

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

MAGİSTRATURA PİLLƏSİ ÜÇÜN

BEYNƏLXALQ TURİZMİN TƏŞKİLİ

fənninin

P R O Q R A M I

Bakı – 2016

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

MAGİSTRATURA PİLLƏSİ ÜÇÜN

İxtisas: 060803 - Turizm və otelçilik

PHF-4 BEYNƏLXALQ TURİZMİN TƏŞKİLİ

fənninin

P R O Q R A M I

Bakı Dövlət Universiteti TMSŞ yanında Tədris vəsaitlərinə nəşr hüququnun (qrif) verilməsi üzrə daimi fəaliyyət göstərən Komissiyanın qərarı ilə təsdiq edilmişdir (protokol №00)

Bakı – 2016

PHF-4 BEYNƏLXALQ TURİZMİN TƏŞKİLİ

İzahat vərəqi

Beynəlxalq turizm- hər bir dövlətin xarici iqtisadi əlaqələrinin xüsusi forması və ya digər ölkədə səyahətdə olan insanlar tərəfindən əldə olunan məlumatların mühüm kanalıdır. Beynəlxalq turizm həm də beynəlxalq mədəni əməkdaşlığın səmərəli forması, beynəlxalq əlaqələrin möhkəmlənməsinə və öyrənilməsinə kömək edən vasitədir. Beynəlxalq turizmin təşkili sosial coğrafiyanın bir sahəsi olmaqla ayrı-ayrı region və ölkələrdə turizmin vəziyyəti və xüsusiyyətləri, onun fəaliyyətinin mümkünlüyünü təmin edən şərait və ehtiyatları, həmçinin fəaliyyətin növlərini, turist müəssisələrini öyrənir. Bu baxımdan fənnin tədrisini məqsədəuyğun hesab etmişik. Bu fənnin tədrisinə 45 saat (30s. müh., 15s. məş.) ayrılmışdır.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrantlar **bilməlidir:**

- səyahət və turizmin meydana gəlmə səbəblərini, bunların fərqi;

- turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın formalarını və beynəlxalq turizm təşkilatlarının fəaliyyətini;
- beynəlxalq turizmin inkişafını şərtləndirən amilləri;
- beynəlxalq turizm bazarı, onun fəaliyyət mexanizmi və seqmentlərini;
- dünya turist axınlarının coğrafiyası və bu sahədə dəyişiklikləri;
- turist səfərlərinin təşkilində şirkətlərin rolunu;
- beynəlxalq turizmdə marketinqin xüsusiyyətlərini və turizm şirkətlərinin marketinq sahəsində fəaliyyətini.

Bacarmalıdır:

- turizmdə kütləviliyin meydana gəlməsi səbəbini təhlil etməyi;
- turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın əhəmiyyətini və beynəlxalq turizm təşkilatlarının fəaliyyətini qiymətləndirməyi;
- beynəlxalq turizmin inkişafının sosial-iqtisadi amillərinin təhlilini;
- beynəlxalq turizm bazarının fəaliyyət mexanizmini təhlil etməyi;
- dünya turist axınlarının coğrafiyasında regional dəyişiklikləri müqayisə etməyi;
- beynəlxalq turların təşkilində aidiyyəti olan şirkətlərin fəaliyyət mexanizminin təhlil etməyi;
- beynəlxalq turizm bazarını təhlil etməyi.

Yiyələnməlidir:

- turizm və səyahəti fərqləndirməyə, bunları turizmdə kütləviliklə müqayisə etməyə;
- turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın formalarını tətbiq etməyə;
- xarici ölkələrə turların təşkilində turoperator və agentlərin fəaliyyət mexanizmini təhlil etməyə;
- beynəlxalq turizm bazarının düzgün təhlilinə və s.

