

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ

Coğrafiya fakültəsi
Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrası

BAKALAVR PİLLƏSİ ÜÇÜN

P R O Q R A M

(II Kurs)

İXTİSAS – 050810 “TURİZM İŞİNİN TƏŞKİLİ”

**FƏNN – “QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNİN
İDARƏ EDİLMƏSİ”**

BAKİ – 2021

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ

Coğrafiya fakültəsi
Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrası

BAKALAVR PİLLƏSİ ÜÇÜN

P R O Q R A M

(II Kurs)

İXTİSAS – 050810 “TURİZM İŞİNİN TƏŞKİLİ”

**FƏNN – “QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNİN
İDARƏ EDİLMƏSİ”**

Bakı Dövlət Universiteti Coğrafiya fakültəsi
Elmi Şurasının sentyabr 2021-ci il sayılı
iclasının qərarı ilə fənn proqramı kimi
təsdiq edilmişdir.

BAKİ - 2021

Elmi redaktor:

Soltanova Həbibə Bayraməli q. – BDU, Coğrafiya fakültəsi, Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının müdiri, c.e.n., dosent

Tərtib edən:

Dərgahov Vüqar Səttar o. - BDU, Coğrafiya fakültəsi, Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının baş müəllimi, c.e.n.

Talıbov Səbuhi Əlibala o. - BDU, Coğrafiya fakültəsi, Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının müəllimi, c.ü.f.d.

Rəy verənlər:

1.AMEA, Akad. H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutunun baş elmi işçisi, c.e.n. **Kərimov Rövşən Nəriman oğlu.**

2.BDU, Coğrafiya fakültəsi, Azərbaycan coğrafiyası və coğrafiyanın tədrisi metodikası kafedrasının müəllimi, **Məmmədov Qoşqar Vətən oğlu.**

QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ

İzahat vərəqi

”Qonaqpərvərlik sənayesinin idarə edilməsi” fənni “Turizm işinin təşkili” ixtisası üzrə təhsil alan tələbələr üçün II kursun payız semestrində 60 saat (30 saat mühazirə, 30 saat seminar) həcmində planlaşdırılmışdır.

Fənnin tədrisində əsas məqsəd tələbələrə qonaqpərvərlik sənayesinin tərkib hissələri, təsnifatı, idarəetmə strukturu, bu sahənin planlaşdırılması, idarə olunması, rəqabət mühiti, kəfiyyət göstəriciləri, planlaşdırılması, düzgün idarə edilməsi haqqında geniş və ətraflı biliklər verməkdir. Fənn qonaqpərvərlik sənayesində fəaliyyət göstərən obyektlərin iqtisadi effektivliyi, maliyyə idarəetməsi, risklər, investisiya siyasəti və strategiyası, İKT tətbiqi haqqında dərin bir anlayışın formalaşmasına yönəlmişdir. Fənnin məzmunu regional və orta səviyyəli qonaqpərvərlik sənayesinin idarə olunması və marketinqinin əsas aspektlərini əks etdirir. Tədris müddətində tələbələr qonaqpərvərlik sənayesinin əsas idarəetmə metodları, əqəriyyələri, növləri, təşkili istiqamətləri, idarəedilməsi, marketinqi və bu sahədə mövcud olan modelləri mənimsəyəcəkdir. Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində tələbələr **bilməlidir**:

- Qonaqpərvərlik sənayesinin tərkib hissələri və təşkili formaların;
- Qonaqpərvərlik sənayesində idarəetmə metodlarında yeni yanaşmaları;
- Qonaqpərvərlik sənayesinin turizmdə rolunun müəyyən edilməsini;
- Qonaqpərvərlik sənayesində rəqabət və iqtisadi effektivliyin təmin olunmasını;
- Qonaqpərvərlik sənayesində risklərin idarə olunmasını;

Bacarmalıdır:

- Qonaqpərvərlik sənayesinin turizmdə rolunu təhlili etməyi;
- Qonaqpərvərlik sənayesində müasir idarəetmə metodlarını izah etməyi;
- Qonaqpərvərlik sənayesində marketinqin təşkili və SMM təhlili etməyi;
- Qonaqpərvərlik sənayesində maliyyə sənədlərinin tərtibi və onu izah etməyi;
- Qonaqpərvərlik sənayesində risklərin idarə olunmasını təhlil etməyi;
- Qonaqpərvərlik sənayesində strateji menecmentin tətbiqi və təhlili etməyi.
- Qonaqpərvərlik sənayesində planlaşdırma və pronozlaşdırmadan istifadə edilməsini.

