



АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР
ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕР УНИВЕРСИТЕТІ

Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ
ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру
кешенінің бизнес-экономикалық
бағыт бойынша

БАҒДАРЛАМАСЫ

Алматы 2023



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕР УНИВЕРСИТЕТІ



Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ
ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешенінің
бизнес-экономикалық бағыт бойынша

БАҒДАРЛАМАСЫ

Алматы, 2023 ж.

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері Университеті АҚ әзірлеген.

2023 жылғы " 24 " қаңтардағы Абылай хан атындағы ҚХҚжӨТУ Ғылыми кеңесі ұсынған (№6 хаттама).

Ғылыми редактор: ҚР ҰҒА Академигі, профессор, филология ғылымдарының докторы С.С. Кунанбаева

Авторлары:

Ескалиев М.Д., э.ғ.д., профессор.

Атчабарова А. М., э.ғ.к., PhD., доцент.

Қалғанбаев Н. А., э.ғ.к., доцент.

МАЗМҰНЫ

1. Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендерінің бағдарламаларын негіздеу.....	4
2. "Әлеуметтік экономиканы жаңғырту және қазіргі заманғы геоэкономикалық үрдістер" инновациялық-қолданбалы ғылыми-зерттеу мектебінің (ҒЗИЖМ) жоспар-бағдарламасы.....	9
3. Жоспардың тақырыбы-қолданбалы өнімдермен ғылыми-диссертациялық зерттеулер бағдарламасы	20
4. Major-minor теориялық-практикалық курсының бағдарламасы	24

Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендерінің бағдарламаларын негіздеу

Қазіргі заманғы кәсіптік білім, оның көп деңгейлі және интеграцияланған мәні, инновациялық ерекшеліктерді ескере отырып, оны әртараптандыру қажеттілігінен туындаған, салалық кәсіптік білім берудің заманауи модельдерін, студенттердің нақты әлеуметтік-экономикалық міндеттерді шешуге бағытталған кәсіби-шығармашылық және инновациялық қызметін функционалды-мазмұнды құрылымдауға және басқаруға негізделген олардың ұйымдары мен басқару жүйесін дамыту қажеттілігін тудырады. Е. кәсіптік-салалық білім беру кәсіптік-креативті процестің моделі түрінде болады. Бұған өндіріспен тығыз ынтымақтастық, ғылыми инновациялық-өндірістік кешендерді ашу, ЖОО базасында инновациялық-қолданбалы зертханалар, кәсіби-бағдарланған технологиялар орталықтарын құру және т. б. арқылы қол жеткізіледі.

Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2021 – 2025 жылдарға арналған тұжырымдамасын іске асыруға бағытталған ҚР-дағы білім беру жүйесін жаңғырту жөніндегі жүйелі және ауқымды шаралар Білім берудегі жаһандану процестерінің қазіргі заманғы көріністері болып табылады (Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2018 жылғы 20 желтоқсандағы № 846 Қаулысы). Ғылыми-инновациялық-кәсіптік-білім беру кешенінің бағдарламасы білім берудегі прагматизмнің қазіргі заманғы дидактикалық тұжырымдамасына негізделеді, ол білім берудің білім-жинақтау парадигмасының еңбек саласы мен білім беру саласының өзара іс-қимылының құрылатын сындарлы тетіктері жағдайында алынған білімнің кәсіби іскерлікке кәсіби-қолданбалы проекциясын қамтамасыз ететін прагмо-функционалдық ауысуын алдын ала айқындайды.

