

qədimdir. Artıq XXI əsrin əvvəllərində mehmanxana və turizm biznesi, iqtisadi səmərəliliyinə görə dünyada birinci yere çıxaraq beynəlxalq ticaretinin avtomobil, neft və qaz sahələrini xeyli qabaqlamışdır.

Biznes nöqtəyi nəzərindən turizm vasitəçiləri turizm məhsullarını istehlakçı qruplarına alqı-satqı əməliyyatları ilə turpaketlərin realizə olunmasını həyata keçirirlər. Turizm biznesi özünə məxsus spesifik xüsusiyyətlərə malikdir və vasitəçilərin bunları bilməsi onların gəlirlərinə və keyfiyyətlə işləməsinə kömək edir.

Turizm fəaliyyəti hər bir ölkənin iqtisadi inkişafının əsas təkanverici sahələrindən biridir. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm biznesi ölkə iqtisadiyyatına müsbət təsir göstərən güclü bir fəaliyyət sahəsidir. Dünyada baş verən siyasi-iqtisadi proseslərin təsirindən cəmiyyətimiz köklü dəyişikliklərə məruz qalır. Yeni iqtisadi sistemin yaranması baş verir, hansı ki, bu sistemdə əsas yerlərdən birini xidmət sahəsi tutur. Bu şəraitdə iqtisadi bir sahə kimi turizmin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artır. Bununla belə iqtisadiyyat elminin nöqtəyi-nəzərindən turizm fəaliyyətində baş verən hadisələrin nəzəri cəhətdən dərk edilməsinə obyektiv zərurət yaranır. Sosial-iqtisadi həyatındakı rolundan əlavə, turizm, ölkənin dünyadakı siyasi mövqeyinin möhkəmləndirilməsində də çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. Belə bir cəhət, xüsusilə, öz müstəqilliyini yeni əldə etmiş ölkələr üçün çox vacibdir. Turizmin bütün bölgələrdə inkişaf etdirilməsi, ölkəyə gələn turist axınına nail olunması ilə yanaşı iqtisadi yüksəliş və sosial səmərəyə nail olunur, bundan əlavə həmin ölkə haqqında dünyada yüksək imic formalaşdırıb, canlı informasiya yaymaq imkanı yaranır.

Müasir dövrdə turizmin inkişafı ölkənin potensial imkanlarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinin prioritet istiqaməti sayılır və bu səbəbdən də mühüm sosial-iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycanda turizm potensialının düzgün qiymətləndirilməsi, onun infrastrukturunun fəaliyyət mexanizmlərinin daha da təkmilləşdirilməsi yüksək nəzəri və praktiki əhəmiyyətə malikdir. Bu, ilk növbədə ölkədə maliyyə imkanlarının genişlənməsinə, ölkənin ictimai-siyasi həyatında mühüm sosial-iqtisadi amil sayılan məşğulluq probleminin səmərəli həllinə geniş imkanlar açmış olur. Son illərdə Azərbaycanda dövlət tərəfindən turizmin inkişafına xüsusi diqqət yetirilməsində məqsəd yalnız insanların istirahətə olan ehtiyacının təmin edilməsi deyil, eyni zamanda bu sahənin ümumilikdə milli iqtisadiyyatın və eləcə də onun ayrı-ayrı sahələrinin inkişafına təsiri imkanlarının artırılması yolu kimi baxılır.

Turizm biznesi, hər zaman bu sahədə çalışan tədqiqatçıların müzakirə mövzusu olmuşdur. Turizm sənayesi ilə məşğul olan bir çox sahibkar və menecerlər, bu sahədə turagentlərin, turoperatorların, dilerlərin fəaliyyəti haqqında müxtəlif fikirlər söyləmişlər.

