




UNEC

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

Təsdiq edirəm: 
“Biznes və logistika” kafedrasının
müdiri: i.e.n.dos., M.Ə.ƏLİYEV

“09 “ sentyabr 2025-cü il

**“XİDMƏTLƏRİN MARKETİNQİ ” fənni üzrə
İŞÇİ TƏDRİS PROQRAMI
(Syllabus)**

I. Fənn haqqında məlumat

Fənnin kodu: 00938
Fənnin növü: Məcburi
Tədris ili: 2025/2026
Tədris semestri: Payız
Fakültə: “Biznes və menecment”
Qrup: 900-1, 900-2, 900-3
Tədris yükü: 60 saat (mühazirə/məşğələ -30/30)
Kredit sayı: 4 (dörd)
Kafedra: “Biznes və logistika”

II. Müəllim haqqında məlumat

Fənni tədris edən müəllim: Dos.Novruzova Sevinc
E-mail ünvanı: snnika7@gmail.com
İş telefonu: (012) 4403367

Bu sillabus "Marketing Prinsipləri" (kod **1128-MAR3024VC1128-89905** , Florida Beynəlxalq Universiteti) , "Marketing Prinsipləri" (MKT 3010D, Amerika Birləşmiş Ştatları Beynəlxalq Universiteti) , "Marketing Prinsipləri" (MKT3) iş proqramlarına əsaslanır. Texas, Ostində) fənninin məzmununa uyğun olaraq "Biznes və logistika" kafedrasının dosenti tərəfindən hazırlanmışdır.

III. Fənnin təsviri

Xidmətlərin marketinqi - xidmət bazarın tədqiqi və proqnozlaşdırılması, müəssisənin daxili və xarici mühitinin öyrənilməsi, proqramların köməyi ilə bazarda davranış strategiyası və taktikası hazırlanması əsasında konkret istehlakçıların tələbatlarının ödənilməsinə və gəlir əldə edilməsinə istiqamətlənmiş istehsalın təşkili və məhsul satışının kompleks sistemidir. Bu marketinq proqramlarında məhsulun və onun çeşidinin təkmilləşdirilməsi, alıcıların, rəqiblərin və rəqabətin öyrənilməsi üzrə, qiymət siyasətinin təmin edilməsi, tələbin formalaşması, satışın həvəsləndirilməsi və reklamı, məhsul irəliləyişi kanallarının optimallaşdırılması və satışın təşkili, texniki xidmətin təşkili və göstərilən xidmət növlərinin genişləndirilməsi üzrə tədbirlər öz əksini tapır. Xidmət sahələrinin marketinqi bazarın iqtisadiyyatının nəticəsi kimi müəyyən mənada iqtisadi, siyasi, elmi-texniki və sosial amillərin geniş spektrinin təsiri altında daima dinamik inkişafda olan, bütövlükdə (elmi-tədqiqat və layihə-konstruktor işlərindən satış və xidmətə qədər) bazar şəraitinə və tələblərinə tabe olan istehsalın fəlsəfidir.

IV. Fənnin məqsədi və vəzifələri

Fənnin tədrisinin məqsədi tələbələrə xidmət sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatların marketinq fəaliyyətini mahiyyətini dərinlən öyrədilməsi, müştərilərin xüsusi tələbatlarının aşkar edilməsinə yönəldilmiş bu və ya digər xidmətlərin yaradılması, onların bazara yeridilməsi və reallaşdırılması, bazarın tələbatı və istehlakçıların ehtiyac, arzu və istəklərinə daha çox uyğunlaşdırılması, idarəetmə və marketinq işində onların xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması; müştərilərlə qarşılıqlı faydalı əlaqələrin formalaşdırılmasına və idarə edilməsinə dair konseptual, elmi-nəzəri və praktiki səpgidə biliklər aşılamaqdan ibarətdir.

Fənnin tədrisi zamanı əsas vəzifəsi isə xidmət sahəsində tədqiqatların aparılmasını, xidmətlərin təsnifləşdirilməsini və bu sahədə marketinq tətbiqinin xüsusiyyətlərini dəqiq müəyyən etmək zərurəti, müştərilərlə sərfəli əlaqələrin formalaşdırılması, şirkət və onun marketinq strategiyası, marketinq informasiya sistemi, müştərilərin xidmətlərdən qazanacaqları fayda və xeyirə diqqəti yönəltmək və s. kimi marketinq prosesinə daxil olan məsələlər öyrənilir.

