

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi

Lənkəran Dövlət Universiteti

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

 dos. Zaur Məmmədov
"20" may 2026-cı il

Fənn sillabusu

İxtisas: 6008008 - "Turizm işinin təşkili"

Fakültə: "İqtisadiyyat və idarəetmə"

Kafedra: "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə"

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin adı: "Destinasiyaların idarə edilməsi" tədris proqramı və tədris planı əsasında tərtib edilmişdir. (Sillabus kafedranın 20. 05. 2026-cı il 09 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmişdir.)

Fənnin kodu: IPF-B 16

Tədris ili: II (2026-2027). Semestr: III

Tədris yükü cəmi: Ümumi: 40 saat. Auditoriya yükü: 14 saat- (10 s. mühazirə)

Təhsilalma forması: Qiyabi

Tədris dili: Azərbaycan

AKTS üzrə kredit: 4

II. Müəllim haqqında məlumat:

1. Zamanov Fizuli Mirzəmməd oğlu i.ü.f.d., dos.

2. Bayramov Maarif Arif oğlu, müəllim

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

Məsləhət saati: II-V günlər: saat 12⁰⁰-13⁰⁰, V gün 9⁰⁰ - 13⁰⁰

E-mail ünvanı: fizuliz@list.ru, bayramovmaarif61@mail.ru

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

əsas

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 öneri-leri", 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 bir fənnin tədrisinə zərurət yoxdur.

V. Korekvizit: Fənnin tədrisi ilə eyni zamanda başqa fənnin tədrisinə 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 xərc-lənən hər 10 dollardan 7-si daxili turizm üzrə xərclənir. Bu isə o deməkdir ki, dünyanın əksər ölkə-lərində 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. Çünki ümumiyyətlə digər bütün məhsullar kimi turizm məhsulu da brend olmalıdır. Çünki brendləşmiş bir məhsulun (destinasiyanın) istehlakçı zehninə tutduğu yer digər məhsullardan tamamilə fərqlidir. Bu destinasiyalar da həyatları dövründə özlərinin və eləcə də rəqabət aparan destinasiyaların bazardakı mövqe-lərini, onların məhsullarının istehlakçılara nə ifadə etdiklərini bilmək üçün düşüncə 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 buraxılmaz, 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 билет 5 sualdan ibarət olmaqla 10 balla qiymətləndirilir) toplayır.

Seminar ərzində minimum 2 dəfə kollokvium keçiriləcəkdir. Tələbə kollokviumda iştirak etmə-dikdə jurnalda 0 (sıfır) bal qeyd olunur.

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

Qiymətləndirmə meyarları aşağıdakılardan ibarətdir:

-10 bal- tələbə keçilmiş materialı dərindən başa düşür, cavabı dəqiq və hərtərəflidir.

-9 bal-tələbə keçilmiş material tam başa düşür, cavabı dəqiqdir və mövzunun mətnini tam açı-bilir.

-8 bal-tələbə cavabında ümumi xarakterli bəzi qüsurlara yol verir;

-7 bal- tələbə keçilmiş material başa düşür, lakin nəzəri cəhətdən bəzi məsələləri əsaslandı-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 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 bal**dan az olmamalıdır. Əks təqdirdə tələbənin imtahan göstəriciləri semestr dövründə tədris fəaliyyəti nəticəsində topladığı 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: Mühazirə 10 saat, məşğələ 4 saat, Cəmi 14 saat.

№	Keçirilən mühazirə mövzularının məzmunu.	Mühazirə		Seminar	
		Saat	Tarix	Saat	tarix
1.	2.	3.	4.	5	6
1.	Mövzu 1. Turizmin idarə olunmasının əsasları. Destinasiya turizm məhsulu kimi. Turizm məhsulunun formalaşmasına təsir edən amillər 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 5. Destinasiya anlayışı, növləri və xüsusiyyətləri: sahil, dağ, şəhər, kənd, orjinal və ekzotik destinasiyalar 6. Destinasiyanın həyat dövrü 7. Turizm məhsulunun formalaması mərhələləri 8. Turizm məhsulu və turizm sənayesi 9. Turizm məhsulunun alıcılıq qabiliyyətinin yüksəldilməsi amilləri Mənbə: 2, 5, 6	2		2	
	Mövzu 2. Destinasiyanın idarə olunması və marketinqi. Destinasiya marketinqində mövqeləndirmə. Destinasiya menecmentində brendin mövqeləndirilməsi	2			