Yiyələnməlidir:

- Qonaqpərvərlik sənayesində nəzəri biliklərə və yeni yanaşmaların öyrənilməsini;
- Qonaqpərvərlik sənayesində idarə etmənin təkmilləşdirilməsinin istiqamətlərini;
- Qonaqpərvərlik sənayesində risklərin idarə olunması və İKT tətbiqinə;
- Qonaqpərvərlik sənayesində qərarların qəbulu prosedurlarına yiyələnməyi;
- Qonaqpərvərlik sənayesinin ayrı-ayrı növləri üzrə idarə etmənin tətbiqinə.

Mövzular üzrə saatların bölgüsü

№	Mövzular	Cəmi	O cümlədən	
			Məş.	Məş.
1	Qonaqpərvərlik sənayesi müəssisələri anlayışları, təsnifatı	4	2	2

	və idarəetmə obyektini kimi səciyyəsi			
2	Qonaqpərvərlik sənayesi müəssisələrində idarəetmə strukturları, metod və formaları	4	2	2
3	Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrində iqtisadi strategiyaların müəyyən olunması	4	2	2
4	Qonaqpərvərlik sənayesində planlaşdırma və proqnozlaşdırma	4	2	2
5	Qonaqpərvərlik sənayesində keyfiyyətin idarə olunması	4	2	2
6	Qonaqpərvərlik sənayesində gəlir və xərclərin idarə olunması	4	2	2
7	Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrinin rəqabətliyi və iqtisadi effektivliyin təmin olunması	4	2	2
8	Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrində İKT tətbiqi və idarə olunması	4	2	2
9	Qonaqpərvərlik sənayesində investisiya siyasəti və strategiyası	4	2	2
10	Qonaqpərvərlik sənayesində maliyyə resurslarının idarə olunması və qiymət siyasəti	4	2	2

11	Qonaqpərvərlik sənayesində böhran və risklərin idarə olunması	4	2	2
12	Qonaqpərvərlik sənayesində marketing strategiyası, SMM-in rolu və idarə olunması	4	2	2
13	İctimai iaşə müəssisələri və restoran biznesinin idarə edilməsi	4	2	2
14	Əyləncə müəssisələrinin idarə olunmasının iqtisadi əsasları	4	2	2
15	Qonaqpərvərlik sənayesində qərarların və personalın idarə olunması	4	2	2
	CƏMI:	60	30	30

Mövzular və onların məzmunu

1. Qonaqpərvərlik sənayesi müəssisələri anlayışları, təsnifatı və idarəetmə obyektini kimi səciyyəsi

Qonaqpərvərlik sənayesi anlayış. Qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf tarixi. Qonaqpərvərlik müəssisələri və onların təsnifatı. Otel, iaşə müəssisələri, restoranlar, kiçik qidalanma müəssisələri, əyləncə mərkəzləri. Tamamlayıcı qonaqpərvərlik müəssisələri: butik otellər, termal təsislər, kiçik yerləşmə müəssisələri, kafentariya, “fasfud” restoranları. Qonaqpərvərlik müəssisələrinin təşkili formaları. Qonaqpərvərlik müəssisələrində xidmətin strukturu. Müqavilə münasibətlərinin idarə edilməsi. Bronlaşma, müşəri xidmətlərinin idarə olunması [6,9,10,11,12].

