

Təsdiq edirəm
Tədris məsələləri üzrə prorektor v.i.e:


dos. Zaur Məmmədov
"12" "09" 2025-ci il

Fənn sillabusu

İxtisas: 050407 - Marketing A,B

Fakultet: İqtisadiyyat və idarəetmə

Kafedra: İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə

1.Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: Xidmət sahələrinin marketingi. İşçi tədris planı kafedranın 12.09.2025-ci il 01 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir.

I.Fənn haqqında məlumat:

Kodu: IPFS-B09

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

II.Müəllim haqqında məlumat:

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

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

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

E-mail ünvanı: muradməmmədov817@mail.ru

III.Təvsiyə olunan dərsliklər və dərs vəsaitləri:

1. T.İ.İmanov, E.N.Quliyev. "Marketingin əsasları", "Təhsil", NPM-2003
2. A.T.Məmmədov. "Marketingin əsasları".Dərs vəsaiti. Bakı:"İqtisad universitetinin nəşriyyatı" 2007, 336 səh.
3. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М. Изд. «Дашков и К.», 2007.
4. Разумовская А. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика. М., 2006, 378 с.
5. Bateson J. Managing services marketing. United States of America, 1995.
6. Bateson J. E. and Hoffman. D. K. Managing Services Marketing: Text and Readings. — New York: The Dryden Press, 1999.
7. Bitner M., Zeithaml V. Services marketing. - Massachusetts, 1996.
8. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. ВИРА-Р, 2001.
9. Лавлок Кристофер Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 4 изд., пер.с англ. М. Изд. дом «Вильямс», 2005, 1008 с.
10. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2004.
11. Волков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов на Дону, Феникс, 2003.
12. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. М. ООО «Новое знание». 2000.

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi

Lənkəran Dövlət Universiteti

Təsdiq edirəm
Tədris məsələləri üzrə prorektor v.i.e:


dos. Zaur Məmmədov
"12" 09 2025-ci il

Fənn sillabusu

İxtisas: 050407 - Marketing A,B

Fakultet: İqtisadiyyat və idarəetmə

Kafedra: İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə

1.Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: Xidmət sahələrinin marketingi. İşçi tədris planı kafedranın 12.09.2025-ci il 01 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir.

I.Fənn haqqında məlumat:

Kodu: IPFS-B09

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

II.Müəllim haqqında məlumat:

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

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

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

E-mail ünvanı: muradməmmədov817@mail.ru

III.Tövsiyə olunan dərsliklər və dərs vəsaitləri:

1. T.İ.İmanov, E.N.Quliyev "Marketingin əsasları", "Təhsil", NPM-2003
2. A.T.Məmmədov. "Marketingin əsasları".Dərs vəsaiti. Bakı:"İqtisad universitetinin nəşriyyatı" 2007, 336 səh.
3. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М. Изд. «Дашков и К.», 2007.
4. Разумовская А. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика. М., 2006, 378 с.
5. Bateson J. Managing services marketing. United States of America, 1995.
6. Bateson J. E. and Hoffman. D. K. Managing Services Marketing: Text and Readings. — New York: The Dryden Press, 1999.
7. Bitner M., Zeithaml V. Services marketing. - Massachusetts, 1996.
8. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. ВИРА-Р, 2001.
9. Лавлок Кристофер Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 4 изд., пер.с англ. М. Изд. дом «Вильямс», 2005, 1008 с.
10. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. Экономический факультет МГУ, ТЭИС, 2004.
11. Волков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов на Дону, Феникс, 2003.
12. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. М. ООО «Новое знание». 2000.

13. Новаторов Э. Международные модели маркетинга услуг // Маркетинг в России и за рубежом. - 2000. - № 3.
14. Волков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов на Дону, Феникс, 2003.
15. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. — М. Финансы и статистика, 2003.

IV. Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün öncədən "Mikroiqtisadiyyat", "Makroiqtisadiyyat" və "Marketing" fənlərinin tədrisi zəruridir.

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

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. 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, müxtəlif və yeni xidmət növləri yaranır. Bu sfera bazarın tələbatı və istehlakçıların ehtiyac, arzu və istəklərinə daha çox uyğunlaşmağa çalışır.

Xidmət marketingi – 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 etməlidir. Müştəriyə maddi-material forması olmayan mücərrəd bir şey satıldığından xidmətin reallaşdırılması prosesi çox mürəkkəb gedir.

