

Fənn sillabusu

İxtisas: 050810 - "Turizm işinin təşkili" A.B

Fakültə: "İqtisadiyyat və idarəetmə"

Kafedra: "Maliyyə idarəetməsi və audit"

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin adı: "Destinasiyaların idarə edilməsi" (İşçi tədris planı kafedranın 12. 09. 2025-ci il 01 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir).

Fənnin kodu: IPF-B16

Tədris ili: I (2025-2026). Semestr: I

Tədris yükü cəmi: Cəmi: 30 saat (30 saat mühazirə)

Təhsilalma forması: Əyani

Tədris dili: Azərbaycan

AKTS üzrə kredit: 4

II. Müəllim haqqında məlumat:

Adı, soyadı, elmi dərəcəsi: Hüseynli Nuran Miraqil b/m.

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

Məsləhət saati: II-V günlər: saat 12⁰⁰-13⁰⁰

E-mail ünvanı: nurangaga@yahoo.com

III. Təvsiyyə olunan dərslik, dərs vəsaiti və metodiki materiallar:

1. A.Abdullayeva. "Azərbaycanda turizm və onun təbliğində kitabxanaların rolu", Bakı, 2011,

2. Ahmet Akif Karadamar. "Destinasyon marka bağlılığını etkileyen öncüller üzerine Diyarbakır kentinde bir araştırma", Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 2016

3. Ahmet Akif Karadamar. "Destinasyon markalaması, Diyarbakır destinasyonu için uluslararası hedef pazar analizi", Dora, 2016

4. Ayşen Civelek. "Pazarlama iletişim stratejileri kapsamında destinasyonlarda marka kimliği oluşturma süreci: Konya örneği", Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya, 2016

5. Dr. Sadık Serçek. "Turistik destinasyonların markalaşması önündeki engeller ve çözüm önerileri", Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2016

6. Okan Çolak. "Turistik destinasyonların pazarlamasında kent imajı algısı: Mardin ili üzerine bir uygulama", 2017

7. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/destination>

IV. Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün öncədən başqa fənlərin tədris olunmasına zərurət yoxdur.

V. Korekvizitlər: Bu fənnin tədrisi ilə eyni vaxta başqa fənlərin də tədris olunmasına zərurət yoxdur.

VI. Fənnin təsviri və məqsədi: Artıq uzun illərdir ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə daxili turizm ön plana çıxmağa başlamışdır. Dünya Səyahət və Turizm Şurasının verdiyi məlumatlara görə turizm üzrə xərclənən hər 10 dollardan 7-si daxili turizm üzrə xərclənir. Bu isə o deməkdir ki, dünyanın əksər ölkələrində yerli vətəndaşların xərclədiyi pul daha önəmli Səyahət və Turizm üzrə ÜDM mənbəyidir. Bəzi ölkələr daxili turizmdən xarici turizmə dəstək verən bir vasitə olaraq istifadə edirlər. Destinasiyalarda daxili turizm böhranlara qarşı daha az həssaslıq göstərir. Həmçinin daxili turizmdə destinasiyaların sosial-mədəni faydaları da çoxdur, belə ki, o, insanların öz ölkəsinin tarixi və mədəniyyəti ilə daha yaxın təmasda olmasına şərait yaradır. Bundan əlavə ölkədə məşğulluğun əhəmiyyətli dərəcədə artmasına təkan verir. Beləliklə, destinasiyaların ölkə iqtisadiyyatına verdiyi faydalar saysız-hesabsızdır. Ümumiyyətlə digər bütün məhsullar kimi turizm məhsulu da brend olmalıdır. Çünki brendləşmiş bir məhsulun (destinasiyanın) istehlakçı zehində tutduğu yer digər məhsullardan tamamilə fərqlidir. Bu destinasiyalar da həyatları dövründə özlərinin və eləcə də rəqəbat aparan destinasiyaların bazardakı mövqelərini, onların məhsullarının istehlakçılara nə ifadə etdiklərini bilmək üçün düşünce xəritələri hazırlayırlar. Dünya təcrübəsində ən məşhur brendlər öz marketing strategiyalarında bu xəritələrdən istifadə etməklə müvafiq təhlillər aparır və doğru nəticələrə gələ bilirlər.

