

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi
Bakı İdarəetmə və Texnologiya Kolleci

“Turizm biznesinin təşkili və idarə olunması”

fənninin

PROQRAMI

040714– “Turist, mehmanxana təsərrüfatının təşkili və idarə edilməsi”

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi Bakı
İdarəetmə və Texnologiya Kollecinin Metodiki
şurasının 15 sentyabr 2017-ci il tarixli iclasının
qərarı ilə təsdiq edilmişdir.
(Protokol № 1)

Bakı 2017

Tərtib etdi:

Bakı İdarəetmə və Texnologiya
Kollecinin ixtisas müəllimi

Əhmədli Fərid Xanoğlu

Redaktor:

Bakı İdarəetmə və Texnologiya
Kollecinin müəllimi

Cəbiyev Cavid Şəfiyulla

Rəy verənlər:

Bakı İdarəetmə və Texnologiya
Kollecinin ixtisas müəllimi

1. Əsgərli Güllü Fərman

Azərbaycan Turizm və Menecment
Universitetinin müəllimi

2. Hüseynzadə Aynur

İZAHAT VƏRƏQİ

Turizm biznesi dünya iqtisadiyyatının aparıcı və ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir. İldən- ilə regionlar və ölkələr arasında biznes, mədəni və elmi əlaqələr getdikcə daha sıx olur. Milli iqtisadiyyatın inkişafı və dünya bazarına inteqrasiyası turizm biznesinin inkişafı olmadan düşünülə bilməz.

“Turizm biznesinin təşkili və idarə olunması” fənni üzrə tərtib olunmuş bu proqram kollecdə “Turist, mehmanxana təsərrüfatının təşkili və idarə edilməsi” ixtisasında təhsil alan tələbələr üçün nəzərdə tutulmuşdur. Fənnin tədrisinə 75 saat vaxt ayrılmışdır. Proqrama həm müəhazirə (45 saat), həm də seminar (30 saat) saatları daxildir.

Fənnin məqsədi beynəlxalq turizm sahəsində olan biliklərə yiyələnməkdir. Turizm məhsulunun mahiyyətini, ona olan tələbat və əlamətləri, satışını öyrənmək, turizm biznesində turizm xidmətlərinin standartlaşması və sertifikatlaşdırılması haqqında biliklərə yiyələnməyi öyrətməkdir.

MÖVZULAR ÜZRƏ SAATLARIN PAYLANMASI

№	Mövzuların adı	Mühazirə	Seminar
1.	Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri	2	
2.	Beynəlxalq turizm biznesinin statistikasını	2	2
3.	Təklif olunan malların strukturunun optimallaşması	2	
4.	Turist firmasının marketing məhsul strategiyası	2	2
5.	Turist məhsulu	2	2
6.	Turizm biznesində məhsulun şəxsi satışı	2	2
7.	Turizm biznesində yeni texnologiyaların tətbiqi proses	2	
8.	Turizm məhsulu və onun mahiyyəti	2	2
9.	Turizm məhsulu və turizm sənayesi	2	2
10.	Turizm məhsulunun əlamətləri və ona olan tələbat	2	2
11.	Turizm məhsulunun formalaşmasına təsir edən amillər	2	2
12.	Müştərinin qəbulu və tələbatının araşdırılması	2	
13.	Turizmdə qiymət və qiymət əmələgəlmə	2	2
14.	Dünya turizm biznesinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi	2	2
15.	Turizmin inkişafında dövlətin tənzimləyici rolu	2	2
16.	Turizmin təşkil prosesinde idarəetmənin təşkilatı quruluşu	2	
17.	Turizmin elmi- kulturoloji mahiyyəti və onun ilkin şərtləri	2	
18.	Turizm biznesində turizm xidmətlərinin standartlaşması və sertifikatlaşdırılması	2	2
19.	Turizm biznesində yeni məhsullar	2	2
20.	Turist məhsuluna olan tələbat və sorğu	2	2
21.	Turizm məhsulunun satış kanalları	2	2
22.	Turist məhsulunun yeni satış kanalları	2	
23.	Turizm məhsulunun hərəkətə gətirilməsində turizm sərgiləri və reklam	1	
Cəmi: 75 saat			

MÖVZULAR VƏ ONLARIN İZAHİ

Mövzu 1. Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri – 2 saat.

Beynəlxalq turizm biznesi. Məqsədyönlü bazarların təyini. Coğrafi əlamətlərə görə segmentləşdirmə. Demografik əlamətlərə görə segmentləşdirmə. Sosial-iqtisadi əlamətlərə görə segmentləşdirmə.

Mövzu 2. Beynəlxalq turizm biznesinin statistikasısı – 4 saat.

Beynəlxalq turizm statistikasının əsas məqsədi. Beynəlxalq turizm statistikasının məqsədi. Beynəlxalq turizm statistikasının nizama salınması üçün Regionlar üzrə Nəzarət Şuralarının yaranması. Turizm səfərlərinin regionlara bölünməsi.

Mövzu 3. Təklif olunan malların strukturunun optimallaşması – 2 saat.