Kursun məqsədi – tələbələrə xidmət marketingin elmi-nəzəri əsasları və təcrübəsinin öyrənilməsi istiqamətində sistemativ təsəvvürlər və fundamental biliklərin formalaşdırılması, eyni zamanda kəskin rəqabətin hökm sürdüyü bir şəraitdə təşkilati-iqtisadi məsələlər üzrə qərarların qəbulu, müasir marketing vasitələrinin praktik tətbiqi sahəsində bacarıq və vərdişlərin aşılmasından 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 buraxılmaz, 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, 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 hərtərəflidir.
- 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 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 bezi səhvlərə yol verir;
 - 3 bal- tələbənin mövzudan xəbəri var, lakin fikrini əsaslandırma 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 semester 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 görülməkdir.*

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

№	Keçirilən mühazirə mövzularının məzmunu	Saat			
		Mühazirə		Seminar	
		Saat	Tarix	Saat	Tarix
1	2				
1.	Xidmət bazarının xüsusiyyətləri və xidmətlərin müasir bazar iqtisadiyyatında rolu <i>Plan</i> 1. Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti 2. Xidmətlərin xarakteristikası 3. Xidmət marketinqinin xüsusiyyətləri 4. Xidmət bazarının inkişafına təsir edən əsas amillər	2			
2.	Xidmət - bazar məhsulu kimi <i>Plan:</i> 1. Xidmətlərin təsnifləşdirilməsi, məqsədi və əhəmiyyəti 2. Xidmət sferasında müasir marketinq konsepsiyaları 3. Xidmət marketinqi kompleksinin elementləri 4. Xidmətlərin həyat dövrü və onun mərhələləri	2			
3.	Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi <i>Plan:</i> 1. Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri 2. Rəqiblər üzrə segmentləşdirmə 3. Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi 4. Xidmətlərə qiymətdəyişmə siyasətinin müəyyənləşdirilməsi 5. Xidmətlərin bazarda yeridilməsi	2			
4.	Xidmət müəssisəsinin marketinq sistemi <i>Plan:</i> 1. Marketinqin müəssisə daxili idarəetmə konsepsiyasında	2			

	yeri və rolu 2. Müəssisədə marketinq xidmətinin idarəetmə strukturunun vəzifə və funksiyaları 3. Müəssisədə marketinqin idarə edilməsi prosesi 4. Marketinqin idarə edilməsində informasiya və kommunikasiya təminatı				
5.	Təhsil sferasında marketinqin xüsusiyyətləri <i>Plan:</i> 1. Təhsil sferasında marketinqin mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri 2. Təhsil xidmətləri marketinqinin subyektləri və obyektləri 3. Təhsil xidmətləri marketinqinin prinsipləri və metodları 4. Azərbaycanda təhsil xidmətləri bazarının müasir vəziyyəti və inkişaf meyilləri 5. Təhsil xidmətləri bazarının segmentləşdirilməsi 6. Ali təhsil xidməti bazarında marketinqin tətbiqi xüsusiyyətləri 7. Təhsil müəssisələri üçün marketinq strategiyasının hazırlanması	2			
6.	Servis və nəqliyyat xidmətləri marketinqi <i>Plan:</i> 1. Servis xidmətləri və onların təsnifləşdirilməsi 2. Servisin təşkili 3. Nəqliyyat xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri 4. Nəqliyyat növlərinin təsnifatı 5. Azərbaycan Respublikasında nəqliyyatın maddi-texniki bazası 6. Nəqliyyat tarifləri 7. Müxtəlif ölkələrdə nəqliyyat sisteminin inkişafının müasir vəziyyəti	2			
7.	Lizinq xidmətləri bazarında marketinq fəaliyyəti <i>Plan:</i> 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 6. Azərbaycanda lizinq bazarının inkişafının əsas xüsusiyyətləri, inkişaf istiqamətləri və mövcud problemlər	2			
8.	Tibb xidmətləri marketinqi <i>Plan:</i> 1. Tibb xidmətləri və onların təsnifləşdirilməsi 2. Tibb xidmətlərinin spesifik cəhətləri 3. Tibb xidmətlərində marketinqin tətbiqi xüsusiyyətləri	2			
9.	Informasiya-konsaltinq xidmətləri marketinqi <i>Plan:</i> 1. Informasiya xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri 2. İnjiniring xidmətlərinin xüsusiyyətləri 3. Konsaltinq xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri	2			