2. Qonaqpərvərlik sənayesi müəssisələrində idarəetmə strukturları, metod və formaları

Qonaqpərvərlik sənayesində idarəetmənin klasik menecment metodları. Qonaqpərvərlik sənayesində iqtisadi, sosial-psixoloji, birokratik idarəetmə metodları, üstün və mənfii tərəfləri. Qonaqpərvərlik sənayesində idarəetmə metodları və modelləri. İdarəetmə stilləri, QRİD sistemi. İdarəetmədə yeni yanaşmalar. “ACCOR” qrupda idarəetmədə müsair yanaşmalar [4,5,6,10,11].

3. Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrində iqtisadi strategiyaların müəyyən olunması

Qonaqpərvərlik müəssisələrinin idarə olunmasında iqtisadi startegiyaların tətbiqi və əhəmiyyəti. Qonaqpərvərlik müəssisələrində iqtisadi modellərin tətbiqi. Strategiyanın növləri və metodlarının seçilməsi. Qərarların qəbul edilməsində iqtisadi strategiyanın rolu. “Hitton” şəbəkəsində bazar strategiyasında iqtisadi metodları [5.6.9,10,11].

4. Qonaqpərvərlik sənayesində planlaşdırma və proqnozlaşdırma

Qonaqpərvərlik sənayesində planlaşdırmanın istiqamətləri. Regional və bazara uyğun planlaşdırma və proqnozlaşdırma. Planlaşdırmada fərdi yanaşmalar. Bazar strategiyasının qurulmasında planlaşdırma və proqnozlaşdırmanın rolu. “FasFud” şəbəkələrində regional planlaşdırma və proqnozlaşdırma strategiyası [2,4,6,7,10].

5. Qonaqpərvərlik sənayesində kefiyyətin idarə olunması

Qonaqpərvərlik sənayesində kefiyyət göstəriciləri, onların standartlaşması və sertifikatlaşması. Kefiyyət göstəricilərinin idarə olunmasında yeni yanaşmalar. Müştəri tələbinə, xidmət standartlarına görə kefiyyətin idarə edilməsi. Qonaqpərvərlik

müəssisələrində kefiyyətə nəzarətin menecmenti. “KFC” kefiyyətin idarə olunması təcrübəsi [6,7,9,10,11].

6. Qonaqpərvərlik sənayesində gəlir və xərclərin idarə olunması

Qonaqpərvərlik sənayesində gəlir mənbələri. Sabit, dəyişkən, marjinal gəlirlərin idarə olunması. Xidmətlər üzrə xərclər, maya dəyər, satış imkanlarının dəyərləndirilməsi. Qonaqpərvərlik müəssisələrində gəlirlərin nəzərə alınmasında tələbatın elastikliyinə idarəedilməsi. Gəlir mənbələrinin artırılması istiqamətləri. Gəlir və xərclərin idarə edilməsində yeni yanaşmalar. “ACCOR” qrupda gəlir və xərclərin idarəedilməsi təcrübəsi [6,7,9,10,12].

7. Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrinin rəqabətçiliyinin və iqtisadi effektivliyin təmin olunması

Qonaqpərvərlik sənayesində rəqabət mühiti və onun dəyişməsi. Rəqabət mühitinin formalaşmasında idarəetmənin əhəmiyyəti. Regional bazarlarda rəqabətin idarə olunması. Rəqabət strategiyası. Kefiyyət, innovasiya, bazarda mövqeyi, bəndinqinə görə rəqabət imkanları və onun idarə olunması. Qonaqpərvərlik sənayesində rentabənlik və iqtisadi səmərəliliyin təmin olunması istiqamətləri. Gəlirlərin maksimallaşdırılması. Qonaqpərvərlik sənayesində məhsul strategiyasının iqtisadi effektivliyi. MARRİOT qrupda bazarda rəqabət üstünlüyünün təmin olunması təcrübəsi [7,9,10,11,12,13].

8. Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrində İKT tətbiqi və idarə olunması

Qonaqpərvərlik sənayesində İKT tətbiq sahələri. Qonaqpərvərlik sənayesində məlumat bazasının yaradılması və idarəedilməsi. Data bazaların növləri və idarə edilməsi.