Mövzular üzrə saatların bölgüsü

№	Mövzular	müh.	məş.	cəmi
1	Kursun məqsədi, vəzifələri, öyrənilmə tarixi	2	-	2
2	Səyahət və turizmin meydana gəlmə səbəbləri	2	-	2
3	Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas amilləri	2	2	4
4	Turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq	2	-	2
5	Beynəlxalq turizm sosial-iqtisadi hadisə kimi	2	2	4
6	Turizm sənayesinin xidmətlərinə tələbat	2	-	2
7	Beynəlxalq turizm bazarı	4	2	6
8	Turizm bazarının planlaşdırılması	2		2
9	Beynəlxalq turizm bazarının fəaliyyət mexanizminin xüsusiyyətləri	2		2
10	Beynəlxalq turizmin coğrafiyası	2	2	4
11	Beynəlxalq turist səfərlərinin təşkili	2	-	2
12	Beynəlxalq turizmdə informasiya texnologiyaları	2	2	4
13	Beynəlxalq turizmdə agent müqaviləsi	2	-	2
14	Beynəlxalq turizm bazarında marketinq	3	2	5
Cəmi:		30	15	45

Mövzular və onların məzmunu

1.Kursun məqsədi, vəzifəsi, öyrənilmə tarixi

Fənnin tədris olunmasının məqsəd və vəzifələri. XX əsrin ikinci yarısından başlayaraq dünya iqtisadiyyatında beynəlxalq turizmin mövqeyi. Turizm XX əsrin fenomeni kimi. Turizmdə kütləvilik. Finikiyalılar turizm biznesinin baniləri kimi. Turizmin tədqiq olunmasında əməyi olan mütəxəssislər və alimlər [1], [5], [6].

2.Səyahət və turizmin meydana gəlmə səbəbləri

Okeaniya sakinləri ilk səyahətçilər kimi. Aralıq dənizi ölkələri sakinlərinin səyahətləri. Roma və yunan səyahətləri. Səlib müharibələri dövründə avropalıların səyahətləri. A.Nikitin, Marko Polo, Vasko de Qamo, X.Kolumbun səyahətlərinin səbəbləri. Böyük coğrafi kəşflər. Müasir dövrdə səfərlərin yeni növləri [1], [5], [6], [10].

3.Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas amilləri

«Səyahət» və «turizm» insanın müəyyən fəaliyyət tərzini təsvir edən ayrılmaz anlayışlar kimi. Yeni torpaqların kəşfi dəniz səyahətlərinə təkan verən amil kimi. Turizmin səyahətlərdən fərqi. Turizmin tarixi barədə müxtəlif fikirlər. T.Kuk ilk səyahəti təşkil edən şəxs kimi.

Texniki tərəqqi və kütləvi turizm.

1925-ci ildə beynəlxalq turizmə həsr olunmuş I Haaqa konfransı. II dünya müharibəsindən sonra beynəlxalq turizmin strukturunda baş vermiş dəyişikliklər [1], [5], [6].

4.Turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq

Turizm sahəsində əməkdaşlığın məqsəd və vəzifələri. İkitərəfli və çoxtərəfli əməkdaşlıq. Mühüm beynəlxalq turizm təşkilatları. Turizm təşkilatlarının təsnifatı. ÜTT və onun təşkilatı strukturu. Beynəlxalq turizmin inkişafında BMT-nin mühüm sənədləri. BMT-nin turizm sahəsində fəaliyyəti [1], [6].

5.Beynəlxalq turizm sosial-iqtisadi hadisə kimi

Turizmin müasir vəziyyəti. Beynəlxalq turizmin əhəmiyyəti. Turizmin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti. Beynəlxalq turizmin inkişafını müəyyən edən sosial və iqtisadi amillər. Turizm sənayesi və turizm iqtisadiyyatı. Dövlətin turizm siyasəti. Turizm fəaliyyətinin müsbət və mənfi tərəfləri [1], [6], [8].

6. Turizm sənayesinin xidmətlərinə tələbat

Turizm sənayesinin strukturu və tərkibi. Təklif və tələbat planlaşdırmanın balanslaşdırılmış məqsədi kimi. Turizm bazarı anlayışı. Turizm bazarında turizm xidmətlərinin realizə olunması. Turizm bazarının ərazi strukturu. Təşkil olunmuş istirahət və turizm anlayışları. Nəqliyyat növlərinin turizm sənayesinə təsiri [6], [7], [8].

