

**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: Magistratura - 060803 - "Turizm və otelçilik".

Fakültə: "İqtisadiyyat və idarəetmə"

Kafedra: "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə"

1. Fənn haqqında məlumat:

Fənnin adı: İstehlakçı davranışının idarə edilməsi (İşçi tədris proqramı: Lənkəran Dövlət Universitetinin 12 sentyabr 2025-cü il tarixli 01 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir).

I. Fənn haqqında məlumat:

Fənnin kodu MIF-B05.3.

Tədris ili: II (2025-2026). Semestr: III

Tədris yükü cəmi: 120 saat. Auditoriya yükü-30 saat: (Mühazirə 15 saat, seminar-15 saat).

Təhsilalma forması: Əyani

Tədris dili: Azərbaycan dili

AKTS üzrə kredit: 4

Auditoriya №:

Saat:

II. Müəllim haqqında məlumat:

Adı, soyadı, elmi dərəcəsi: i.f.d. Fərid Xankişiyev

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

Məsləhət saati: I-IV günlər: saat 12⁰⁰-13⁰⁰

E-mail ünvanı: ferid_khan@mail.ru

III. Təvsiyə olunan dərslik və dərs vəsaitləri:

1. Qafarov Ə. Marketing: nəzəriyyə və təcrübə. Bakı: Elm və Təhsil, (2018).
2. Rəhimov R. İstehlakçı davranışının əsasları. Bakı: UNEC Nəşriyyatı, (2020).
3. Əliyev, A. Müasir marketing strategiyaları. Bakı: Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti nəşriyyatı, (2022).
4. Koç, E. Tükətici Davranışı. Ankara: Seçkin Yayıncılık, (2019).
6. Odabaşı, Y., & Barış, G. Tükətici Davranışı. İstanbul: MediaCat Yayınları, (2018).
7. Solomon, M. R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.). London: Pearson, (2018).
8. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. Consumer Behavior (12th ed.). Harlow: Pearson Education, (2019).

IV.Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün ilkin olaraq "Məhmanxana və restoranların personallarının menecmenti" və "Turizm və xidmət sahələrinin hüquqi əsasları" kimi fənlərin tədrisi zəruridir.

V.Korerekvizitlər: Bu fənnin tədrisi ilə eyni vaxtda "Turizm və sosial mədəni servis xidmətində innovasiyalar" və "Beynəlxalq turizm" fənlərinin tədrisinə ehtiyac vardır.

VI.Fənnin təsviri və məqsədi: "İstehlakçı davranışının idarə edilməsi" fənni istehlakçıların mal və xidmətlərə münasibətini, onların seçim və qərarvermə proseslərini, motivasiya və ehtiyaclarını, həmçinin sosial, psixoloji və mədəni amillərin davranışa təsirini öyrədir. Fənn çərçivəsində tələbələrə istehlakçı davranışının nəzəri modelləri, müasir bazar şəraitində istehlakçı davranışının idarə olunması metodları, bazar araşdırmaları və müştəri yönümlü strategiyaların işlənməsi barədə biliklər verilir.

Fənnin əsas məqsədi tələbələrə:

- istehlakçı davranışının mahiyyətini və idarə edilmə mexanizmlərini anlamaq;
- istehlakçıların motivasiya və ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək bacarığı formalaşdırmaq;
- psixoloji, sosial, iqtisadi və mədəni faktorların istehlakçı davranışına təsirini təhlil etməyi öyrətmək;
- bazar araşdırmaları və marketinq tədqiqatları əsasında istehlakçı yönümlü qərarlar qəbul etmək bacarığı yaratmaq;
- müasir rəqəbat şəraitində müştəri məmnuniyyətini artırmağa yönəlmiş idarəetmə strategiyalarını mənimsətməkdir.

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 toplanan, 30 bal kollokviumların nəticələrinə görə. Əgər fənn üzrə həm seminar və 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 bilir.
- 8 bal-tələbə cavabında ümumi xarakterli bezi qüsurlara yol verir;
- 7 bal- tələbə keçilmiş material başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bezi 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 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 görülməli.

X. Təqvim planı: Mühazirə 15 saat, seminar 15 saat, **Cəmi: 30 saat**

№	Keçirilən mühazirə mövzularının məzmunu	Mühazirə		Seminar	
		Saat	Tarix	Saat	Tarix
1	2	3		4	
1.	Mövzu 1: İstehlakçı davranışının nəzəri əsasları və ona təsir edən amillər Plan: 1. İstehlakçı davranışı sahələrarası elmin tədqiqat obyekti kimi 2. İstehlakçı davranışının formalaşmasına təsir edən amillər 3. Müasir marketinqdə istehlakçı davranışının tədqiqinin obyektiv zəruriliyi və əhəmiyyəti	2		2	
2.	Mövzu 2: Xidmət sektorunda çalışanların xarakterik xüsusiyyətləri Plan: 1. Xidmət sektorunda çalışanların tərbiyə göstəriciləri 2. Tərbiyənin prinsipləri və metodları 3. Əməkdaşların yaranan mənfi psixoloji halların neytrallaşdırılması yolları 4. Temperament anlayışı və onun ümumi xarakteristikası 5. İnsanların əməl etməli olduğu ümumi davranış qaydaları 6. İş yerində davranış qaydaları	2		2	
3.	Mövzu 3: İstehlakçıların psixodiagnostikası və səmərəli münasibətlərin qurulması	2		2	