V. Fənnin tədris metodologiyası

Bu fənnin tədrisi prosesində interaktiv müzakirələrin aparılması, kiçik qruplarda iş, işgüzar oyunlar, xüsusi nümunələrin (keys-stadilər) öyrənilməsi və təhlili, Padlet və Quiz və s..proqramlarından istifadə edərək test tapşırıqların yerinə yetirilməsi kimi geniş çeşiddə tədris və təlim üsullarından istifadə edilir.

VI. Öyrənmənin nəticələri:

Kursun tədrisi başa çatandan və bütün mövzular mənimsənildikdən sonra tələbələr:

Bilməlidirlər:

- Xidmətin müasir iqtisadiyyatda rolunu;
- Xidmət bazarının inkişafı qanunauyğunluqlarını;
- İnnovasiya marketinqinin xüsusiyyətlərini;
- Təhsil sferasında marketinqin xüsusiyyətlərini,
- Servis və nəqliyyat xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətlərini;
- Lizinq xidmətləri bazarında marketinq fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini;
- İnformasiya-konsaltinq xidməti marketinqinin xüsusiyyətlərini;
- Turizm xidməti marketinqinin xüsusiyyətlərini;
- Mehmanxana və restoran marketinqinin xüsusiyyətlərini;
- Bank xidmətləri və sığorta marketinqinin xüsusiyyətlərini və s.

Bacarmalıdırlar:

- xidmətlərin təsnifləşdirilməsini
- xidmət bazarının segmentləşdirilməsini
- xidmət marketinqinin kompleksinin qurulmasını
- müxtəlif xidmət sahələrində marketinq strategiyasının hazırlanmasını

VII. Kursun proqramı

Proqram 15 saatlıq mühazirə, 30 saatlıq seminar olmaqla 45 saatlıq “çevrilmiş tədris” moduluna əsaslanır. Proqram video, audio və yazılı formatlarda təqdim edilən mühazirə materialları, elektron əks-əlaqə (geridönüş) mexanizmləri, müzakirələr, tapşırıqlar, qrup işləri və sair kimi tədris alətlərinin tətbiqinə əsaslanır. Proqramın müddəti 15 həftədir.

VIII. Fənnin mühazirə mövzuları

Fənnin tədrisi prosesində tələbələrə aşağıdakı mövzularda mühazirələr təqdim ediləcək:

1. Azərbaycanca xidmət bazarının xüsusiyyətləri və xidmərin müasir bazar iqtisadiyyatında rolu.
2. İnnovasiya xidmətləri marketinqi
3. Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi.
4. Xidmət marketinqində kütləvi media xidmətləri
5. Təhsil sferasında marketinqin xüsusiyyətləri.
6. Servis və nəqliyyat xidmətləri marketinqi.

7. Lizing xidmətləri bazarında marketinq fəaliyyəti.
8. Auditor xidmətləri marketinqi.
9. İnformasiya-konsaltinq xidməti marketinqi.
10. Turizm xidməti marketinqi.
11. Mehmanxana və restoran marketinqi.
12. Bank xidmətləri marketinqi.
13. Sığorta marketinqi.
14. Səhiyyə sferasında marketinq xidmətləri

IX. Fənnin tədris metodologiyası

Fənnin tədris edilməsi “Çevrilmiş tədris” (Flipped learning) metoduna uyğun təşkil edilmişdir. Bu metodun tətbiqində məqsəd:

- Təqdim edilən tədris materiallarının tələbələr tərəfindən dərstdən kənar saatlarda sərbəst öyrənmə təcrübəsinin aşılması;
- Tədris prosesi zamanı tələbələrdə bilik və bacarıqların əldə edilməsinə məsuliyyətli yanaşma, qrup şəklində işləmə və öz aralarında kommunikasiya bacarıqlarının yaradılması və inkişafı;
- Əsasən praktiki vərdişləri, bacarıq və səriştələri formalaşdırma biləcək tapşırıqların, keyslərin həlli üçün dərs zamanı daha çox vaxtın ayrılması və nəticədə fənnin tələbə yönümlülüyünün və səriştə aşılama qabiliyyətinin təmin edilməsi.