Үшінші мыңжылдықтың білім беру моделі тұрақты дамудың жаһандық стратегиясымен алдын-ала анықталған, оның негізгі бағыттарының бірі білім беруді жаһандандырудың қазіргі

тенденциясы және бірыңғай білім беру қауымдастығын қалыптастыру болып табылады, онда жоғары білім серпінді және нақты прогресті қозғаушы күш ретінде әрекет етуге арналған. Зияткерлік ұлттың жаңа буынын қалыптастыру үшін қоғамның және экономиканың нақты секторының қазіргі заманғы қажеттіліктеріне сәйкес келетін кәсіби кадрларды дайындауға ықпал ететін инновациялық-зияткерлік кластерлік жүйені қалыптастырудың нысаналы міндеті бар жаңа технологиялар мен инновацияларды енгізу арқылы бәсекеге қабілеттіліктің және нарықтық-экономикалық модификациялардың халықаралық парадигмасы контекстінде отандық білім беруді жаңғырту қажет тапсырмалар.

Олардың тиімділігін бағалау мен тануға және университеттің білім беру-кәсіптік жүйесіне енгізуге дейін эксперименттік-тәжірибелік сипатқа ие осындай инновациялық-білім беру зерттеу құрылымдарымен қатар.

Абылай хан атындағы ҚХҚжӘТУ 2014 жылдан бастап ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендерінің бағдарламалар жүйесінен тұратын университеттің бірыңғай ғылыми-білім беру кәсіптік-инновациялық инфрақұрылымын құрудың заманауи-сұранысқа ие ұйымдастыру-басқару жүйесіне көшті.

Төрт ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешені (ФИКББ) форматында қалыптастырылған бірыңғай ғылыми-инновациялық кәсіптік білім беру инфрақұрылымы ЖОО-ны дамыту мен басқарудың тігінен кластерлік тетігінің негізін қалады.

Тігінен кластерлік басқару жүйесін инновациялық түрлендіруге ашықтық университетке құзыреттілік моделінің төрт сатылы жүйесіне көшуге мүмкіндік берді: кәсіби бағдарланған, кәсіби негізделген, кәсіби сәйкестендіретін және мәдениетаралық коммуникативті.

Университеттердің ғылыми-білім беру қызметін басқарудың кешенділігі мен интеграциялануына көшу қажеттілігі:

1. ел дамуының стратегиялық міндеттерінің бірі ретінде қарастырылатын мемлекеттің, ғылымның, білімнің, бизнестің өзара іс-қимылының тиімді тетіктері бар орнықты ұлттық инновациялық жүйені құру қажеттілігі;

2. инновацияларға бейім, халықаралық кооперация мен өзара іс-қимылға негізделген инновациялық-зерттеу және енгізу қызметін ұйымдастыруға және жүзеге асыруға қабілетті білікті мамандардың сапалы жаңа генерациясын даярлауды қамтамасыз ететін инновациялық ғылыми-білім беру жүйесін қалыптастыру қажеттілігі.

Бірыңғай бағдарламаға бағынатын, синтезделген түрде жүзеге асырылатын университеттің көпфункционалды қызметінің осындай интеграцияланған көрінісі:

- білім беру;
- ғылыми-зерттеу;
- инновациялық-енгізу;
- кәсіпкерлік-коммерцияландыру;
- ғылыми-білім беру нәтижелі және т. б.

