

Fənn sillabusu

İxtisas: 050407-"Marketing" A,B

Fakultet: "İqtisadiyyat və idarəetmə"

Kafedra: "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə"

1.Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: Satışın idarə edilməsi (İşçi tədris proqramı: Kafedranın 12.09.2025-ci il 01 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir.)

I. Fənn haqqında məlumat:

Kodu: IPF-B16

Tədris ili: IV (2025-2026). Semestr: VII

Tədris yükü cəmi: 120 saat.Auditoriya yükü-45 saat *Mühazirə 30 saat, seminar 15 saat*

Təhsilalma forması: Əyani

Tədris dili: Azərbaycan dili

AKTS üzrə kredit: 4 kredit

Saat:

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: *muradmammadov817@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", "Menecment" kimi fənlərin tədrisi zəruridir.

V. Korekvizitlər: Bu fənnin tədrisi ilə eyni vaxtda "Strateji marketing" və "Brendinqin idarə edilməsi" fənlərinin 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 fəndə 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 müterəqqi 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:

Tələbələrə bəliyi 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, 30 bal kollokviumların nəticələrinə görə. Əgər fənn üzrə həm seminar həm də laboratoriya varsa onda 10 bal seminara, 10 bal isə laboratoriyaya görə verilir.

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 hərtərəfli.
- 9 bal - tələbə keçilmiş material tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun mətnini tam açə bilər.
- 8 bal - tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;
- 7 bal - tələbə keçilmiş material başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandırə bilər
- 6 bal - tələbənin cavabı əsasən düzgündür.
- 5 bal - tələbənin cavabında çatışmazlıqlar var, mövzunu tam əhatə edə bilər.
- 4 bal - tələbənin cavabı qismən doğrudur, lakin mövzunu izah edərkən bəzi səhvlərə yol verir;
- 3 bal - tələbənin mövzudan xəbəri var, lakin fikrini əsaslandırə bilər;
- 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 göröləcəkdir.

X. Təqvim planı: Mühazirə 30 saat, Cəmi 30 saat

N	Keçirilən mühazirə mövzularının məzmunu	Mühazirə
---	---	----------

1	2	Saat	Tarix
		3	4
1	Mövzu-1: Satışın idare edilməsinin müəssisə daxilində yeri və əhəmiyyəti <i>Plan:</i> 1. Satış və fərdi satış anlayışları 2. Satışın idare edilməsi	2	
2	Mövzu-2: Bazar və Satış Potensialının müəyyən edilməsi və satış proqnozları <i>Plan:</i> 1. Bazar potensialının təxmin edilməsi və satış proqnozu 2. Satış Proqnozlaşdırma Metodları 3. Satış Proqnozlaşdırma Metodlarının Təsnifatı 4. Proqnozlaşdırma metodlarının müqayisəli qiymətləndirilməsi	2	
3	Mövzu-3: Satış gücünün təşkili və Satış gücü miqyasının müəyyən olunması <i>Plan:</i> 1. Satış gücü məqsədlərinin müəyyən olunması 2. Satış gücünün təşkilati strukturu və dizaynı 3. Satış Gücünün Sayısının müəyyən olunması 4. Satış Gücünün təşkilatlanma prosesi	2	
4	Mövzu-4: Satış kvotalarının müəyyən edilməsi və satış büdcələri <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	2	
5	Mövzu-5: Satış bölgələrinin müəyyən edilməsi <i>Plan:</i> 1. Satış bölgələrinin dizaynı 2. Satış bölgələri yaratmağın faydaları 3. Satış bölgələrinin yaradılması meyarları 4. Satış bölgələrinin yaradılması 5. Satış bölgəsinin müəyyən edilməsi üsulları 6. Saticıların bölgələrə təyin edilməsi və marşrutların müəyyən edilməsi	4	
6	Mövzu-6: Satış gücünün seçilməsi <i>Plan:</i> 1. Satış mütəxəssisi seçim prosesi 2. Satış mütəxəssisi ehtiyaclarının və ixtisaslarının müəyyən edilməsi 3. Satış mütəxəssisi seçim prosesində istifadə olunan üsullar/vasitələr 4. İşə qəbul prosesində edilən səhvlər	2	
7	Mövzu-7: Satış mütəxəssislərinin təlimi <i>Plan:</i> 1. Satış təlimi və əhatə dairəsi 2. Satış təlimçisi 3. Satış təlimi proqramı	2	