X. Fənnin tədris materiallarının tələbələrə çatdırılması

Video çəkiliş, animasiya təqdimatı, mühazirə mətni, əlavə internet resursları , onlayn cavablandırılma bilən sual və tapşırıqlar əvvəlcədən (müvafiq mövzunun müzakirəsinə bir həftə qalmış) hazırlanaraq tələbələrin şəxsi kabinetinə yüklənir. Eduman sistemində quraşdırılmış “Ünsiyyət Paneli” platforması vasitəsilə tələbələrlə müəllim arasında əks əlaqə mexanizmi yaradılır .EDUMAN sistemində qurulmuş “Kommunikasiya paneli” platforması vasitəsilə tələbələrlə mühazirə müəllimi arasında əks-əlaqə (geridönüş)n mexanizmi yaradılır.

XI. Mühazirə dərslərinin təskili

“Çevrilmiş tədris” metodunda mühazirə dərslərinin məzmunu ənənəvi tədrisdə olan mühazirə dərslərdən fərqlidir. Ənənəvi tədrisdə mühazirə dərslərində müəllim hər mövzu üzrə mühazirə oxuduğu halda, “çevrilmiş tədris” metodunda bir mühazirə dərslərində fənnin iki mövzusu müzakirəsi təşkil edilir (hər mövzunun müzakirəsinə 40 dəqiqə vaxt ayrılır). Yəni tələbələr iki mövzu üzrə materialları dərstdən öncə öyrənərək mühazirə dərslərində iştirak edirlər.

Müzakirələrin məqsədi mövzular üzrə tələbələrin “zəif yerləri”ni gücləndirmək, tələbələrin çətinlik çəkdikləri məsələləri onlara müzakirə qaydasında bir daha izah etməkdir. Belə müzakirələrin səmərəli təşkili üçün mühazirə dərslərində müəllim (təlimçi) hələ dərstdən əvvəl (əvvəlki həftə) tələbələrə EDUMAN sistemi vasitəsilə təqdim edilmiş materialları onların necə öyrəndiklərini və mənimsədiklərini “Kommunikasiya paneli” platforması vasitəsilə müəyyən edir. Bunun üçün müəllim testlərdən, tapşırıqlardan yaxud başqa sual-cavab üsullarından istifadə edə bilər. Belə mühazirələr mövzuların tələbələr tərəfindən mənimsənilməsini gücləndirmək məqsədi güdür.

Tələbə fənn üzrə toplamalı maksimum 100 baldan 5 balı mühazirə dərslərində iştirak fəallığına görə alır.

XII. Seminar-məsğələ dərslərinin təskili

Mühazirə dərslərindən fərqli olaraq seminar dərsləri hər bir mövzu üzrə ayrıca aparılır. Seminar dərsləri əsasən tələbələrə təqdim edilmiş materialların öyrənilməsindən onların əldə etdikləri ilkin biliklərin praktiki tətbiqinə yönəlik olur. Məqsəd mövzu üzrə tələbələrin əldə etdikləri ilkin bilikləri daha da gücləndirmək, həmin bilikləri konkret tapşırıqlara tətbiq etməklə bacarıqların yaranmasına və səriştələrin formalaşmasına nail olmaqdır. Seminar dərsləri tələbələrin qruplara bölünərək keyslərin təhlili, tapşırıqların həlli, streqiyaların qurulması, cavabların təqdimatı, debatların təkili və başqa formalarda qrup işlərinin təşkilinə əsaslanır.

Seminar dərslərində xarici və yerli iqtisadi ədəbiyyatdan, habelə beynəlxalq və yerli mediadan (internet resurslarından) götürülmüş məqalələrin, real nümunələrin və xüsusi keyslərin təhlilinə, müzakirəsinə və məntiqi nəticələr çıxarılmasına xüsusi diqqət ayrılır.

Tələbə fənn üzrə toplamalı maksimum 100 baldan 15 balı seminar dərslərindəki cavablarına və iştirak fəallığına görə alır.