VII. Davamiyyətə qoyulan 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: Tələbənin biliyi 100 ballı sistemlə qiymətləndirilir: 50 bal semestr dövründə (o cümlədən 20 bal məşğələ dərslərində fəaliyyətə, 30 bal isə kollektiviumun nəticələrinə görə verilir), 50 bal isə imtahanda (hər bir bilet 5 sualdan ibarət olmaqla 10 balla qiymətləndirilir) toplayır.

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

Qiymətləndirmə meyarları aşağıdakılardan ibarətdir:

-10 bal- tələbə keçilmiş materialı dərinlən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir;

- 9 bal-tələbə keçilmiş materialı tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun mətnini tam açar bilər;
 -8 bal-tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;
 -7 bal- tələbə keçilmiş materialı başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandırır 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 əsaslandırır bilmir;
 -2 bal - tələbənin mövzudan qismən xəbəri var;
 -1 bal - suala cavab yoxdur.

Tələbənin imtahanda topladığı balın miqdarı 17 baldan az olmamalıdır. Əks təqdirdə tələbənin imtahan göstəriciləri semestr dövründə tədris fəaliyyəti nəticəsində toplandığı bala əlavə olunmur.

Tələbənin yekun qiyməti imtahana qədər və imtahanda toplanmış ballar cəmlənməklə aşağıdakı kimi qiymətləndirilir:

№	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

Yekun qiyməti qeyri-kafi olan tələbə kursu bitirməmiş sayılır və onu növbəti ildə həmin fənn üzrə dərslərdə iştirak etmək şərtilə yenidən verməlidir.

IX. Davranış qaydalarının pozulması: Tələbə universitetin daxili nizam-intizam qaydalarını pozduqda əsasnamədə nəzərdə tutulan qaydada tədbir görülür.

X. Təqvim planı: Cəmi: 30 saat (30 saat müəhazirə)

№	Keçirilən <u>mühazirə</u> , seminar, məşğələ, laboratoriya və sərbəst mövzuların məzmunu	Müh. Saat	Tarix
1	2	3	4
	Mühazirə mövzuları		
1.	Mövzu 1. Turizmin idarə olunmasının əsasları Plan: 1. Turizm idarəçiliyinin mahiyyəti və əsas istiqamətləri 2. Turizm idarəçiliyinin metodoloji əsasları 3. Turizm planlaşması və əsas prinsipləri 4. Turizm idarəçiliyinin müasir şəraitdə təkmilləşmə istiqamətləri Mənbə: [2;5;6]	2	
2.	Mövzu 2. Destinasiya turizm məhsulu kimi Plan: 1. Destinasiya anlayışı, növləri və xüsusiyyətləri: sahil, dağ, şəhər, kənd, orjinal və ekzotik destinasiyalar 2. Destinasiyanın həyat dövrü Mənbə: [2;4;5;6]	2	
3.	Mövzu 3. Turizm məhsulunun formalaşmasına təsir edən amillər Plan: 1. Turizm məhsulunun formalaşması mərhələləri 2. Turizm məhsulu və turizm sənayesi 3. Turizm məhsulunun alıcılıq qabiliyyətinin yüksəldilməsi amilləri Mənbə: [2;4;6]	2	
4.	Mövzu 4. Destinasiyanın idarə olunması və marketinqi Plan: 1. Destinasiya idarəetmə sistemi və destinasiya marketinqinin əhəmiyyəti 2. Destinasiyanın marketinq miksi 3. Destinasiya marketinqində kütlə hədəf kimi Mənbə: [4;5]	2	
5.	Mövzu 5. Destinasiya marketinqində mövqeləndirmə Plan: 1. Mövqeləndirmə vasitələri və müddəti 2. Mövqeləndirmə strategiyaları 3. Mövqeləndirmə səhvləri və yenidən mövqeləndirmə 4. Düşüncə xəritələrinin mövqeləndirmədə rolu 5. Düşüncə xəritələrinin yaradılması və onun metodları	2	