	Plan: 1. Müşəri növləri 2. Müşərinin daxili vəziyyəti 3. Turistlərin qəbulu və ehtiyaclarının müəyyən edilməsi 4. Sual tərtib etmə dizaynı 5. Etirazların həlli yolları				
4.	Mövzu 4 : Otel xidmətləri və istehlakçı davranışları Plan: 1.Xidmət sahələrində davranış və ünsiyyət mədəniyyəti 2.Psixologiyanın iş prosesinə təsiri 3.Otel xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yolları 4.Məhmanxanalarda istehlakçı davranış psixologiyasının qiymətləndirilməsi	2		2	
5.	Mövzu 5 : Restoran xidmətinin təşkilində istehlakçı davranışının öyrənilməsi Plan : 1.Istehlakçıların qərar qəbulu modeli 2. İnsan tipləri və onların davranışları 3.Restoran xidmətinin psixologiyası 4.Restoran biznesində xidmətin təşkilinin prinspləri	2		2	
6.	Mövzu 6: Turizm məhsulunun təqdimat və istehlakçı məmnuniyyətinin təşkili Plan : 1. Məhsul (xidmətin) təqdimatı üçün müvafiq marketing kanallarını müəyyən edilməsi 2. Turizm məhsulunun təqdimatında əsas arqumentlər və təklif texnikaları 3. Turizm məhsulunun təqdimat üsulları 4. Turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin formalaşdırılması 5.Turizm müəssisələrində istehlakçı şikayətləri və onların mənbələri	2		2	
7.	Mövzu 7: Xidmət sektorunun işçilərinin fəaliyyətində ünsiyyətin psixoloji məsələləri Plan: 1.Ünsiyyət haqqında anlayış 2.Ünsiyyət qarşılıqlı təsir vasitəsi kimi. 3.Xidmət sektorunun işçilərinin ünsiyyət texnikası 4.Psixoloji təmasın mahiyyəti, yaradılması və inkişaf	2		2	

- Otel biznesində xidmətlərin göstərilməsini tənzimləyən normativ- hüquqi sənədlər
3. Mehmanxana biznesində müqavilənin quruluşu və xüsusiyyətləri
4. Otel biznesində göstərilən xidmətlər, onların sənədləşdirilməsi və uçotunun ümumi metodikası
5. Komanda işinin effektivliyi
6. Komandanın inkişaf mərhələləri
7. Rəhbərin keyfiyyət göstəriciləri
8. Liderlik anlayışı və fərqləndirici xüsusiyyətləri
9. Menecmentdə rəhbər anlayışı
10. Müasir dövrdə rəhbər anlayışı

XV. İmtahan sualları:

1. İstehlakçı davranışı sahələrarası elmin tədqiqat obyekti kimi
2. İstehlakçı davranışının formalaşmasına təsir edən amillər
3. Müasir marketingdə istehlakçı davranışının tədqiqinin obyektiv zəruriliyi və əhəmiyyəti
4. Təbiiyin prinsipləri və metodları
5. İnsanların əməl etməli olduğu ümumi davranış qaydaları
6. İş yerində davranış qaydaları
7. Müştəri növləri
8. Müştərinin daxili vəziyyəti
9. Sual tərtib etmə dizaynı
10. Etirazların həlli yolları
11. Xidmət sahələrində davranış və ünsiyyət mədəniyyəti
12. Psixologiyanın iş prosesinə təsiri
13. Otel xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi yolları
14. Mehmanxanalarda istehlakçı davranış psixologiyasının qiymətləndirilməsi
15. İstehlakçıların qərar qəbulu modeli
16. İnsan tipləri və onların davranışları
17. Restoran xidmətinin psixologiyası
18. Restoran biznesində xidmətin təşkilinin prinsipləri
19. Məhsul (xidmətin) təqdimatı üçün müvafiq marketing kanallarını müəyyən edilməsi
20. Turizm məhsulunun təqdimatında əsas arqumentlər və təklif texnikaları
21. Turizm məhsulunun təqdimat üsulları
22. Turizm müəssisələrində istehlakçı şikayətləri və onların mənbələri
23. Ünsiyyət haqqında anlayış
24. Ünsiyyət qarşılıqlı təsir vasitəsi kimi.
25. Xidmət sektorunun işçilərinin ünsiyyət texnikası
26. Psixoloji təmasın mahiyyəti, yaradılması və inkişaf etdirilməsi.
27. Satış prosesinin məzmunu
28. Satış prosesinin təşkili
29. Məhsul və xidmət dizaynı
30. Reklamın təsiri, qəbul edilməsi prosesi və idarə edilməsi

"Otel və restoran biznesi" fənni üzrə fənninin sillabusu 060803 - "Turizm və otelçilik" (magistratura) ixtisası üzrə tədris planı və fənn proqramı əsasında tərtib edilmişdir.

Sillabus "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə" kafedrasında müzakirə edilərək təsdiq olunmuşdur (12 sentyabr 2025-ci il protokol №1).

Kafedra müdiri v.i.e:

Fənn müəllimi:

dos. G.T.Əliyeva

dos., i.f.d. F.X.Xankişiyev