-

XIII. Əsas dərslik və dərs vəsaitləri

1. M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi dəslük Bakı 2020

XIV. Mövzuların məzmunu və tədris-tematik bölgüsü

Həftə	Mövzuların adı	Mövzunun əsas məzmunu	Ədəbiyyat
1	Azərbaycanda xidmət bazarının xüsusiyyətləri və xidmərin müasir bazar iqtisadiyyatında rolu.	Xidmət marketinqinin xüsusiyyətləri. Xidmətlərin xarakteristikası.Xidmət bazarının inkişafına təsir edən amillər.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti. Bakı 2015 səh.8-44
2	İnnovasiya xidmətləri marketinqi	İnnovasiya xidmətləri sferasında qiymət əmələ gəlməsi Marketinqin xidmətlərinin təşviqində əmlak mülkiyyət İntellektual məhsulun təşviqinin prinsipləri strategiyaları	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərslik. Bakı 2019 Səh.290-305
3	Xidmət bazarının segmentləşdirilməsi.	Xidmət bazarının segmentləşdirilməsinin xüsusiyyətləri.Rəqiblər üzrə	M.M.Əhmədov Xidmət

		segmentləşdirmə.Xidmət 67-107 qiymətqoyma siyasətinin müəyyənləşdirilməsi.	sahələrinin marketinqi, dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.66-85
4.	Xidmət marketinqində kütləvi media xidmətləri	Kütləvi media xidmətlərinin məzmunu Reklam agentliklərinin fəaliyyət istiqamətləri KİV xidmətlərinin planlaşdırılması Marketinq informasiya bazarı PR xidmətləri bazarı	M.M.Əhmədov v Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs sliik. Bakı 2019 Səh.134-151
5	Təhsil sferasında marketinqin xüsusiyyətləri.	Təhsil sferasında marketinqin subyektləri və obyektləri.Təhsil xidmətləri marketinqinin prinsipləri və metodları.Təhsil müəssisələri üçün marketnq strategiyasının hazırlanması.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.86-125
6	Servis və nəqliyyat xidmətləri marketinqi.	Servis xidmətlərinin təsnifatı. Servisin təşkili.Nəqliyyat xidmətləri marketinqi.Nəqliyyat növləri.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi. dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.127-156
7	Lizinq xidmətləri bazarında marketinq fəaliyyəti.	Lizinqin fərqli xüsusiyyətləri.Lizinq xidmətləri bazarında marketinqin əsas funksiyaları.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi, dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.158-197
8	Auditor xidmətləri marketinqi.	Audit,auditor anlayışları və onların mahiyyəti.Auditor xidmətlərinin marketinq mərhələləri.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.199-219

9	İnformasiya - konsaltinq xidməti marketinqi.	İnformasiya və injiniring xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətləri.Konsaltinq xidmətləri marketinqi.	M.M.Əhmədov v Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti.Bakı 2015 Səh.221-234
10	Turizm xidmətləri marketinqi.	Turizm biznesində marketinq fəaliyyəti.Turizm marketinqinin konsepsiyaları.Turizm müəssisələrinin məhsul strategiyaları.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi.dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh-236-269
11	Mehmanxana və restoran marketinqi.	Mehmanxana biznesinin inkişaf xüsusiyyətləri.Turistlərin qəbulu və xidmətin təşkili.Restoranlarda marketinq fəaliyyətinin təşkili.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.280-301
12	Bank xidmətləri marketinqi.	Bank marketinqinin məzmunu.Bank xidmətləri bazarının tədqiqi.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.303-340
13	Sığorta martketinqi.	Sığorta sahəsində marketinqin əsas prinsipləri.Sığorta sahəsində marketinq-mixsin tətbiqi xüsusiyyətləri.	M.M.Əhmədov Xidmət sahələrinin marketinqi,dərs vəsaiti. Bakı 2015 Səh.342-362
14	Səhiyyə sferasında marketinq xidmətləri	Səhiyyə marketinqinin əsasları Səhiyyə marketinqində xidmətlər Əczaçılıq bazarının seqmentləşdirilməsi və hədəf bazarının seçilməsi Səhiyyə müəssisələrinin bazar	M.M.Əhmədov v Xidmət sahələrinin marketinqi,dərslik. Bakı 2019 Səh.254-269

	imkanlarının təhlili	
Yekun imtahan		

XV. Dərsə davamiyyət

Tələbənin dərslərin ən azı 75 faizində iştirak etməlidirlər. Bundan az dərslərdə olan tələbələr imtahana buraxılmırlar.

XVI. Seminar-məşğələlər: hazırlıq və qiymətləndirmə

1) Seminar-məşğələ dərslərində tələbə öz fikirlərini məntiqi ardıcılıqla ifadə və izah etməyi, habelə arqumentlərlə əsaslandırmağı bacarmalıdır. Buna nail olmaq üçün tələbə:

2) Seminar məşğələsinin hər bir mövzusu üzrə müzakirəyə çıxarılan suallarla diqqətlə tanış olmalı;

Müvafiq mühazirə materiallarını diqqətlə öyrənməli; Mövzu

üzrə tövsiyə edilən ədəbiyyatı oxumalı və öyrənməli;

Seminar məşğələsində müzakirəyə çıxarılan hər bir sual üzrə qısa çıxış hazırlamalı;

Mövzu üzrə verilən praktik tapşırıqları və məsələləri yerinə yetirməklə praktik bacarıqlara yiyələnəlidir.