7. Beynəlxalq turizm bazarı

Turizm bazarı iqtisadi münasibətlərin təzahürü kimi. Beynəlxalq turizm bazarı, turoperator və turagent anlayışları. Beynəlxalq turizm bazarında dəyişikliklər və bunların səbəbi. Beynəlxalq turizm bazarı fəaliyyətinin mexanizmi. Turizm döviyyəsi. Mövsümiyin beynəlxalq turizm bazarına təsiri. Mövsümlilik əmsalının təyin edilməsi. Beynəlxalq turizm bazarının seqmentləri [1], [2], [6], [8].

8. Turizm bazarının planlaşdırılması

Turizm bazarının planlaşdırılması turizmin ümumi inkişafının bir sahəsi kimi. Ölkələrin, beynəlxalq turizm təşkilatlarının bazarın planlaşdırılmasında rolu. Planlaşdırmanın müddəti, planlaşdırma və reklam-informasiya xidmətləri, bazarın tutumu [6], [8], [9].

9. Beynəlxalq turizm bazarının fəaliyyət mexanizminin xüsusiyyətləri

Qiymət və qiymət əmələgəlmə anlayışları. Turizm bazarında maliyyə münasibətlərinin təşkili. Maliyyələşdirmənin əsas funksiyaları [8], [9].

10. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası

Beynəlxalq turizmin coğrafi amilləri. Təbii, iqtisadi və sosial-coğrafi amillər. Dünya turist axınlarının coğrafiyası. Beynəlxalq turizmin formaları, növləri və coğrafiyası. Beynəlxalq turizmin coğrafiyasında struktur dəyişikliklər [1], [8], [9].

11. Beynəlxalq turist səfərlərinin təşkili

Turist səfərlərinin təşkilində turizm şirkətlərinin rolu. Agentliklər arasında müqavilə. Beynəlxalq turların təşkilində turoperatorların rolu. Turizm agentliklərinin fəaliyyəti və iş texnologiyası [1], [2], [6], [8].

12. Beynəlxalq turizmdə informasiya texnologiyaları

Turizmdə informasiya texnologiyalarının növləri. AMADEUS sistemi. QALİLEO sistemi. Turizmdə internetdən istifadə texnologiyası. Turizm saytlarının elementləri. Mühüm beynəlxalq turizm saytları [6], [7], [8].

13. Beynəlxalq turizmdə agent müqaviləsi

Agent müqaviləsi və onun mahiyyəti. Agent müqaviləsində əsas prinsiplər. Agent müqaviləsinin şərtləri. Müqavilənin obyektı. Beynəlxalq turların satışında müqavilənin əhəmiyyəti [2], [8].

14. Beynəlxalq turizm bazarında marketing

Turizm marketinginin xüsusiyyətləri və kompleks səciyyəsi. Beynəlxalq turizmdə marketing konsepsiyası. Beynəlxalq turizm bazarının təhlili. Marketing informasiya sistemi. Turizm

tələbatının seqmentləşdirilməsi. Regional və milli səviyyədə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin marketing sahəsində fəaliyyəti [8], [11].

Ədəbiyyat:

Əsas

- 1.Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası . Bakı: “R.N. Novruz-94”, 2002, 547 s.
- 2.Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: “CBS”, 2011, 364 s.
- 3.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Baba-zadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: «Parni iz Baku», 2005, 220 s.
- 5.Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: «АСПЕКТ-ПРЕСС», 2001, 470 с.
- 6.Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М.: «ЮНИТИ-ДАНА», 2011, 255 с.
- 7.Глушко А.А., Сазыкин А.М. География туризма. Владивосток, 2002, 255 с.
- 8.Экономика и организация туризма: Международный туризм. Под ред. И.А.Рябовой и др. М.: КНОРУС, 2005, 576 с.

Əlavə:

9. Atalay İ. Dünya Coğrafiyası. İstanbul, 2001, 549 s.
10. Özgüç N., Turizm coğrafiyası. İstanbul, 2003, 321 s.
- 11.Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие для студентов вузов. – 3-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2003, 316 с.