10.	Auditor xidmətləri marketinqi Plan: 1. Audit və auditor fəaliyyəti anlayışları və onların mahiyyəti 2. Auditor yoxlamasının aparılması qaydaları 3. Auditor xidmətlərinin marketinqi mərhələləri 4. Azərbaycan Respublikasında auditin yaranması və inkişaf tarixi 5. Əsas audit təşkilatları	2			
11.	Turizm xidmətləri marketinqi Plan: 1. Turizm biznesi və onun müasir iqtisadiyyatda rolu 2. Turizm sahəsində xidmət marketinqinin spesifik cəhətləri, kon-sepsiyaları 3. Turizm xidmətləri bazarının növləri, əsas əlamətləri və segmentləşdirilməsi amilləri 4. Turizmdə marketinqin planlaşdırılması və idarə edilməsi	2			
12	Mehmanxana və restoran xidmətləri marketinqi Plan: 1. Mehmanxana biznesinin inkişaf xüsusiyyətləri və idarə edilməsi 2. Turistlərin qəbulu və xidmətinin təşkili 3. Xidmətlərin təşkilində müasir texnologiyaların tətbiqi 4. Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin müasir vəziyyəti və inkişaf problemləri 5. Restoran biznesi: ümumi anlayışlar və təsnifləşdirmə	2			
13.	Bank xidmətləri marketinqi Plan: 1. Bank marketinqinin məzmunu və xüsusiyyətləri 2. Bank xidmətləri (məhsulu) 3. Bank xidmətləri (məhsulu) bazarı və onun tədqiqi 4. Xidmət bazarında bankın rəqabət üstünlükləri və mövqeyi 5. Bankın qiymət siyasəti 6. Bankların xidmət sahəsində kommunikasiya siyasəti 7. Xidmət müəssisəsinin (bankın) marketinq strategiyası	2			
14.	Sığorta marketinqi Plan: 1. Sığortanın mahiyyəti, əsas anlayışları və növləri 2. Azərbaycanda sığorta bazarının təşəkkülü və inkişaf problemləri 3. Sığorta sahəsində marketinqin əsas prinsipləri 4. Sığorta sahəsində marketinqin əsas vəzifələri 5. Sığorta bazarında marketinqin marketinq miksini tətbiqi xüsusiyyətləri	2			
15.	İdman-sağlamlıq xidmətləri marketinqi Plan: 1. İdman-sağlamlıq xidmətləri bazarının formalaşmasının ilkin şərti 2. Concepts fitness sənayesi 3. Bədən tərbiyəsi və idman sahəsində marketinq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri və prinsipləri 4. Şirkətin İdman Xidməti bazarlarının strategiyaları	2			
	Cəmi:	30			

XI. Fənn üzrə tələblər:

Tələbə fənnin öyrənilməsi zamanı bacarmalıdır: bazar subyektlərinin iqtisadi mənafələrini nəzərə alaraq istehlakçıların arzu və istəklərini aşkar etməyi, xidmət müəssisələrinin ətraf mühitinə tədqiqlər etməyi, tədqiqatlar əsasında bazarın segmentləşdirilməsini aparmağı, məqsəd bazarlarını müəyyənləşdirməyi və marketing kompleksini işləyib hazırlamağı.

XII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

- Xidmət anlayışı, onun iqtisadi təbiəti və xidmətlərin xarakteristikası haqqında ilkin məlumatların öyrənilməsi.
- Xidmət marketinginin xüsusiyyətləri və xidmət bazarının inkişafına təsir edən amillər haqqında biliklərin öyrənilməsi.
- Xidmətlərin təsnifləşdirilməsi və xidmət marketinginin beynəlxalq modelləri haqqında biliklərin verilməsi.
- Xidmət sferasında müasir marketing konsepsiyaları və xidmət marketingi kompleksinin elementləri haqqında biliklərin verilməsi.
- Xidmətlərin həyat dövrü, mərhələləri və xidmət bazarının segmentləşdirilmə xüsusiyyətləri haqqında biliklərin öyrədilməsi.
- Xidmətlərə qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi və xidmətlərin bazara yeridilməsi haqqında biliklərin öyrədilməsi.

XIII. Tələbələr fənn haqqında fikrinin öyrənilməsi:

XIV: Kollokvium sualları:

I Kollokvium sualları

- 1.Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti
- 2.Xidmət marketinginin xüsusiyyətləri
- 3.Xidmətlərin təsnifləşdirilməsi, məqsədi və əhəmiyyəti
- 4.Xidmətlərin həyat dövrü və onun mərhələləri
- 5.Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri
- 6.Xidmətlərin bazarda yeridilməsi
- 7.Müəssisədə marketing xidmətinin idarəetmə strukturunun vəzifə və funksiyaları
- 8.Müəssisədə marketingin idarə edilməsi prosesi
- 9.Təhsil sferasında marketingin mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri
- 10.Təhsil xidmətləri marketinginin subyektləri və obyektləri

II Kollokvium sualları

- 1.Servis xidmətləri və onların təsnifləşdirilməsi
- 2.Nəqliyyat xidmətləri marketinginin xüsusiyyətləri
- 3.Lizinqlərin təsnifləşdirilməsi əlamətləri və növləri

4. Lizinq xidmətləri bazarında marketinqin xüsusiyyətləri və əsas funksiyaları
5. Tibb xidmətlərində marketinqin tətbiqi xüsusiyyətləri
6. İnformasiya xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri
7. Konsaltinq xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri
8. Audit və auditor fəaliyyəti anlayışları və onların mahiyyəti
9. Auditor yoxlamasının aparılması qaydaları
10. Auditor xidmətlərinin marketinqi mərhələləri