Bütün ali məktəblərdə tələbələrin attestasiyası – Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirinin 11.09.2008-ci il tarixli 1060 sayılı əmri ilə təsdiq olunmuş “Kredit sistemi ilə təhsil alan tələbələrin biliyinin qiymətləndirilməsi haqqında” Əsasnaməyə uyğun olaraq aparılır.

Tələbənin fənn üzrə toplaya biləcəyi bal maksimum 100-ə bərabərdir. Bu balların yarısı semestr ərzindəki fəaliyyətə, digər yarısı isə imtahanın nəticələrinə görə toplanır.

XVII. Fənn üzrə kurs işi

Fənn üzrə kurs işi nəzərdə tutulmayıb.

XVIII. Aralıq qiymətləndirmə

Tələbənin aralıq imtahanındakı cavabı 0-30 bal aralığında (maksimum 30 bal) qiymətləndirilir.

XIX. Yekun imtahan

Fənnin tədrisinin sonunda bir dəfə yekun imtahan təşkil olunur. Tələbənin imtahandakı cavabı 0-50 bal aralığında (maksimum 50 bal) qiymətləndirilə bilər. İmtahan yazılı formada və test qaydasında təşkil olunur. Fənn üzrə imtahan sualları yaxud testlər mühazirə mətnləri və məşğələ dərslərinin məzmununa uyğun olaraq tərtib edilir.

Yekun imtahanda tələbə minimum 17 bal toplamazsa, onda imtahana qədər yığılan ballar toplanmır, tələbə bu fəndən krediti qazanmır və onun fənn üzrə akademik borcu qalır.

İmtahanın nəticələrinin qiymətləndirilməsi ilə bağlı tələbənin hər-hansı şikayəti olarsa, tələbə Universitetdə müəyyən olunmuş ümumi qaydalar əsasında Apellyasiya Komissiyasına müraciət edə bilər.

XX. Fənn üzrə yekun qiymətləndirmə

Fənn üzrə tələbələrin yekun biliyi 100 ballıq sistem üzrə qiymətləndirilir.

Balların maksimum miqdarı -100 baldır.

Yekun imtahandan sonra tələbənin fənn üzrə topladığı bütün ballar toplanır və yekun qiymət (bal) hesablanır.

XXI Fənn üzrə qiymətləndirmə

<u>Tələbələrin sərbəst (qrup) işinə görə</u>	<u>=</u>	<u>=</u>
<u>Seminar (məşğələ) dərslərinin nəticələrinə görə</u>	<u>20 bal</u>	<u>20 %</u>
<u>Ara imtahan</u>	<u>30 bal</u>	<u>30 %</u>
<u>Yekun imtahan</u>	<u>50 bal</u>	<u>50%</u>
<u>Semestr nəticəsinə görə</u>	<u>100 bal</u>	<u>100%</u>

Fənn üzrə semestr ərzində (imtahana qədər və imtahanda) tələbənin topladığı balın yekun miqdarına görə onun yekun biliyi aşağıdakı kimi qiymətləndirilir:

51 baldan aşağı olduqda - “qeyri-kafi” – F

<u>51-60 bal</u>	<u>- “qənaətbəxş”</u>	<u>=</u>
		<u>E</u>
<u>61-70 bal</u>	<u>- “kafi”</u>	<u>=</u>
		<u>D</u>
<u>71-80 bal</u>	<u>- “yaxşı”</u>	<u>=</u>
		<u>C</u>
<u>81-90 bal</u>	<u>- “çox yaxşı”</u>	<u>=</u>
		<u>B</u>
<u>91-100 bal</u>	<u>- “əla”</u>	<u>=</u>
		<u>A</u>

Tələbənin topladığı yekun bal 51 baldan aşağı olduqda (yəni onun biliyi “qeyri- kafi” qiymətləndirildikdə) tələbə bu fəndən krediti qazanmır və onun fənn üzrə akademik borcu qalır.

Tərtib etdi:



Dos. Novruzova Sevinc