Turist məhsulunun strukturunun optimallaşdırılması. Turist məhsulunun inkişafı. Məhsulun bazara çıxarılması. Məhsulun satış həcmi

Mövzu 4. Turist firmasının marketinq məhsul strategiyası – 4 saat.

Məhsul strategiyası. Turist məhsulunun inkişaf mərhələləri. İlk mərhələ. İnkişaf mərhələsi. Kamillik mərhələsi. Zəifləmə mərhələsi. Yeni turist məhsulunun hazırlanması.

Mövzu 5. Turist məhsulu – 4 saat.

Turist məhsulunun əmələ gəlməsi. Əsas və əlavə turist xidmətləri. Məhsulun səviyyələri. Ümumi ideyası olan məhsul. Real hazırlanmış məhsul. Keyfiyyətli məhsul.

Mövzu 6. Turizm biznesində məhsulun şəxsi satışı – 4 saat.

Şəxsi satış prosesi. Şəxsi görüşlərin məqsədi. Şəxsi satış klassik bir proses kimi. Müştərilərin qəbulu və onlarla ünsiyyətin yaranması. Müştərinin tələbatının araşdırılması

Mövzu 7. Turizm biznesində yeni texnologiyaların tətbiqi prosesi – 2 saat.

Müştərilərə xidmət göstərməkdə zaman faktoru. Turoperatorla turagent arasında informasiya mübadiləsi. Azərbaycanda informasiya texnologiyasının tətbiqi.

Mövzu 8. Turizm məhsulu və onun mahiyyəti – 4 saat.

Turizm məhsulu və xidmət üsulları. Turizm məhsulunun tərkibi. Yerləşdirmə xidməti. Qidalanma xidməti. Nəqliyyat xidməti. Turizm müəssisələrinin fəaliyyəti.

Mövzu 9. Turizm məhsulu və turizm sənayesi – 4 saat.

Turizm sənayesinin tərkib hissələri. Turizm xidməti istehsalçıları. Birinci dərəcəli xidmətlər göstərən özəl bölmə. İkinci dərəcəli xidmətlər göstərən dövlət və ictimai bölmə. Turizm xidmətləri. Turizm sənayesinin inkişafına təsir edən amillər.

Mövzu 10. Turizm məhsulunun əlamətləri və ona olan tələbat – 4 saat.

Turizm məhsulunun tədqiqi. Turizm məhsuluna olan tələbat. Tələbata təsir edən amillər. İqtisadi amil. Sosial amil. Demografik amil. Özəl və spesifik amil. Müəssisə üzrə proqnozlaşdırma. Turizm məhsulunun formalaşması.

Mövzu 11. Turizm məhsulunun formalaşmasına təsir edən amillər – 4 saat.

Turizm məhsulunun formalaşması mərhələləri. Turizm məhsulunun fərqləndirici hissələri. Turizm məhsulunun komponentləri.

Mövzu 12. Müştərinin qəbulu və tələbatının araşdırılması – 2 saat.

Müştəri ilə ünsiyyətin üsulları. Müştərinin qəbulu zamanı alıcının özünü aparma formaları. 1-ci davranış forması. 2-ci davranış forması. 3-cü davranış forması. İzahedici davranış forması. Başa düşmə forması.

Mövzu 13. Turizmdə qiymət və qiymət əmələgəlmə – 4 saat.

Turizm məhsulunun qiyməti marketing kompleksinin vacib faktoru kimi. Qiymət strategiyasının tərtib olunması. Xarici faktorların qiymətin formalaşmasına təsiri. Qiymət əmələgəlmənin seçilməsi. Qiymət strategiyasının təyin olunması

Mövzu 14. Dünya turizm biznesinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi – 4 saat.

Turizmin dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin məqsədi. Dövlət tərəfindən turist fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Turist proqramlarının tərtib olunması.

Mövzu 15. Turizmin inkişafında dövlətin tənzimləyici rolu – 4 saat.

Turizmin inkişafının dövlət tərəfindən dəstəklənməsi. Dövlət proqramlarının hazırlanması. Dövlət səviyyəsində atılan addımlar. Turizmin qloballaşması.

Mövzu 16. Turizmin təşkili prosesində idarəetmənin təşkilatı quruluşu – 2 saat.

İdarəetmənin təşkilatı quruluşu. İdarəetmənin təşkilatı sisteminin layihələşdirilməsi. İdarəedici strukturlar.

Mövzu 17. Turizmin elmi - kulturoloji mahiyyəti və onun ilkin şərtləri – 2 saat.

Turizmin sosial-iqtisadi sahə kimi inkişafı. Kütləvi turizm. Beynəlxalq Mehmanxana işçiləri Assosiasiyası. Turizmin inkişafının sosial, iqtisadi və texnoloji əhəmiyyəti.

Mövzu 18. Turizm biznesində turizm xidmətlərinin standartlaşması və sertifikatlaşdırılması – 4 saat.

Turizm xidmətlərinin standartlaşmasının əhəmiyyəti. Turizm sferasında standartlar. Kompleks turizm məhsulunun tərkibi. Sertifikasiya əməliyyatı.

