanda sığorta bazarının təşəkkülü və inkişafı problemləri 3. Sığorta sahəsində marketinqin əsas prinsipləri 4. Sığorta sahəsində marketinqin əsas vəzifələri	4	
6.	Mövzu 6. TURİZM XİDMƏTLƏRİ MARKETİNQİ Plan: 1. Turizm biznesində marketinq fəaliyyətinin mahiyyəti və məzmunu 2. Turizm xidmətlərinin əsas anlayışları və təsnifləşdirilməsi 3. Turizm növlərinin təsnifatı 4. Turizm sahəsində xidmət marketinqinin spesifik cəhətləri	4	

7.	Mövzu 7. MEHMANXANA VƏ RESTORAN MARKETİNQİ Plan: 1. Mehmanxana biznesinin inkişaf xüsusiyyətləri və idarə edilməsi 2. Turistlərin qəbulu və xidmətinin təşkili 3. İdarəetmədə avtomatlaşdırma sistemi 4. Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin müasir vəziyyəti və inkişaf problemləri 5. Restoran biznesi: ümumi anlayışlar və təsnifləşdirmə	4	
	Mövzu 8. İNFORMASIYA – KONSALTİNQ XİDMƏTLƏRİ MARKETİNQİ Plan: 1. İnformasiya xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri 2. İnjiniring xidmətlərinin xüsusiyyətləri 3. Konsaltinq xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri	2	
	Cəmi:	30	

XI. Fənn üzrə tələblər:

Magistrant fənnin öyrənilməsi zamanı bacarmalıdır – müştərilərin xüsusi tələbatlarının aşkar edilməsinə yönəldilmiş bu və ya digər xidmətlərin yaradılması (işlənməsi), yeridilməsi və reallaşdırılması prosesidir. Bu proses xidmət təşkilatının göstərdiyi xidmətləri müştərilərin düzgün qiymətləndirmələrinə və dürüst seçim etmələrinə kömək edilməsi.

XII. Fənn üzrə təlimin nəticələri: “Xidmətlərin mahiyyəti və müasir iqtisadi sistemdə onların yeri” fənni Xidmətlər marketinqinin konkret istifadəsinə dair məsələlər bəzi xidmət sahələri və müəssisələrin, o cümlədən təhsil, servis, nəqliyyat, lizing, auditor, informasiya-konsaltinq, turizm, restoran, bank və sığorta xidmətlərinin təmsalında öyrənilir. Bu onunla əlaqədardır ki, həmin xidmət sahələri mürəkkəb xarakterə, özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdirlər. Odur ki, həmin xidmətlərin qeyri-maddiliyinin və duyulmazlığının özünəməxsus və müfəssəl şəkildə izahı dərş vəsaitində qarşıya qoyulmuş əsas məsələlərdən biri olmuşdur. Bununla yanaşı, dərş vəsaitində ayrı-ayrı xidmət sahələrində mövcud vəziyyət araşdırılmış, inkişaf meyilləri müəyyənləşdirilmiş, marketinqin tətbiqi ilə bağlı köklü problemlərin aradan qaldırılması məsələlərinə toxunulmuşdur.

XIII. Tələbələrin fənn haqqında fikrinin öyrənilməsi:

XIV: Kollokvium sualları:

I Kollokvium sualları

1. Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti
2. Xidmətlərin xarakteristikası
3. Xidmət marketinqinin xüsusiyyətləri
4. Xidmət bazarının inkişafına təsir edən əsas amillər
5. Xidmətlərin təsnifləşdirilməsi, məqsəd və əhəmiyyəti
6. Xidmət marketinqinin beynəlxalq modelləri
7. Xidmət sferasında müasir marketinq konsepsiyaları
8. Xidmət marketinqi kompleksinin elementləri
9. Xidmətlərin həyat dövrü və onun mərhələləri
10. Xidmət bazarının seqmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri

II Kollokvium sualları

1. Rəqiblər üzrə seqmentləşdirmə
2. Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi
3. Xidmətlərə qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi
4. Xidmətlərin bazarda yeridilməsi
5. Lizing – iqtisadi-hüquqi kateqoriya kimi

6. Lizingin fərqli xüsusiyyətləri və üstünlükləri
7. Sığortanın mahiyyəti, əsas anlayışları və növləri
8. Turizm biznesində marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və məzmunu
9. Turizm növlərinin təsnifatı
10. Mehmanxana biznesinin inkişaf xüsusiyyətləri və idarə edilməsi

XV. İmtahan sualları:

1. Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti
2. Xidmətlərin xarakteristikası
3. Xidmət marketinginin xüsusiyyətləri
4. Xidmət bazarının inkişafına təsir edən əsas amillər
5. Xidmətlərin təsnifləşdirilməsi, məqsəd və əhəmiyyəti
6. Xidmət marketinginin beynəlxalq modelləri
7. Xidmət sferasında müasir marketing konsepsiyaları
8. Xidmət marketingi kompleksinin elementləri
9. Xidmətlərin həyat dövrü və onun mərhələləri
10. Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri
11. Rəqiblər üzrə segmentləşdirmə
12. Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi
13. Xidmətlərə qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi
14. Xidmətlərin bazarda yeridilməsi
15. Lizing – iqtisadi-hüquqi kateqoriya kimi
16. Lizingin fərqli xüsusiyyətləri və üstünlükləri
17. Lizing sövdələşmələrinin həyata keçirilməsi qaydaları
18. Lizingin təsnifləşdirilməsi əlamətləri və növləri
19. Lizing xidmətləri bazarında marketing xüsusiyyətləri və əsas funksiyaları
20. Sığortanın mahiyyəti, əsas anlayışları və növləri
21. Azərbaycanda sığorta bazarının təşəkkülü və inkişafı problemləri
22. Sığorta sahəsində marketingin əsas prinsipləri
23. Sığorta sahəsində marketingin əsas vəzifələri
24. Turizm biznesində marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və məzmunu
25. Turizm xidmətlərinin əsas anlayışları və təsnifləşdirilməsi
26. Turizm növlərinin təsnifatı
27. Turizm sahəsində xidmət marketinginin spesifik cəhətləri
28. Mehmanxana biznesinin inkişaf xüsusiyyətləri və idarə edilməsi
29. Turistlərin qəbulu və xidmətinin təşkili
30. İdarəetmədə avtomatlaşdırma sistemi
31. Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin müasir vəziyyəti və inkişaf problemləri
32. Restoran biznesi: ümumi anlayışlar və təsnifləşdirmə
33. İnformasiya xidmətləri marketinginin xüsusiyyətləri
34. İnjiniring xidmətlərinin xüsusiyyətləri
35. Konsaltinq xidmətləri marketinginin xüsusiyyətləri

“Xidmətlərin mahiyyəti və müasir iqtisadi sistemdə onların yeri” fənninin sillabusu magistratura: ““Biznesin idarə edilməsi”(SXSÜ)” MBA ixtisası üzrə tədris planı və fənn proqramı əsasında tərtib edilmişdir.

Sillabus *“İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə”* kafedrasında müzakirə edilərək təsdiq edilmişdir (protokol-№06, 11.02.2025-ci il).

Kafedra müdiri əvəzi:

dos.A.T.Əfəndiyeva

Fənn müəllimi:

dos.R.E.Ələkbərov

dos. A. T. Əfəndiyeva
dos. R. E. Ələkbərov
dos. 6 T Əliyev