İdarəetmənin müxtəlif səviyyələrində İKT tətbiqi. İKT qonaqpərvərlik müəssisələrində sahə miqyasında tətbiqi.

9. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiya siyasəti və strategiyası

Qonaqpərvərlik sənayesində investisiya mənbəyi. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiya strategiyası. Investisiya ilə bağlı biznes qərarların verilməsi. Qonaqpərvərlik müəssisələrində iqtisadi artıma görə investisiya strategiyası. Qonaqpərvərlik müəssisələrində inkişafa yönəldilən investisiyalar. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiyanın mənbələri: özünü maliyyələşdirmə, xarici qayanaqlar, satınalmalar, iri sərmayədarlar və banklar. Qonaqpərvərlik müəssisələrində investisiyalar üzrə risklərin idarə edilməsi [4,6,7,9,10,12].

10. Qonaqpərvərlik sənayesində maliyyə resurslarının idarə olunması və qiymət siyasəti

Qonaqpərvərlik sənaye müəssisələrində maliyyə mənbələri, gəlir və xərclər, sabit, dəyişkən maliyyə qayaqlarının idarə olunması. Müəssisələrinin bölmələri üzrə maliyyə mənbələrinin idarə olunması. Maliyyə mənbələrinin idarə olunmasında risklər. Qonaqpərvərlik müəssisələrində büdcənin tərtibi. Qiymət siyasətinin maya dəyərə, “brendin” növünə, tələb, təklifə, bazar payına görə təşkili. Bazarda qiymətin idarə olunmasında marketinq yanaşmaları. Qonaqpərvərlik müəssisələrinin təklif etdiyi məhsul növlərinə görə bazarda qiymət siyasəti. Bazara daxil olmada qiymət siyasətinin idarə olunması [8,9,10,11,12,13].

11. Qonaqpərvərlik sənayesində böhran və risklərin idarə olunması

Qonaqpərvərlik sənayesində böhran menecmenti. Böhrana hazırlıq və onun idarə olunması. Qonaqpərvərlik müəssislərində maliyyə böhranlarının idarə olunması. Beynəlxalq və regional miqyasda baş verən böhranların qonaqpərvərlik sənayesinə təsiri. Qonaqpərvərlik sənayesində risk amilləri və onların qruplaşdırılması [7,9,12,13].

12. Qonaqpərvərlik sənayesində marketing strategiyası.

Qonaqpərvərlik sənayesi müəssislərində məhsul strategiyasının formalaşdırılması. Yeni məhsul ideyalarının axtarışı. İdeaların qiymətləndirilməsi və seçilməsi. Məhsulların sınaq nümunələrinin hazırlanması. Sınaq marketingi və məhsulun testi. Tələbin, satışın, xərclərin və mənfəətin qiymətləndirilməsi. Marketing planının hazırlanması. Uğur və uğursuzluğun qiymətləndirilməsi. Qonaqpərvərlik sənayesində tanıtım strategiyası. Strateji marketing qərarları və xərclərin təyin edilməsi. Marketing auditi. Qonaqpərvərlik sənayesində SMM tətbiq sahələri. SMM idarə olunmasında mövcud problemlər və “marka” siyasəti. SMM təşkilində bazar konyukturalarının müəyyən edilməsi. “Four Seasons” şəbəsində SMM təşkili istiqamətləri [7,10,11,12,15].

13. İctimai iaşə müəssisləri və restoran biznesinin idarə edilməsi

İctimai iaşə müəssislərinin təsnifatı, qonaqpərvərlik sənayesində yeri. İctimai iaşə müəssislərinin fəaliyyəti. Otel daxili qidalanma müəssislərinin idarə olunması. Qidalanma müəssislərində xidmətin standartlaşması və təşkilinə qoyulan tələblər. Restoran biznesinin qonaqpərvərlik sənayesində rolu. Restoran biznesinin təşkili formaları.