Mövzu 19. Turizm biznesində yeni məhsullar – 4 saat.

Yeni turist məhsulunun hazırlanması zərurəti. Yeni turist məhsulunun hazırlanmasının əsas mərhələləri. İdeya axtarışı və onun seçilməsi. Turist məhsulunun tərtibi. Yeni turist məhsulunun bazara çıxarılması.

Mövzu 20. Turist məhsuluna olan tələbat və sorğu – 4 saat.

Turizmdə tələbat anlayışı. Şəxsi tələbat. İctimai tələbat. Turizm maliyyələşdirilməsi. Turist sorğusu və onun formalaşmasına təsir göstərən faktorlar.

Mövzu 21. Turizm məhsulunun satış kanalları – 4 saat.

Turizm məhsulunun hərəkətə gətirilməsi. Turoperatorun fəaliyyəti. Turagentin fəaliyyəti. Turların müştəriyə çatdırılması. Turizm məhsulunun satışı..

Mövzu 22. Turist məhsulunun yeni satış kanalları – 2 saat.

Satış kanallarının müəyyən edilməsi. İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı. İnternetin üstünlükləri. Turizm məhsulunun elektron satışı. İnfoturların keçirilməsi. Məhsulun real qiyməti. Məhsulun bazar qiyməti

Mövzu 23. Turizm məhsulunun hərəkətə gətirilməsində turizm sərgiləri və reklam – 1 saat.

Sərgilər və turfirmanın təqdim olunması. Reklam təcrübəsinin beynəlxalq kodeksi. Reklamın əsas vasitələri. Kataloqlar. Kitab reklamları. Bukletlər. Reklam vərəqləri. Audio reklam. Kino və telereklam

ƏDƏBİYYAT

1. Turizm Ekonomisi – Ozan Bahar, Metin Kozak, Ankara-2006, Detay Yayıncılık
2. Turizm Pazarlaması – Nazmi Kozak, Ankara-2006, Detay Yayıncılık
3. Turizmin menecmenti – Bahadur Bilalov, Bakı-2005, Mütərcim Nəşriyyatı
4. Azərbaycanca Turizmin inkişaf problemləri–F.İ.Qurbanov,Bakı-2007
5. Turizmin əsasları – İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva, Bakı-2007

Bakı İdarəetmə və Texnologiya Kollecinin ixtisas fənn müəllimi Əhmədli Fərid Xanoğlu orta ixtisas müəssisələrində təhsil alan tələbələr üçün “Turizmdə biznesin təşkili və idarə edilməsi” fənnindən hazırladığı proqrama

Rəy

“Turizmdə biznesin təşkili və idarə edilməsi” fənni üzrə tərtib olunmuş proqram 75 saati əhatə edir. Bura həm mühazirə, həm də seminar saatları daxildir. Bu proqramla tələbələr turizm sahəsində olan biliklərə yiyələnə bilirlər. Proqramın məqsədi turizm məhsulunun mahiyyətini, ona olan tələbat və əlamətləri, satışını öyrənmək, turizm biznesində turizm xidmətlərinin standartlaşması və sertifikatlaşdırılması haqqında biliklərə yiyələnməkdir. Müəllim Əhmədli Fərid Xanoğlu oğlu “Turizmdə biznesin təşkili və idarə edilməsi ” fənni üzrə tərtib etdiyi proqramın tədrisini mümkün hesab edirəm.

**Bakı İdarəetmə və Texnologiya Kollecinin
fənn ixtisas müəllimi:**

Əsgərli Güllü Fərman

**Bakı İdarəetmə və Texnologiya
Kollecinin ixtisas fənn müəllimi
Əhmədli Fərid Xanoğlu oğlunun orta
ixtisas müəssisələrində təhsil alan
tələbələr üçün “Turizm biznesinin
təşkili və idarə edilməsi” fənnindən
hazırladığı proqrama**

Rəy

“Turizm biznesinin təşkili və idarə edilməsi” fənni üzrə tərtib olunmuş proqramın mövzu dairəsi düzgün müəyyənləşdirilmişdir və mövzunun öyrənilməsi baxımından olduqca əhəmiyyətlidir.

“Turizm biznesinin təşkili və idarə edilməsi” fənni üzrə tərtib olunmuş 75 saatlıq proqrama 45 saat mühazirə, 30 saat seminar daxil edilmişdir və müvafiq fənn proqramında turizm firmasının yaradılmasından tutmuş onun fəaliyyət sahələri, mehmanxana, qidalanma, nəqliyyat, ekskursiya xidmətləri göstərən müəssisələrlə iş birliyi, turizm məhsulunun hazırlanması formaları, həmçinin firma-turist münasibətlərinə aydınlıq gətirilir.

Müəllim Əhmədli Fərid Xanoğlu oğlunun “Turizm biznesinin təşkili və idarə edilməsi” fənni üzrə tərtib etdiyi proqramı elmi tələblərə cavab verir və Proqramın tədrisini mümkün hesab edirəm.

Azərbaycan Turizm və Menecmenti
Universitetinin müəllimi

Aynur Hüseynzadə