	Mənbə: [4;5;6]		
6.	Mövzu 6. Destinasiya menecmentində brendin mövqeləndirilməsi Plan: 1. Brendin destinasiya üçün əhəmiyyəti və faydaları 2. Brendin növləri və brend sdaqəti 3. İmic destinasiya menecmentinin ünsürü kimi 4. İmicin yaradılması və ona təsir göstərən amillər 5. İmicin turistlərin destinasiya seçiminə təsiri Mənbə: [2;3;5;6]	4	
7.	Mövzu 7. Regionlarda turizmin inkişafının dövlət siyasəti və tənzimlənməsi Plan: 1. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramında turizmin yeri və rolu 2. Regionlarda turizmin inkişafı dövlətin prioritet istiqaməti kimi 3. Regionlarda dövlətin turizmə himayəçilik siyasəti Mənbə: [2;3;5]	2	
8.	Mövzu 8. Turizmin potensialı və onun qiymətləndirilməsi metodikası Plan: 1. Turizmin iqtisadi əsasları, mənbələri və əsas inkişaf istiqamətləri 2. Turizmin mənfəəti və onun bölgüsü sxemi 3. Turizmdə fondlar və resurslar 4. Destinasiya menecmentində turizmin kadr potensialı 5. Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi metodikası Mənbə: [2;3;5]	4	
9.	Mövzu 9. Turizmin ərazi sistemləri Plan: 1. Ərazi rekreasiya sistemi konsepsiyası 2. Turizmə təsir edən amillər arasında əlaqə 3. Turist marşrutları və onların tipləri 4. Turizm regionları 5. Turizm mərkəzləri və destinasiyaları Mənbə: [1;2;4]	4	
10.	Mövzu 10. Regional turizmin planlaşması və idarə olunmasının əsas istiqamətləri Plan: 1. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları 2. Regional turizmin strateji planlaşması 3. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri 4. Turizmdə sahibkarlığın formaları Mənbə: [3;4;5;6]	2	
11.	Mövzu 11. Turizmin regionlarda təşkili və onlardan istifadənin iqtisadi mexanizmləri Plan: 1. Turizmin regional potensialı və onlardan istifadənin reallaşma mexanizmləri 2. Turizmdə əmək haqqı sistemi və iqtisadi stimullar 3. Mövsümi xarakterli əmək fəaliyyətinin təşkili 4. Regionlarda reklamın və ictimai rəyin formalaşması Mənbə: [3;4;7]	2	
12.	Mövzu 12. Turizmin bazar tipli modelləri Plan: 1. Turizmin inkişaf modeli 2. Turizmin inkişafında dövlət və yerli idarəetmənin təkmilləşdirilməsi 3. Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas istiqamətləri Mənbə: [2;3;5]	2	
X	Cəmi:	30	

XI. Fənn üzrə tələblər: Tələbə fənnin öyrənilməsi zamanı bacarmalıdır: Destinasiya menecmentinin həyat dövrünü; destinasiya menecmentində turizmin kadr potensialını; destinasiya menecmentində brendin mövqeləndirilməsinin müəyyən edilməsini; destinasiya idarəetmə sistemi və destinasiya marketinqinin əhəmiyyətini.

XII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

- Destinasiyanın idarə olunması və marketinqini mənimsəyir;
- Destinasiya menecmentində brendin mövqeləndirilməsini öyrənir;
- Turizmin potensialı və onun qiymətləndirilməsi metodikası bacarığına yiyələnir;
- Regional turizmin planlaşması və idarə olunmasının əsas istiqamətlərini mənimsəyir;
- Turizmin regionlarda təşkili və onlardan istifadənin iqtisadi mexanizmlərini öyrənir.