"Turizm vasitəçiləri" fənninin tədrisində başlıca məqsəd:

-tələbələrə turizm sahəsində turizm vasitəçilərinin fəaliyyəti barədə yerli və xarici təcrübəyə əsaslanmaqla nəzəri və praktik biliklərin verilməsi;

- turizm sənayesinin inkişafı, turizm biznesində vasitəçilərin rolu və onların funksiyası, turizm sənayesində bilavasitə turizmlə məşğul olan turizm müəssisələri və onların fəaliyyət istiqamətləri, turizm məhsulunun tanıtılmasında vasitəçi olaraq internetin rolu və əhəmiyyəti, və s. imkanlarının öyrənilməsi;

-gələcəkdə turizm vasitəçi müəssisələri kollektivlərinin daxilində, həmçinin müstəqil olaraq işləmək vərdişlərinin inkişaf etdirilməsi;

-müasir turizmin tələblərinə uyğun olaraq, elmin, texnikanın, mədəniyyətin, xarici əlaqələrin inkişaf etdiyi bir şəraitdə, partnyor təşkilatlarla, tədarükçü müəssisələrlə, muzey və qoruqlarla, bilavasitə turistlərlə işin qurulması və fəaliyyətin təşkilinin öyrənilməsi və sairədən ibarətdir.

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: : Fənn üzrə tələbələrin biliyi 100 ballıq sistemlə qiymətləndirilir. Yeni tələbənin fənn üzrə toplaya biləcəyi balın maksimum miqdarı 100-ə bərabərdir. Bu balın yarısı (50 balı) tələbənin semestr müddətində fəaliyyətinin nəticəsinə (cari

qiymətləndirmə), digər yarısı isə (digər 50 balı) imtahanın nəticəsinə (aralıq qiymətləndirmə) görə verilir.

Fənn üzrə cari qiymətləndirmənin nəticəsinə görə verilən maksimum 50 bala aşağıdakılar daxildir:

- 20 bal - seminar dərslərində fəaliyyətinə görə;
- 30 bal - kollokviumların nəticələrinə görə.

Qiymətləndirmə zamanı LDU-nun Elmi Şurasının 16 may 2024-cü il tarixli qərarına uyğun olaraq qiymətləndirmə meyarları nəzər alınır.

İmtahanda qazanılan balların maksimum miqdarı 50-dir. İmtahan yazılı şəkildə aparılır və imtahan biletinə bir qayda olaraq fənn üzrə tədris olunan mövzulara aid 5 sual daxil edilir. Her sual maksimum 10 bal olmaqla qiymətləndirilir (aşağıda qeyd olunan qiymət meyarına əsasən) ki, bu da toplamda fənn üzrə aralıq qiymətləndirmənin nəticəsinə görə verilən maksimum 50 balı təşkil edir.

Qiymət meyarları aşağıdakılardır:

- 10 bal - tələbə keçilmiş materialı dərinlən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir;
- 9 bal - tələbə keçilmiş materialı tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun məzmununu tam açır;
- 8 bal - tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;
- 7 bal - tələbə keçilmiş materialı yaxşı başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandırma 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 əsaslandırma bilmir;
- 1-2 bal - tələbənin mövzudan qismən xəbəri var;
- 0 bal - cavab yoxdur.

Tələbənin fənn üzrə aralıq qiymətləndirmə balının (imtahanda topladığı balın) miqdarı 17-dən az olmamalıdır. Əks təqdirdə tələbənin fənn üzrə aralıq qiymətləndirmə balı cari qiymətləndirmə balına (semestr ərzində tədris fəaliyyəti nəticəsində topladığı bala) əlavə olunmur.

Fənn üzrə cari və aralıq qiymətləndirmənin ümumi nəticəsinə görə tələbənin biliyi yekun olaraq aşağıdakı kimi qiymətləndirilir:

Bal aralığı (göstərilən ballar daxil olmaqla)	Hərflə işarəsi	Sözlə yazılışı
91-100 bal	A	əla
81-90 bal	B	çox yaxşı
71-80 bal	C	yaxşı
61-70 bal	D	kafi
51-60 bal	E	qənaətbəxş
51-baldan aşağı	F	qeyri-kafi

IX. Davranış qaydalarının pozulması: Tələbə Universitetin daxili nizam –intizam qaydalarını pozduqda mövcud qanunvericilik çərçivəsində müvafiq tədbir görüləcəkdir.