8	Mövzu-8: Satış gücünün yüksəlməsi və motivasiyası Plan: 1. Satış gücünün motivasiyası 2. Satıcının motivasiyasına mənfi təsir göstərən amillər 3. Satış təmsilçisinin yüksəlməsi 4. Satışdan rəhbərliyə yüksəlmə qaydaları	2	
9	Mövzu-9: Satış gücünün kompensasiyası (mükafatlandırılması) Plan: 1. Kompensasiya anlayışı və satış idarəçiliyində mükafat 2. Satışda kompensasiya planları 3. Kompensasiya səviyyəsi 4. Kompensasiya üsulları	4	
10	Mövzu-10: Satış gücündə liderlik(rəhbərlik) Plan: 1. Liderlik anlayışı 2. Liderlik və idarəedicilik(Menecer) fərqi 3. Satış gücündə liderlik	2	
11	Mövzu-11: Satış komandalarının formalaşdırılması Plan: 1. Satış komandalarının əhəmiyyəti 2. Satış komandası formalaşdırma mərhələləri 3. Satış komandalarında münaqişələr 4. Komanda münaqişələrinin qarşısını kəsəcək metodlar	2	
12	Mövzu-12: Satış gücü performansının qiymətləndirilməsi və nəzarəti Plan: 1. Satış performansının qiymətləndirilməsinin əhatə dairəsi 2. Performans dəyərləndirmədə edilən səhvlər 3. Nəzarət və nəzarət anlayışları 4. Satıcıların fəaliyyətlərinə nəzarət	2	
13	Mövzu-13: Fərdi satış prosesi Plan: 1. Müşəri namizədlərinin müəyyən edilməsi 2. Planlaşdırma 3. Müşəriyə yanaşma və təqdimatın edilməsi	2	
	Cəmi:	30	

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 yiyələnəcəkdir.

XII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

- Satışın tərfi, 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 səylerin məhsuldarlığının analiz edilməsi;
- Satış büdcəsinin formalaşdırılması və büdcənin tətbiqinə nəzarət, ümumi satış prosesinə nəzarətin tətbiq edilməsi.

XIII. Tələbələr fənn haqqında fikrini öyrənilməsi:

XIV: Kollektiv sualları:

I Kollektiv sualları

1. Satış və fərdi satış anlayışları
2. Satışın idarə edilməsi
3. Bazar potensialının təxmin edilməsi və satış proqnozu
4. Satış Proqnozlaşdırma Metodlarının Təsnifatı
5. Satış gücü məqsədlərinin müəyyən olunması
6. Satış gücünün təşkilati strukturu və dizaynı
7. Satış gücünün sayısının müəyyən olunması
8. Satış kvotaları
9. Satış büdcələri
10. Satış bölgələrinin yaradılması meyarları

II Kollektiv sualları

1. Satış təlimi və əhatə dairəsi
2. Satış təlimi proqramı
3. Satış gücünün motivasiyası
4. Satış təmsilçisinin yüksəlməsi
5. Kompensasiya anlayışı və satış idarəçiliyində mükafat
6. Kompensasiya səviyyəsi
7. Liderlik anlayışı
8. Satış gücündə liderlik
9. Satış komandalarının əhəmiyyəti
10. Satış komandalarında münaqişələr

XV. İmtahan sualları:

1. Satış və fərdi satış anlayışları
2. Satışın idarə edilməsi
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
11. Satış kvotaları
12. Satış kvotalarının müəyyən edilməsində istifadə olunan üsullar
13. Satış kvotalarını təyin etmək üçün istifadə olunan üsullar
14. Satış büdcələri
15. Satış büdcələrinin təşkili və idarə edilməsi
16. Satış bölgələrinin dizaynı

17. Satış bölgələri yaratmağın faydaları
18. Satış bölgələrinin yaradılması meyarları
19. Satış bölgələrinin yaradılması
20. Satış bölgəsinin müəyyən edilməsi üsulları
21. Satıcıların bölgələrə təyin edilməsi və marşrutların müəyyən edilməsi
22. Satış mütəxəssisi seçim prosesi
23. Satış mütəxəssisi ehtiyaclarının və ixtisaslarının müəyyən edilməsi
24. Satış mütəxəssisi seçim prosesində istifadə olunan üsullar və vasitələr
25. İşə qəbul prosesində edilən səhvlər
26. Satış təlimi və əhatə dairəsi
27. Satış təlimçisi
28. Satış təlimi proqramı
29. Satış gücünün motivasiyası
30. Satıcının motivasiyasına mənfi təsir göstərən amillər
31. Satış təmsilçisinin yüksəlməsi
32. Satışdan rəhbərliyə yüksəlmə qaydaları
33. Kompensasiya anlayışı və satış idarəçiliyində mükafat
34. Satışda kompensasiya planları
35. Kompensasiya səviyyəsi
36. Kompensasiya üsulları
37. Liderlik anlayışı
38. Liderlik və idarəedicilik(Menecer) fərqi
39. Satış gücündə liderlik
40. Satış komandalarının əhəmiyyəti
41. Satış komandası formalaşdırma mərhələləri
42. Satış komandalarında münaqişələr
43. Komanda münaqişələrinin qarşısını kəsəcək metodlar
44. Satış performansının qiymətləndirilməsinin əhatə dairəsi
45. Performans dəyərləndirmədə edilən səhvlər
46. Nəzarət və nəzarət anlayışları
47. Satıcıların fəaliyyətlərinə nəzarət
48. Müştəri namizədlərinin müəyyən edilməsi
49. Planlaşdırma
50. 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 12 sentyabr 2025-ci il tarixli iclasında təsdiq olunmuşdur (Protokol № 01).

Kafedra müdiri v.i.e:



dos.G.T.Əliyeva

Fənn müəllimi:



b/m.M.R.Məmmədov