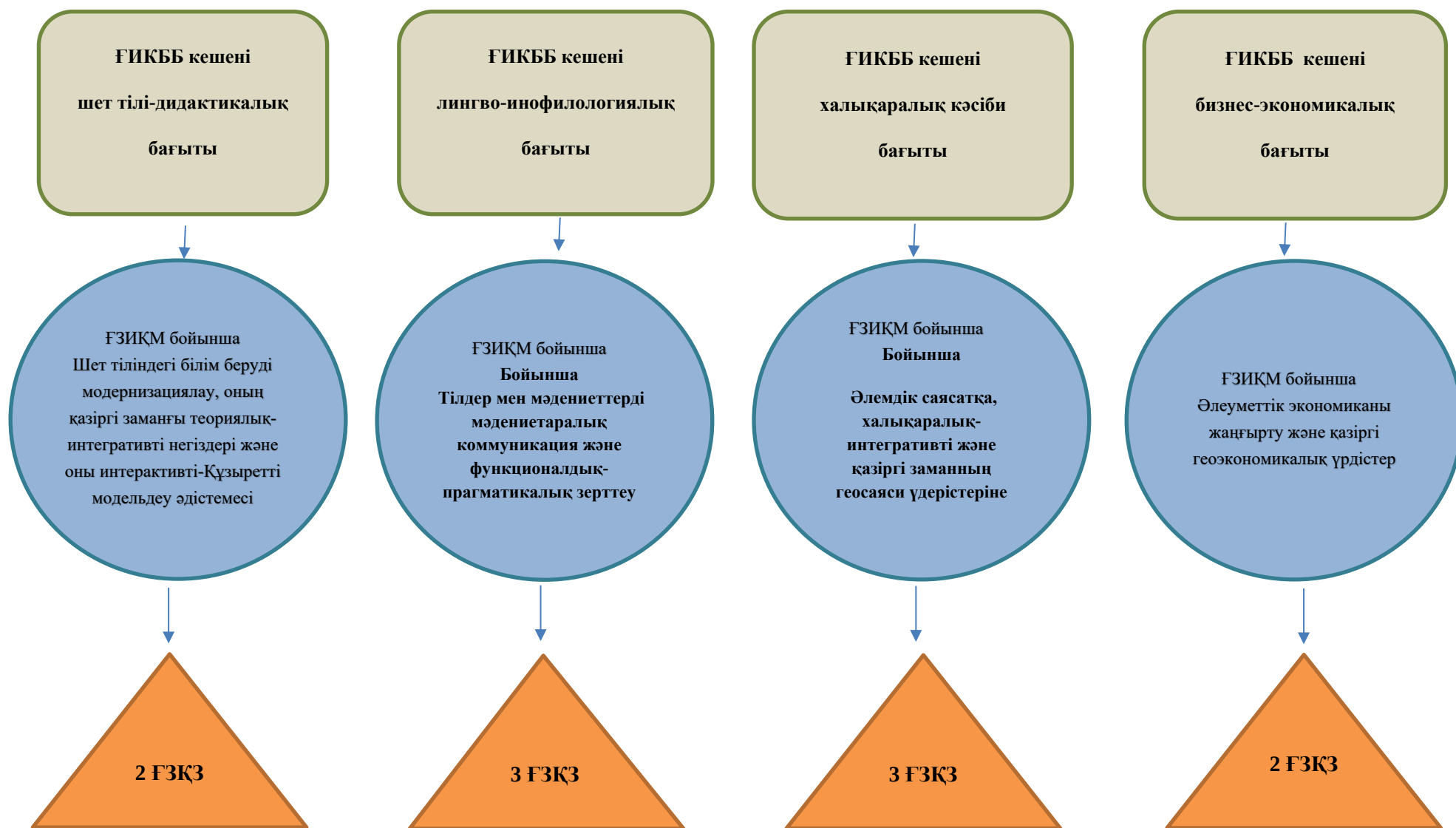
функциялары, ҚР техникалық-экономикалық дамуының мемлекеттік басымдықтарын кешенді іске асыруға және ғылыми-кәсіби кадрларды мақсатты түрде даярлауға бағытталған.

Абылай хан атындағы ҚХҚЖӘТУ басқарушылық ұйымдық құрылымы. Кәсіптік білім беруді, ғылымды, бизнесті және өндірісті гуманитарлық-зияткерлік ғылыми-өндірістік салаға тән Нәтижелілік пен өнімділік нысандарымен органикалық біріктіру үшін ашық, осылайша мынадай ҒЗЖ кешендері (ғылыми-инновациялық,- кәсіптік-білім беру кешендері) айқындалды:

1. шет тілдік-дидактикалық бағыт бойынша инновациялық-кәсіптік-білім беру кешені (ШТД);
2. лингвистикалық-филологиялық бағыт бойынша инновациялық-кәсіптік-білім беру кешені (ЛФБ);
3. халықаралық-кәсіптік бағыт бойынша инновациялық-кәсіптік-білім беру кешені (ХКБ).
4. бизнес-экономикалық бағыт бойынша инновациялық-кәсіптік-білім беру кешені (БЭБ);

Кешендердің (ФИКББ) интегративті қызметін ғылыми-білім беруді басқару, ұйымдастыру және реттеу жүйесіне кешеннің интегративті бағдарламасы ретінде мынадай құрам енгізіледі (1-сурет):

Абылай хан атындағы ҚХҚЖӘТУ ҒИКББ -кешендерінің ұйымдық құрылымы.



Сурет 1. ҒИКББ -кешендердің ұйымдық құрылымы

I Ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендерінің бағдарламалары (ҒИКББ кешені)

II Абылай хан, атындағы ҚХҚЖӨТУ ғылыми-зерттеу инновациялық-қолданбалы инфрақұрылым бағдарламалары. оның ішінде 4 ғылыми-зерттеу инновациялық-қолданбалы мектеп (ҒЗҚЗ):

"Шет тілді білім беруді жаңғырту жөніндегі ҒЗИҚМ, оның қазіргі заманғы теориялық-интегративті негіздері және оның интерактивті-құзыретті модельдеу әдіснамасы", оның құрамына 2 ғылыми зерттеу-қолданбалы зертханалар (ҒЗҚЖ) және олардың қызмет бағдарламалары кіреді.

"Тілдер мен мәдениеттерді мәдениетаралық коммуникация және функционалдық-прагматикалық зерттеу жөніндегі ҒЗИҚМ", оның құрамына 3 ғылыми зерттеу-қолданбалы зертханалар (ҒЗҚЗ) және олардың қызметінің бағдарламалары кіреді.

"Әлемдік саясат, халықаралық-интегративті және қазіргі заманның геосаяси процестері ҒЗИҚМ бойынша", оның құрамына 3 ғылыми зерттеу-қолданбалы зертханалар (ҒЗҚЗ) және олардың қызметінің бағдарламалары кіреді

"Әлеуметтік экономиканы жаңғырту және қазіргі заманғы геоэкономикалық үрдістер жөніндегі ҒЗИҚМ", оның құрамына 2 ғылыми зерттеу-қолданбалы зертханалар (ҒЗҚЗ) және олардың қызметінің бағдарламалары кіреді.

III Әрбір ҒЗИҚМ бойынша қолданбалы өніммен ғылыми-зерттеу (диссертациялық және жобалық жұмыстардың тақырыбы) жұмыстарының жоспар-бағдарламалары.

IV Барлық 4 ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендерінің білім беру бағдарламасы бойынша мамандандыру бейіндерінің вариативтік кәсіптік-білім беру бағдарламаларының бағдарламалары:

Академиялық және басқарушылық дербестікті кеңейту жағдайында университеттің білім беру қызметін дамытудың негізгі векторлары. Major-minor синтезіндегі салааралық, интегративті көпфункционалды білім беру бағдарламалары, олар халықаралық білімі мен негізгі құзыреттілігі бар әмбебап мамандарды кең базалық даярлауды қамтамасыз етеді, бұл ЖОО түлектеріне белгілі бір ББ ғана емес, сонымен қатар осы саланың немесе қызмет саласының сабақтас немесе басқа мамандықтарының кәсіби функцияларын орындауға немесе біртекті кәсіптердің функцияларын орындауға мүмкіндік береді. Базалық мамандықтар нұсқаларының бейіндік-кәсіптік кіші бағдарламалары және қолданбалы құзыреттерді қалыптастыру технологиялары (3 тілде: қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендеріне кіретін әрбір базалық мамандық бойынша 3-4 бейін бойынша).

Базалық ББ-ның әрбір бейінінің (мамандануының) жоспар-бағдарламасына бейіннің базалық курстарының (БК), технологиялар модульдерінің бағдарламалары, кейс-талдаулар, құзыреттер құрамы және т. б. кіреді.