X.Təqvim planı: Müəzərə 30 saat, Seminar 15 saat, **Cəmi: 45 saat**

№	Mövzuların adı	Saat		Tarix
		Müəzərə	Seminar	
1.	Mövzu 1. Turizm biznesində vasitəçilərin rolu və növləri Plan: 1. Turizmde təşkilatçılar-vasitəçilər anlayışı 2. Turizmde vasitəçilərin növləri və turoperator onun vəzifələri	2	2	

	3. Xidmət təminatçıları ilə müqavilələr əsasında eməkdaşlıq Mənbə: [2, 4]			
2.	Mövzu 2. Turizm agentliklərinin yaradılması və fəaliyyəti, turoperatorlar tərəfindən turagentlərin seçimi və fəaliyyət strukturları Plan: 1. Turagentlərin yaradılması şərtləri və əsas vəzifəsi 2. Turoperatorların ixtisaslaşmasının müxtəlif formaları 3. Turpakete daxil olan xidmətlər: əsas xidmətlər, əlavə xidmətlər. 4. Turoperator turagent münasibətləri 5. Turoperatorların müxtəlif iş prinsipləri 6. Turoperatorların seçim strategiyaları 7. Turizmin formaları üzrə turopereytinqin təşkili 8. Turizm növlərinin təşkili. Adi, yenilikçi və yaradıcı turagentlər Mənbə: [1, 2, 3, 6]	4	2	
3	Mövzu 3. Turizm sənayesinin inkişafında vasitəçi olaraq nəqliyyatın rolu Plan: 1. Turizmin inkişafında nəqliyyat vasitələrinin inkişafı 2. Turistlər tərəfindən nəqliyyat xidmətləri haqqının ödənilməsi 3. Yerüstü (avtomobil və qatar) nəqliyyat daşımaları 4. Hava nəqliyyat daşımaları 5. Su (dəniz və çay) nəqliyyat daşımaları Mənbə: [1, 2, 9]	4	2	
4	Mövzu 4. Turizm biznesində marketinq fəaliyyəti Plan: 1. Turizm fəaliyyətində marketinqin əhəmiyyəti 2. Turizm xidmətləri, onların keyfiyyəti 3. Turizm marketinqində olan başlıca funksiyalar 4. Yeni məhsul strategiyası. 5. Turizm müəssisəsinin brend siyasəti Mənbə: [5, 7, 9]	4	2	
5.	Mövzu 5. Ölkədaxili turların hazırlanmasında və satışında vasitəçi turfirmaların fəaliyyəti Plan: 1. Ölkədaxili turların hazırlanmasında və satışında vasitəçi turfirmaların fəaliyyəti 2. Ölkədaxili turların hazırlanmasında və satışında turoperatorun iş fəaliyyəti Mənbə: [1, 7]	2		
6	Mövzu 6. Turizmde rəsmiyyətçilik. Pasport və viza sənədləşməsi Plan: 1. Turizmde rəsmiyyətçilik formaları 2. Turistlər dövlət sərhədlərini keçərkən turist	4	2	

