

Fənn sillabusu

İxtisas: 050310-Muzeyşünaslıq, arxiv işi və abidələrin qorunması

Fakültə: Tarix-coğrafiya və incəsənət

Kafedra: Pedaqogika, psixologiya və incəsənət

Fənnin adı: S/f Mədəniyyət və incəsənət sahəsində marketing.

I. Fənn haqqında məlumat: Lənkəran Dövlət Universiteti, "Pedaqogika, psixologiya və incəsənət" kafedrasının 14.09.2020-ci il tarixli iclas protokolu, pr.№ 01

Kodu: İPFS-B17

Tədris ili: III tədris ili (2025-2026) semestr: V

Tədris yükü: Cəmi: 80 saat. Auditoriya saati- 24 (14 saat mühazirə, 10 saat praktik məşğələ).

Təhsil forması: Qiyabi

Tədris dili: Azərbaycan dili

AKTS üzrə kredit: 8 kredit

II. Müəllim haqqında məlumat:

Adı, soyadı, elmi dərəcəsi və elmi adı : b/m Heydərov Tofiq Ələddin oğlu

Kafedranın ünvanı: Lənkəran ş., Ə.Məmmədov küçəsi 19, LDU-nun 2 saylı korpusu

E-mail ünvanı: tofiqheydarov1957@gmail.com

III. Təvsiyə olunan dərsliklər, dərs vəsaitləri və metodik vəsaitlər:

Əsas ədəbiyyat

1. Əhmədov M.Ə. Xidmət sahələrinin marketingi, Dərs vəsaiti, Bakı 2015
2. Kotler F. Marketingin əsasları. Bakı, Erğun, 1993.
3. Məmmədli O. Xurşudov Ş., İsmayilov F., İbrahimova R., Turabova G. Marketing dərsləri, 2016.
4. Qarayev F.M., Yüsof M.E., Novruzov Q.A. Reklam işinin təşkili. Dərslər, 2007.
5. İsmayilov R. Nəşriyyat işi, idarəetmə, marketing, müəlliflik hüququ, redaktə, tertibat istehsal Nəşriyyat-Poliqrafiya mərkəzi, Bakı, 2001.
6. Sahibkarlıq haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu "Azərbaycan" qəzeti, 26 dekabr, 1997
7. Məmmədov M. Kitabxanaların idarə edilməsində marketingin rolu.
8. Xəlilismayıl oğlu İsmayilov Kitabxana işinin təşkili və idarə edilməsi.
9. Савчук Г.А., Мокерова Ю.В. Управление маркетингом на предприятии, Екатеринбург Издательство Уральского университета 2014

Əlavə ədəbiyyat

10. Синяева И.М., Земдяк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в малом бизнесе. Москва, 2006.
11. В.К. Ключев, Е.М. Ястребова маркетинговая ориентация библиотечно-информационной деятельности (Маркетинг в системе управления библиотекой)
12. Музеи, маркетинг менеджмент, Практические пособия, Москва 2001.
13. Jurova Z. Azərbaycanda film sektorunun inkişaf etdirilməsi. Hesabat. 2018
14. Hüseynov İ. Əfəndiyeva N. Turizmin əsasları. Dərslər Bakı, 2007

IV. Prerekvizitlər: Fənnin tədrisi üçün öncədən başqa fənnin tədrisinə ehtiyac yoxdur.

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

VI. Fənnin təsviri və məqsədi: Mədəniyyət və incəsənət sahələrinin marketingi fənni mədəniyyət və incəsənət sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin mənafeələrini, onların bazarda mövqeylərinin sabitliyinin təmin olunması və qorunub saxlanması, mədəniyyət incəsənət məhsullarının bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya və qeyri- kommersiya məqsədi ilə istehsalı, həm də reallaşdırılması problemlərinin həll edilməsi ilə bağlı məsələləri öyrədir.

Fənnin tədris olunmasında məqsəd Mədəniyyət və incəsənət sahəsində marketing tədqiqatlarının aparılması, marketing fəaliyyətinin strajı və cari planlaşdırılması, biznes-planların işlənilməsi, müxtəlif sənəd, informasiya, kommunikativ və servis xidmətləri göstərilməsi və s. barədə Muzeyşünaslıq, arxiv işi və abidələrin qorunması ixtisasında təhsil alan tələbələrə məlumatlandırmaqdır. Mədəniyyət və incəsənət sahələrinin mütəxəssisləri olaraq onlar bu sahədə bazarı təsvir etməyi, onu seqmentlər bölməyi, istehlakçıların ehtiyac və tələbatlarını, nəyə üstünlük vermələrini qiymətləndirməyi bacarmalı, bazara çıxarılan malları yaxşı tanımalı, onların reallaşdırılması təşkili sahəsində yüksək peşəkarlığa, səriştəliliyə və təşkilatçılıq qabiliyyətinə malik olmalıdır.