Restoran biznesində satınalmalar, təchizat, servisın növləri. Restoran biznesində idarəetmənin təşkili istiqamətləri. İdarəetmədə fərdi və ümumi yanaşmalar [9,11,12,17].

14. Əyləncə müəssisələrinin idarə olunmasının iqtisadi əsasları

Qonaqpərvərlik sənayesində əyləncə müəssisələrinin rolu. Əyləncə sənayesinə daxil olan xidmətlər. Əyləncə müəssisələrinin təqdim etdiyi xidmətlər. Animasiyaların təşkili və idarə olunması. Əyləncə məhsullarının cəlbədiciliyi və dəyərləndirilməsi. Otellərdə əyləncə xidmətlərinin növləri, turist cəlb etmə amili və onların idarə edilməsi [7,9,11,12,13].

15. Qonaqpərvərlik sənayesində qərarların və personalın idarə olunması

Qonaqpərvərlik sənayesində kadrların seçilməsi, işə qəbulu, təlimi, inkişafının təmin olunması. Personalə qoyulan tələblər. Kollektivlə işləmək bacarığı. Yeni personala olan tələbin müəyyənləşdirməsi. İnsan resursları xidmətinin idarə olunması. Qonaqpərvərlik sənayesində qərarların qəbulu metodları. Qərarların qəbulu prosesləri və ona təsir edən amillər. Qərarların qəbulunda kollegiallıq və onun idarə olunması. Regiona və bazara görə qərarların verilməsi. İndividual, effektiv qərarların verilməsi və onun idarə edilməsi. Qərarların icrasına nəzarət [4,8,11,12,13,14].

ƏDƏBİYYAT

Əsas:

1. Ağakərimov Müzəffər Otel Bakı, 2008, 207 s.
2. Ağakərimov Müzəffər Hotel memnecenti, Bakı, 2017.
3. Ağakərimov Müzəffər Hotel biznesi, Bakı, 2021

4. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М.: Академия, 2003. -224 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск.: Новое знание, 2007. - 496 с.
6. Волков Ю.Ф. Основы индустрии гостеприимства, М: 2009, 243 с.
7. Котлер Ф, Боуэн Дж, Мейкенз Дж Маркетинг Гостеприимство Туризм, М.: ЮНИТИ ДАНА 2002. 540 с.
8. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. М.: Гранд: Фаир-пресс, 2014. 302 с.
9. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства. М.: 2015. 380 с.
10. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство.2-ое изд., М.: ЮНИТИ-Дана, 2002. 607 с.
11. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс. пер. с англ. [В.Н. Егорова]. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. 880 с.
12. Clayton W. Barrows, Tom Powers, Dennis Reynolds (2016) INTRODUCTION TO MANAGEMENT IN THE HOSPITALITY INDUSTRY, John Wiley & Sons, Inc., 748pg
13. Dr Benny Chan (2016) Manual on Module II Introduction to Hospitality, The Hong Kong Polytechnic University, 326 pg.

Əlavə

14. Shulga, L.V., Busser, J.A. and Bai, B. (2021), "Hospitality business models, customer well-being and trust: the mediating role of competitive service advantage", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33 No. 9, pp. 3040-3064. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1033>

15. Sun, J., Leung, X.Y. and Bai, B. (2021), "How social media influencer's event endorsement changes attitudes of followers: the moderating effect of followers' gender", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33 No. 7, pp. 2337-2351. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-0959>
16. Xu, S. and Martinez, L. (2018), "Applications of latent growth curve modeling: a research agenda for hospitality management", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 30 No. 11, pp. 3268-3286. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0650>
17. Туватова В. Е. Методы инновационного маркетинга в ресторанном бизнесе // *Маркетинг в России и за рубежом*, 2014. № 3. С. 55-58.
18. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. — М.: Академия, 2005.-208 с.
19. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве. — М.: Финансы и статистика, 2005. -192 с.
20. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / В.С.Янкевич, Н.Л.Безрукова; Под ред. В.С.Янкевич. — М.: Финансы и статистика, 2005. 416 с.