	rəsmiyyətçiliyinin təşkili 3. Turist rəsmiyyətçiliyi qrupları 4. Beynəlxalq turizmde polis və gömrük rəsmiyyətçiliyi. Mənbə: [5,6,8]			
7	Mövzu 7. İnternet üzərindən turların reklam edilməsi,sergilərdə nümayiş edilməsi və satışında vasitəçilərin fəaliyyət imkanları Plan: 1. Turizmde informasiya fəaliyyəti 2. Turizm agenti - turoperatorun hazırladığı turların satışında vasitəçi kimi 3. Turoperator - turlar təşkil edən turizm təşkilatı kimi 4. İnternet saytlarından istifadə, sosial şəbəkələrdə turların reklamı 5. Turizm sergilərində iştirak və reklam. Mənbə: [1,2,5]	4	2	
8	Mövzu 8. Sanatoriyalara, istirahət mərkəzlərinə, hotellərə yollayışların satışında vasitəçilərin rolu Plan: 1. Sağlamlıq turizminin mahiyyəti və xüsusiyyətləri. 2. Sağlamlıq turizminin növləri 3. Turagentlərin bilavasitə İstirahət mərkəzləri, müalicə ocaqları, hotellərlə iş birliyi Mənbə: [5,6,7]	2		
9.	Mövzu 9. Azərbaycanın bölgələrində vasitəçi turagentlərin yaradılması imkanları və satış kanalları Plan: 1. Azərbaycanın qədim və zəngin tarixə malik turizm resursları 2. Regionlarda və turizm bölgələrində - turfirmaların yaradılması və fəaliyyəti 3. Turizm məhsulunun satışının yeni kanalları . Mənbə: [5,6,7,8]	2	2	
10.	Mövzu 10. Azərbaycanda turizmin inkişaf perspektivləri Plan: 1. Turizm müasir dünyada iqtisadiyyatın ən gəlirli sahələrindən biri kimi 2. Azərbaycanda turizmin inkişaf istiqamətləri 3. Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün hüquqi əsasın yaradılması Mənbə: [1,8,9]	2	1	
	Cəmi:	30 saat	15 saat	

XI.Fənn üzrə tələblər: Tələbə fənnin öyrənilməsi zamanı bacarmalıdır:-turizm xidmətləri bazarında turizm vasitəçilərinin funksiyaları və rolunu; turizmde agentlik-operator müəssisələrin turizm sənayesi ilə qarşılıqlı fəaliyyəti;-Azərbaycanın turizm xidmətləri bazarında turizm vasitəçilərinin fəaliyyət istiqamətlərini.

XII.Fənnin tədrisi üçün nəzərdə tutulan tədris və öyrənmə metodları.

- müəhazirə, seminar, praktiki tapşırıqlar
- təqdimat və müzakirə
- debat
- müstəqil iş/araşdırma
- layihələr
- qrup qiymətləndirməsi

XIII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

1. Tələbə tur operatorları, səyahət agentlikləri və müştərək müəssisələrin strukturunu, onların yaradılması qaydalarını bilir.
2. Turizm sənayesinə daxil olan iştirakçıları və onların rollarını təsvir edir.
3. Tur operatorlar üçün xüsusi tələbləri - biznes tələblərini, kvalifikasiyanı və məhsul bərabərində biliyi təqdim edir.
4. Tur paketləri hazırlamağı və maliyyə planlaşdırılmasını həyata keçirir.
5. Tur paketlərin qiymətləndirilməsi, qiymət siyasəti, tariflər və marketinq alətlərini tətbiq edir.

6. Turpaketlərin turistlərə satışı kanallarını izah edir

XIV. Tələbələrin fənn haqqında fikirlərin öyrənilməsi:-----

XV. Kollokvium sualları:

I. Kollokvium sualları:

1. Turizmde təşkilatçılar-vasitəçilər anlayışı
2. Turagentlərin yaradılması şərtləri və əsas vəzifələri
3. Turpaketə daxil olan xidmətlər: əsas xidmətlər, əlavə xidmətlər.
4. Turizmin formaları üzrə turopereytin qin təşkili
5. Turizmin inkişafında nəqliyyat vasitələrinin inkişafı
6. Yerüstü (avtomobil və qatar) nəqliyyat daşımaları
7. Hava nəqliyyat daşımaları
8. Turizm fəaliyyətində marketinqin əhəmiyyəti
9. Turizm marketinqində olan başlıca funksiyalar
10. Turizm müəssisəsinin brend siyasəti

II. Kollokvium sualları :

1. Ölkədaxili turların hazırlanmasında və satışında vasitəçi turfirmaların fəaliyyəti
2. Turizmde rəsmiyyətçilik formaları
3. Turistlər dövlət sərhədlərini keçərkən turist rəsmiyyətçiliyinin təşkili
4. Beynəlxalq turizmde polis və gömrük rəsmiyyətçiliyi
5. Turizmde informasiya fəaliyyəti
6. Turoperator - turlar təşkil edən turizm təşkilatı kimi
7. İnternet saytlarından istifadə, sosial şəbəkələrdə turların reklamı
8. Sağlamlıq turizminin mahiyyəti və xüsusiyyətləri
9. Sağlamlıq turizminin növləri
10. Turagentlərin bilavasitə istirahət mərkəzləri, müalicə ocaqları, hotellərlə iş birliyi