Уақыт пен еңбек нарығында әзірленген, сұранысқа ие, Маманданудың жаңа бейіндері бағдарламаларының вариативтік құрамы тәжірибелік сынақтан өткеннен кейін маманның major-minor кешенді көп вариативті кәсіби моделіне енгізілетін білім алушыларға таңдау үшін ұсынылатын эксперименттік "матрицалық" ғылыми-білім беру кәсіптік-вариативтік бағдарламалар нысанында енгізіледі.

V ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендерінің ғылыми-білім беру қызметінің басқарушы құжаттарының құрамына білім беру құрылымына енгізілетін жаңа minor пәндерінің құрамына енгізілетін пәнаралық-прагмопрофессиялық сипаттағы заманауи-өзекті оқу пәндерінің жоспар-бағдарламалары кіреді. Курстар бағдарламасы білім беру процесінің барлық аспектілерін қамтиды: негізгі дәріс курстары, Модульдер, мәселелер,

прагмозадалар, қалыптасқан құзыреттер, бақылау нысандары және т.б.

Үлгілік оқу жоспарлары ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешендеріне басшылық жасау мен оларды ұстанудың негізі болып табылады. Кешендердің құрамына қазіргі ғылыми-білім беру әдебиеттерінің ақпараттық-библиографиялық тізімі енгізілген.

VI Әрбір ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешені кешендердің нысаналы міндеттерін кешенді іске асырудың өзіндік жоспар-бағдарламасын әзірлейді.

Кешен қызметінің сапасы мен үдерісін басқару, ұйымдастыру, мониторингілеу ҚХҚЖӘТУ бекітілген Ғылыми кеңеспен жүзеге асырылады.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕР УНИВЕРСИТЕТІ

**Инновациялық-қолданбалы ғылыми-зерттеу мектебінің
жоспар-бағдарламасы (ИҚҒЗМ)
«Әлеуметтік экономиканы жаңғырту және
қазіргі заманғы геоэкономикалық үрдістер»**

Алматы, 2023 ж.

Абылай хан атындағы ҚХҚЖӘТУ ғылыми-инновациялық қызметін стратегиялық жоспарлауға және ұйымдастыруға кіріспе.

Ғылымды экономика және ғылыми-техникалық серпіліс қажеттіліктеріне қайта бағдарлау, қазақстандық ғылымды қажетсінетін өнім үшін іргелі Базис құру және оны әлемдік нарықта тану университеттердің экономика мен өндірістің нақты секторларымен өзара іс-қимылын қамтамасыз ете отырып, басым ғылыми бағыттар бойынша ғылыми кадрларды нысаналы даярлауға көшуін талап етеді.

Белгіленген нысаналы қондырғыны іске асыру үшін елде инновациялық сипаттағы серпінді техникалық-экономикалық бағыттар бойынша шетелдік жоғары оқу орындарымен бірлескен ғылыми-зерттеу корпоративтік жұмысын өрістету үшін шетелдік ғалымдарды тарту мүмкіндіктері кеңейтілуде.

"Білім туралы", "Ғылым туралы", "Педагог мәртебесі туралы", "Ғылыми және ғылыми –техникалық қызмет нәтижелерін коммерцияландыру туралы" Қазақстан Республикасының заңдарын, "сапалы білім беру "Білімді ұлт" ұлттық жобасын іске асыруға бағытталған міндеттерді шешу және Абылай хан атындағы ҚХҚЖӘТУ қызметінің білім беруді дамытудың стратегиялық басымдықтарына сәйкестігі әртараптандыру мақсатын көздейді халықаралық бейімделу үлгісіндегі инновациялық бағдарланған университетке қазақстандық білім мен ғылымның жаһандық бәсекеге қабілеттілігін арттыру, жалпыадамзаттық құндылықтар негізінде тұлғаны тәрбиелеу және оқыту, ғылымның елдің әлеуметтік-экономикалық дамуына қосқан үлесін арттыру. Аталған стратегиялық басымдықтарды іске асыру Қазақстанның шет тілді білім беру жүйесін дамытуда Университеттің көшбасшылығын қамтамасыз ету.