Mədəniyyət və incəsənət sahələrinin marketingi fənni bakalavr pilləsində seçmə fənn kimi tədris olunur. Kursun tədrisi üçüncü tədris ilinin V semestrində (14s. mühazirə, 10s. seminar) nəzərdə tutulur.

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 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 görə və 30 bal kollokviumların nəticələrinə görə.

Qiymətləndirmə zamanı Elmi Şuranın 16 may 2024-cü il tarixli qərarına uyğun olaraq qiymətləndirmə meyarları nəzərə alınır. İmtahan biletinə bir qayda olaraq fənni əhatə edən 5 sual daxil edilir.

Hər sual 10 bala qədər qiymətləndirilir.

Qiymət meyarları aşağıdakılardır:

- 10 bal- tələbə keçilmiş materialı dərinədən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir.
- 9 bal-tələbə keçilmiş materialı 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 materialı 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 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 əsasnamədə nəzərdə tutulan qaydada tədbir görülməkdir.

X.Təqvim-mövzu planı:24 saat (14 saat müəhazirə, 10 saat seminar)

№	Keçirilən mövzuların məzmunu	Müh.	Sem.	Tarix
1.	Mövzu. Mədəniyyət və incəsənət sahələrinin marketinqi kursunun məqsədi, vəzifələri və əsas xüsusiyyətləri Plan: Marketinq konsepsiyasının mahiyyəti və təkamülü, marketinqin formaları, Marketinqdə istifadə edilən əsas anlayışlar: ehtiyac, tələbat, tələb, məhsul, sövdələşmə, mübadilə, bazar Marketinqin məqsədi, funksiyaları və prinsipləri. Mədəniyyət müəssisələrinin cəmiyyətdə rolu. Mədəniyyət müəssisələrinin iki əsas istiqaməti: incəsənət sektoru; mədəniyyət müəssisələri. Mədəniyyət müəssisələrinin məhsulu, yaxud fəaliyyəti bədii yaradıcılığın nəticəsi kimi. Unikal məhsullar və kütləvi istehsalın xüsusiyyətləri. Marketinqin dörd əsas komponenti. Mənbə: [1;2;3]	2	2	
2.	Mövzu. Təhsil sferasında və kitabxana işində marketinqin xüsusiyyətləri 1. Plan: Təhsil sferasında marketinqin mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri, təhsil xidmətləri marketinqinin subyektləri və obyektləri, Təhsil xidmətləri marketinqinin prinsipləri və metodları, Azərbaycanda təhsil xidmətləri bazarının müasir vəziyyəti və inkişaf meyilləri, təhsil xidmətləri bazarının seqmentləşdirilməsi, Ali təhsil xidməti bazarında marketinqin tətbiqi xüsusiyyətləri, təhsil müəssisələri üçün marketinq strategiyasının hazırlanması. Kitabxanaçılıq praktikasına marketinqin gətirilməsi, kitabxana marketinqinin əsas məqsədi, kommersiya və qeyri-kommersiya marketinqi. 2. Mənbə: [1;3;12]	2		
3.	Mövzu. Marketinq mühiti və ona təsir edən amillər. Plan: Marketinq mühitinə təsir edən amillərin təsnifləşdirilməsi, idarə oluna (nəzarət edilə) bilən amillər; 2) idarə edilə (nəzarət oluna) bilməyən amillər, Mikromühitin əsas amilləri, Makromühitin əsas amilləri, Marketinq qərarlarına güclü təsir göstərən amillər. Mənbə: [2;3;4;9]	2	2	
4.	Mövzu. Mədəniyyət bazarında seqmentləşmə və mövqeləşmə Plan: Mədəniyyət bazarının seqmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri Rəqiblər üzrə seqmentləşdirmə, Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi, xidmətlərə qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi, xidmətlərin bazarda yeridilməsi Mənbə: [2;3;10]	2		
5.	Mövzu. Mədəniyyət və incəsənət sahəsi xidmət sahələrinin marketinqinin əsas növlərindən biri kimi Plan: Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti, Xidmətlərin xarakteristikası, Xidmət marketinqinin xüsusiyyətləri, Xidmət bazarının inkişafına təsir edən əsas amillər. Xidmətlərin növləri: Ticarət, nəqliyyat, rabitə, Banklar, sığorta, maliyyə, məsləhət, reklam və digər formalar, Ev təsərrüfatı və asudə vaxtın keçirilməsilə bağlı xidmətlər, TV, radio,	2	2	

	təhsil, tibb mədəniyyət, turizm və s. Mənbə: [1;10;12]			
6.	Mövzu 6. Muzeydə marketing işinin təşkili. Plan: Muzey marketinginin əsas məqsədi.Muzey marketingi strategiyası.Muzeydə marketing şöbəsinin təşkili. Mənbə: [1;10;12]	2	2	
7.	Mövzu 8. Mədəniyyət və incəsənət sahəsində turizm fəaliyyəti. Plan: Mədəniyyət və incəsənət sahəsində turizm fəaliyyətinin təşkili.Turistlərin sıx olduğu məkanlarda foto studiyaları, video çəkiliş xidmətlərinin təşkili.Mədəniyyət və incəsənət sahəsində turizm marketinginin inkişafında dövlətin tənzimləyici rolu. Mənbə: [1;10;12]	2	2	
	Cəmi: 24 saat	14s.	10s.	