XV. İmtahan 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, məqsədi və əhəmiyyəti
6. Xidmət sferasında müasir marketinq konsepsiyaları
7. Xidmətlərin həyat dövrü və onun mərhələləri
8. Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri
9. Rəqiblər üzrə segmentləşdirmə
10. Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi
11. Xidmətlərin bazarda yeridilməsi
12. Müəssisədə marketinq xidmətinin idarəetmə strukturunun vəzifə və funksiyaları
13. Müəssisədə marketinqin idarə edilməsi prosesi
14. Marketinqin idarə edilməsində informasiya və kommunikasiya təminatı
15. Təhsil sferasında marketinqin mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri
16. Təhsil xidmətləri marketinqinin subyektləri və obyektləri
17. Təhsil xidmətləri marketinqinin prinsipləri və metodları
18. Təhsil xidmətləri bazarının segmentləşdirilməsi
19. Ali təhsil xidməti bazarında marketinqin tətbiqi xüsusiyyətləri
20. Servis xidmətləri və onların təsnifləşdirilməsi
21. Servisin təşkili
22. Nəqliyyat xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri
23. Nəqliyyat növlərinin təsnifatı
24. Nəqliyyat tarifləri
25. Lizinqin fərqli xüsusiyyətləri və üstünlükləri
26. Lizinq sövdələşmələrinin həyata keçirilməsi qaydaları
27. Lizinqin təsnifləşdirilməsi əlamətləri və növləri
28. Lizinq xidmətləri bazarında marketinqin xüsusiyyətləri və əsas funksiyaları
29. Azərbaycanda lizinq bazarının inkişafının əsas xüsusiyyətləri, inkişaf istiqamətləri və mövcud problemlər
30. Tibb xidmətləri və onların təsnifləşdirilməsi
31. Tibb xidmətlərinin spesifik cəhətləri
32. Tibb xidmətlərində marketinqin tətbiqi xüsusiyyətləri
33. İnformasiya xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri
34. Konsaltinq xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri
35. Audit və auditor fəaliyyəti anlayışları və onların mahiyyəti
36. Auditor yoxlamasının aparılması qaydaları
37. Auditor xidmətlərinin marketinqi mərhələləri
38. Azərbaycan Respublikasında auditin yaranması və inkişaf tarixi

39. Turizm biznesi və onun müasir iqtisadiyyatda rolu
40. Turizm sahəsində xidmət marketinqinin spesifik cəhətləri, konsepsiyaları
41. Turizm xidmətləri bazarının növləri, əsas əlamətləri və segmentləşdirilməsi amilləri
42. Turizmde marketinqin planlaşdırılması və idarə edilməsi
43. Mehmanxana biznesinin inkişaf xüsusiyyətləri və idarə edilməsi
44. Turistlərin qəbulu və xidmətinin təşkili
45. Xidmətlərin təşkilində müasir texnologiyaların tətbiqi
46. Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin müasir vəziyyəti və inkişaf problemləri
47. Restoran biznesi: ümumi anlayışlar və təsnifləşdirmə
48. Bank marketinqinin məzmunu və xüsusiyyətləri
49. Bank xidmətləri (məhsulu) bazarı və onun tədqiqi
50. Xidmət bazarında bankın rəqabət üstünlükləri və mövqeyi
51. Bankın qiymət siyasəti
52. Bankların xidmət sahəsində kommunikasiya siyasəti
53. Xidmət müəssisəsinin (bankın) marketinq strategiyası
54. Sığortanın mahiyyəti, əsas anlayışları və növləri
55. Azərbaycanda sığorta bazarının təşəkkülü və inkişafı problemləri
56. Sığorta sahəsində marketinqin əsas prinsipləri və vəzifələri
57. Sığorta bazarında marketinqin marketinq miksini tətbiqi xüsusiyyətləri
58. İdman-sağlamlıq xidmətləri bazarının formalaşmasının ilkin şərti
59. Bədən tərbiyəsi və idman sahəsində marketinq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri və prinsipləri
60. Şirkətin idman xidməti bazarlarının strategiyaları

"Xidmət sahələrinin marketinqi" fənninin sillabusu 050407 - "Marketing" ixtisası (proqramı) üzrə tədris planı və fənn proqramı əsasında tərtib edilmişdir. İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə kafedrasının 12 sentyabr 2025-ci il tarixli iclasında təsdiq olunmuşdur (Protokol№ 01).

Kafedra müdürü v.i.e:



dos.G.T.Əliyeva

Fənn müəllimi:



b/m.M.R.Məmmədov