XVI. İmtahan sualları:

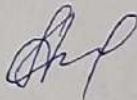
1. Turizmde təşkilatçılar-vasitəçilər anlayışı
2. Turizmde vasitəçilərin növləri və turoperator onun vəzifələri
3. Xidmət təminatçıları ilə müqavilələr əsasında əməkdaşlıq

4. Turagentlərin yaradılması şərtləri və əsas vəzifələri
5. Turoperatorların ixtisaslaşmasının müxtəlif formaları
6. Turpakete daxil olan xidmətlər: əsas xidmətlər, əlavə xidmətlər.
7. Turoperator turagent münasibətləri
8. Turoperatorların müxtəlif iş prinsipləri
9. Turoperatorların seçim strategiyaları
10. Turizmin formaları üzrə turopereytinqin təşkili
11. Turizm növlərinin təşkili, adı, yenilikçi və yaradıcı turagentlər
12. Turistlər tərəfindən nəqliyyat xidmətləri haqqının ödənilməsi
13. Turizmin inkişafında nəqliyyat vasitələrinin inkişafı
14. Yerüstü (avtomobil və qatar) nəqliyyat daşımaları
15. Hava nəqliyyat daşımaları
16. Su (dəniz və çay) nəqliyyat daşımaları
17. Turizm fəaliyyətində marketinqin əhəmiyyəti
18. Turizm xidmətləri, onların keyfiyyəti
19. Turizm marketinqində olan başlıca funksiyalar
20. Yeni məhsul strategiyası.
21. Turizm müəssisəsinin brend siyasəti
22. Ölkədaxili turların hazırlanmasında və satışında vasitəçi turfirmaların fəaliyyəti
23. Ölkədaxili turların hazırlanmasında və satışında turoperatorun iş fəaliyyəti
24. Turizmdə rəsmiyyətçilik formaları
25. Turistlər dövlət sərhədlərini keçərkən turist rəsmiyyətçiliyinin təşkili
26. Turist rəsmiyyətçiliyi qrupları
27. Beynəlxalq turizmdə polis və gömrük rəsmiyyətçiliyi
28. Turizmdə informasiya fəaliyyəti
29. Turizm agentləri - turoperatorun hazırladığı turların satışında vasitəçi kimi
30. Turoperator - turlar təşkil edən turizm təşkilatı kimi
31. İnternet saytlarından istifadə, sosial şəbəkələrdə turların reklamı
32. Turizm sərgilərində iştirak və reklam.
33. Sağlamlıq turizminin mahiyyəti və xüsusiyyətləri.
34. Sağlamlıq turizminin növləri
35. Turagentlərin bilavasitə istirahət mərkəzləri, müalicə ocaqları, hotellərlə iş birliyi
36. Azərbaycanın qədim və zəngin tarixə malik turizm resursları
37. Regionlarda və turizm bölgələrində - turfirmaların yaradılması və fəaliyyəti
38. Turizm məhsulunun satışının yeni kanalları
39. Turizm müasir dünyada iqtisadiyyatın ən gəlirli sahələrindən biri kimi
40. Azərbaycanda turizmin inkişaf istiqamətləri

“Turizmdə vasitəçilər” fənninin sillabusu 6008008 - “Turizm işinin təşkili” A,B ixtisası üzrə tədris planı əsasında tərtib edilmişdir.

Sillabus “İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə” kafedrasında müzakirə edilərək təsdiq edilmişdir. (13 fevral 2026-cı il, 06 №-protokol).

Kafedra müdiri
v.i.e :



dos.G.T.Əliyeva

Fənn müəllimi:



müəl.İ.N.Dadaşova