XI. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

Muzeydə marketing işinin təşkili xüsusiyyətlərini bilir
kino filmləri istehsalı sahəsində marketing fəaliyyətini əsaslandırır
təhsil sferasında marketing xüsusiyyətlərini bilir
marketing kommunikasiya sistemini təhlil edir
mədəniyyət və incəsənət sahəsində marketing əsas xüsusiyyətlərini müqayisə edir
biznes-planların işlənilməsinə bacarır
istehlakçı bazarı, onun segmentləşdirilməsini təhlil edir
mədəniyyət və incəsənət sahəsində marketing strategiyası və planlaşdırılmasını bacarır

XII. İmtahan sualları:

1. Marketing konsepsiyasının mahiyyəti və təkamülü, marketing formaları.
2. Marketing məqsədi, funksiyaları və prinsipləri.
3. Mədəniyyət müəssisələrinin cəmiyyətdə rolu.
4. Mədəniyyət müəssisələrinin iki əsas istiqaməti: incəsənət sektoru, mədəniyyət müəssisələri.
5. Mədəniyyət müəssisələrinin məhsulu, yaxud fəaliyyəti bədii yaradıcılığın nəticəsi kimi.
6. Unikal məhsullar və kütləvi istehsalın xüsusiyyətləri.
7. Marketing dörd əsas komponenti.
8. Təhsil sferasında marketing mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri.
9. Təhsil xidmətləri marketingin subyektləri və obyektləri.
10. Təhsil xidmətləri marketingin prinsipləri və metodları.
11. Azərbaycanca təhsil xidmətləri bazarının müasir vəziyyəti və inkişaf meylləri.
12. Təhsil xidmətləri bazarının segmentləşdirilməsi.
13. Ali təhsil xidməti bazarında marketingin tətbiqi xüsusiyyətləri.
14. Təhsil müəssisələri üçün marketing strategiyasının hazırlanması.
15. Kitabxanaçılıq praktikasına marketingin gətirilməsi.
16. Kitabxana marketinginin əsas məqsədi.
17. Kommersiya və qeyri-kommersiya marketingi.
18. Mədəniyyət bazarının segmentləşdirilməsi xüsusiyyətləri.
19. Rəqiblər üzrə segmentləşdirmə.
20. Müəssisənin bazarda mövqeyinin müəyyən edilməsi.
21. Xidmətlərə qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi.
22. Xidmət anlayışı və onun iqtisadi təbiəti.
23. Xidmət marketinginin xüsusiyyətləri.
24. Xidmət bazarının inkişafına təsir edən əsas amillər.
25. Ev təsərrüfatı və asudə vaxtın keçirilməsilə bağlı xidmətlər, TV, radio, təhsil, tibb mədəniyyət, turizm və s.
26. Muzey marketinginin əsas məqsədi.Muzey marketingi strategiyası.
27. Muzeydə marketing şöbəsinin təşkili.
28. Mədəniyyət və incəsənət sahəsində turizm fəaliyyətinin təşkili.
29. Mədəniyyət və incəsənət sahəsində turizm marketinginin inkişafında dövlətin tənzimləyici rolu.
30. Turistlərin sıx olduğu məkanlarda foto studiyaları, video çəkiliş xidmətlərinin təşkili.

XIII.Kolokvium sualları:

1. Marketing konsepsiyasının mahiyyəti və təkamülü, marketing formaları.
2. Marketing məqsədi, funksiyaları və prinsipləri.
3. Mədəniyyət müəssisələrinin cəmiyyətdə rolu.
4. Mədəniyyət müəssisələrinin iki əsas istiqaməti: incəsənət sektoru, mədəniyyət müəssisələri.
5. Mədəniyyət müəssisələrinin məhsulu, yaxud fəaliyyəti bədii yaradıcılığın nəticəsi kimi.
6. Unikal məhsullar və kütləvi istehsalın xüsusiyyətləri.
7. Marketing dörd əsas komponenti.

8. Təhsil sferasında marketinqin mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri.
9. Təhsil xidmətləri marketinqinin subyektləri və obyektləri.
10. Təhsil xidmətləri marketinqinin prinsipləri və metodları

S/f. Mədəniyyət və incəsənət sahəsində marketinq fənninin sillabusu 050310-Muzeysünaslıq, arxiv işi və abidələrin qorunması ixtisası(programı) üzrə tədris planı və fənn programı əsasında tərtib edilmişdir.Sillabus "Pedaqogika, psixologiya və incəsənət kafedrasının sentyabr 25 noyabr 2025-ci il tarixli iclasında (protokol №03) müzakirə edilərək təsdiq edilmişdir.

Fənn müəllimi: b/m.T.Ə.Heydərov

Kafedra müdiri: dos. A.X.Əliyev