2.	Plan: 1. Destinasiya idarəetmə sistemi və destinasiya marketinqinin əhəmiyyəti 2. Destinasiyanın marketinq miksi 3. Destinasiya marketinqində kütlə hədəf kimi 4. Mövqeləndirmə vasitələri və müddəti 5. Mövqeləndirmə strategiyaları 6. Mövqeləndirmə səhvləri və yenidən mövqeləndirmə 7. Düşüncə xəritələrinin mövqeləndirmədə rolu 8. Düşüncə xəritələrinin yaradılması və onun metodları 9. Brendin destinasiya üçün əhəmiyyəti və faydaları 10. Brendin növləri və brend sədaqəti 11. İmic destinasiya menecmentinin ünsürü kimi 12. İmicin yaradılması və ona təsir göstərən amillər 13. İmicin turistlərin destinasiya seçiminə təsiri Mənbə:1,4,5,6				
3.	Mövzu 3. Regionlarda turizmin inkişafının dövlət siyasəti və tənzimlənməsi. Turizmin potensialı və onun qiymətləndirilməsi metodikası. 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 4. Turizmin iqtisadi əsasları, mənbələri və əsas inkişaf istiqamətləri 5. Turizmin mənfəəti və onun bölgüsü sxemi 6. Turizmdə fondlar və resurslar 7. Destinasiya menecmentində turizmin kadr potensialı 8. <u>Turizmin potensialının qiymətləndirilməsi metodikası</u> Mənbə:2,3,5	2		2	
4.	Mövzu 4. Turizmin ərazi sistemləri. Regional turizmin planlaşması və idarə olunmasının əsas istiqamətləri 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 6. Planlaşmanın mahiyyəti, turizmdə onun yeri və əsas formaları 7. Regional turizmin strateji planlaşması	2			

	8. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri 9. Turizmdə sahibkarlığın formaları Mənbə:1,2,4				
5.	Mövzu 5. Turizmin regionlarda təşkili və onlardan istifadənin iqtisadi mexanizmləri. Turizmin bazar tipli modelləri 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 5. Turizmin inkişaf modeli 6. Turizmin inkişafında dövlət və yerli idarəetmənin təkmilləşdirilməsi 7. Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas istiqamətləri Mənbə:3,4,7	2			
	Cəmi:	10		4	

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. Fənnin tədrisi üçün nəzərdə tutulan tədris və öyrənmə metodları:

- mühazirə, seminarlar, praktiki tapşırıqlar;
- təqdimatlar və müzakirələr, debatlar,
- müstəqil iş/araşdırma (məsələn, praktiki nümunələrlə iş);

XIII. Fənn üzrə təlimin nəticələri:

- destinasiyaların idarə edilməsinin əsas anlayışlarını, habelə idarəetmə modellərini başa düşməli;
- turizm təşkilatlarının destinasiyaların idarə edilməsindəki rolunu təsvir etməli;
- turizm destinasiyaları üçün səciyyəvi prosesləri və problemləri izah etməli;
- turizm destinasiyalarında mövcud vəziyyətin təhlilini aparmağı və strateji istiqamətləri müəyyən etməyi bacarmalı;
- turizm destinasiyasında əsas turizm məhsullarını müəyyən edərək onların inkişaf və təşviq etdirmək sərəfətləri formalaşdırılmalı;
- destinasiyanın idarə edilməsi sahəsində tələb olunan kompleks bilik və bacarıqlara yiyələnməli;
- turizm destinasiyalarında meydana çıxan müxtəlif praktiki situasiyaların öhdəsindən gəlmək üçün həll yollarını təklif etməlidir.

XIV.Tələbələrə fənn haqqında rəy və iradları:-----

XV: Kollokvium sualları:

Kollokvium 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 marketinqində kütlə hədəf kimi

XVI. 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 səhvləri və yenidən mövqeləndirmə
14. Brendin destinasiya üçün əhəmiyyəti və faydaları
15. İmicin yaradılması və ona təsir göstərən amillər
16. Destinasiya menecmentində turizmin kadr potensialı
17. Turizm təsir edən amillər arasında əlaqə
18. Turizm regionları
19. Turizm mərkəzləri və destinasiyaları
20. Turizmin idarəçiliyinin xüsusiyyətləri
21. Turizmdə sahibkarlığın formaları
22. Turizmin regional potensialı və onlardan istifadənin reallaşma mexanizmləri
23. Turizmdə əmək haqqı sistemi və iqtisadi stimullar
24. Mövsümi xarakterli əmək fəaliyyətinin təşkili
25. Regionlarda reklamın və ictimai rəyin formalaşması

"Destinasiyaların idarə edilməsi" fənninin sillabusu 6008008 –"Turizm işinin təşkili"
ixtisasları üzrə tədris planı və işçi tədris proqramı əsasında tərtib edilmişdir.
Sillabus "İqtisadiyyat və innovativ idarəetmə" kafedrasında müzakirə edilərək təsdiq
edilmişdir, 20. 05. 2026-cı il protokol 09

Mühazirə müəllimi:

Seminar müəllimi:

Kafedra müdiri v.i.e.:



dos F.M.Zamanov

m.Bayramov Maarif

dos.G.T.Əliyeva