XIII. Tələbələrə fənn haqqında rəy və iradları:

XIV: Kollokvium sualları:

I Kollokvium sualları

1. Turizm idarəçiliyinin mahiyyəti və əsas istiqamətləri
2. Destinasiya anlayışı, növləri və xüsusiyyətləri: sahil, dağ, şəhər, kənd, orjinal və ekzotik destinasiyalar
3. Destinasiyanın həyat dövrü
4. Turizm məhsulu və turizm sənayesi
5. Turizm məhsulunun alıcılıq qabiliyyətinin yüksəldilməsi amilləri
6. Destinasiyanın marketinq miksi
7. Destinasiya marketinqində kütlə hədəf kimi
8. Mövqeləndirmə vasitələri və müddəti
9. Mövqeləndirmə səhvləri və yenidən mövqeləndirmə
10. Düşüncə xəritələrinin mövqeləndirmədə rolu

II Kollokvium sualları

1. Brendin destinasiya üçün əhəmiyyəti və faydaları
2. Brendin növləri və brend sədaqəti
3. İmic destinasiya menecmentinin ünsürü kimi
4. İmicin turistlərin destinasiya seçiminə təsiri
5. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramında turizmin yeri və rolu
6. Regionlarda turizmin inkişafı dövlətin prioritet istiqaməti kimi
7. Turizmdə fondlar və resurslar
8. Destinasiya menecmentində turizmin kədr potensialı
9. Turizmə təsir edən amillər arasında əlaqə
10. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları

XV. İmtahan sualları:

1. Turizm idarəçiliyinin mahiyyəti və əsas istiqamətləri
2. Turizm idarəçiliyinin metodoloji əsasları
3. Turizm planlaşması və əsas prinsipləri
4. Turizm idarəçiliyinin müasir şəraitdə təkmilləşmə istiqamətləri
5. Destinasiya anlayışı, növləri və xüsusiyyətləri: sahil, dağ, şəhər, kənd, orjinal və ekzotik destinasiyalar
6. Destinasiyanın həyat dövrü
7. Turizm məhsulunun formalaşması mərhələləri
8. Turizm məhsulu və turizm sənayesi
9. Turizm məhsulunun alıcılıq qabiliyyətinin yüksəldilməsi amilləri
10. Destinasiya idarəetmə sistemi və destinasiya marketinqinin əhəmiyyəti
11. Destinasiyanın marketinq miksi
12. Destinasiya marketinqində kütlə hədəf kimi
13. Mövqeləndirmə vasitələri və müddəti
14. Mövqeləndirmə strategiyaları
15. Mövqeləndirmə səhvləri və yenidən mövqeləndirmə
16. Düşüncə xəritələrinin mövqeləndirmədə rolu
17. Düşüncə xəritələrinin yaradılması və onun metodları
18. Brendin destinasiya üçün əhəmiyyəti və faydaları
19. Brendin növləri və brend sədaqəti
20. İmic destinasiya menecmentinin ünsürü kimi
21. İmicin yaradılması və ona təsir göstərən amillər
22. İmicin turistlərin destinasiya seçiminə təsiri
23. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramında turizmin yeri və rolu
24. Regionlarda turizmin inkişafı dövlətin prioritet istiqaməti kimi

25. Regionlarda dövlətin turizmə himayəçilik siyasəti
26. Turizmin iqtisadi əsasları, mənbələri və əsas inkişaf istiqamətləri
27. Turizmin mənfəəti və onun bölgüsü sxemi
28. Turizmdə fondlar və resurslar
29. Destinasiya menecmentində turizmin kadr potensialı
30. Ərazi rekreasiya sistemi konsepsiyası
31. Turizmə təsir edən amillər arasında əlaqə
32. Turist marşrutları və onların tipləri
33. Turizm regionları
34. Turizm mərkəzləri və destinasiyaları
35. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları
36. Regional turizmin strateji planlaşması
37. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri
38. Turizmdə sahibkarlığın formaları
39. Turizmin regional potensialı və onlardan istifadənin reallaşma mexanizmləri
40. Turizmdə əmək haqqı sistemi və iqtisadi stimullar
41. Mövsümi xarakterli əmək fəaliyyətinin təşkili
42. Regionlarda reklamın və ictimai rəyin formalaşması
43. Turizmin inkişaf modeli
44. Turizmin inkişafında dövlət və yerli idarəetmənin təkmilləşdirilməsi
45. Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas istiqamətləri

Sillabus "Maliyyə idarəetməsi və audit" kafedrasında müzakirə edilərək, təsdiq olunmuşdur ("12" sentyabr 2025-ci il "01" sayılı iclas protokolu).

Kafedra müdiri:



dos. Əlixan Bədəlov

Fənn müəllimi:



b/m. Nuran Hüseynli