"Іргелі ғылым-технологияның инновациялық трансферті" өзара іс – қимылын және интеграциясын қамтамасыз етуге арналған бәсекеге қабілетті университеттік ғылыми мектептер жүйесі шеңберінде серпінді бағыттар бойынша ғылыми әлеуетті шоғырландыру процестерін тереңдету ғылымның үлесін кеңейтудің және оның елдің техникалық-экономикалық даму басымдықтарын іске асырудағы

беделі мен маңыздылығын күшейтудің жалпыға бірдей танылған негізі болып табылады - университеттер жанындағы инновациялық алаңдар базасында ғылыми нәтижелерді өндірістік өнімге жеткізуге бағдарланған университеттің қазіргі заманғы ғылыми-зерттеу инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту.

Өнімді коммерцияландырумен білім беру, ғылыми-зерттеу, инновациялық-енгізу функцияларын синтездейтін университеттің көпфункционалды қызметінің мұндай интеграцияланған көрінісі ҚР техникалық-экономикалық дамуының мемлекеттік басымдықтарын кешенді іске асыруға және ғылыми-кәсіби кадрларды мақсатты түрде даярлауға бағытталған кәсіпкерлік-бағдарланған білім мен инновациялық ғылымның негізін қалайды.

Осындай желілік құрылымдарды қалыптастырудың арқасында университеттердің ғылыми зерттеулерінің нәтижелері мен қоғамның оның ғылыми өнімдеріне деген қажеттіліктері арасындағы алшақтықты азайту үшін жағдайлар жасалады, инновациялық қызмет субъектілері арасындағы өзара іс-қимыл үшін база құрылады, ғылыми әзірлемелерді ғана емес, сонымен қатар іскерлік, ақпараттық, Құжаттамалық-жобалау, технологиялық және басқа да сүйемелдеу және жүзеге асыруды қамтамасыз ету нысандары бойынша қызметтерді коммерцияландыру үшін мүмкіндіктер жасалады серпінді басым инновациялық бағдарламалар.

Университеттің заманауи ғылыми-білім беру қызметін кешенді және интеграцияланған басқару моделі қажеттілікпен алдын-ала анықталған:

- ел дамуының стратегиялық міндеттерінің бірі ретінде айқындалатын "ғылым-Мемлекет-білім-бизнес" өзара іс-қимылының тиімді тетіктері бар жоғары кәсіптік білім берудің орнықты ұлттық инновациялық жүйесін құру;

- инновациялық ғылыми-білім беру жүйесінің осы стратегиялық міндетін іске асыру үшін инновацияларға бейім,

халықаралық кооперация мен өзара іс-қимылға негізделген инновациялық-зерттеу және енгізу қызметін ұйымдастыруға және жүзеге асыруға қабілетті білікті мамандардың сапалы жаңа генерациясын даярлауды жеделдетіп қамтамасыз ету жөніндегі локомотив ретінде қалыптастыру.

Университет білімін капиталдандыру, кәсіпкерлік мәдениетті дамыту, әзірлеушілердің барлық санаттары (студенттер, магистранттар, докторанттар) үшін зерттеу-инновациялық әлеуетті іске асыру үшін мүмкіндіктер жасау Абылай хан атындағы ҚХҚЖӨТУ инновациялық – білім беру технологиялары орталығын (ИББТО) құру арқылы қамтамасыз етіледі. Ғылым-бұл адам қызметінің стратегиялық маңызды саласы, оның экономикалық өсуін қамтамасыз ететін Елдің негізгі ресурсы. Осыған байланысты әлемнің көптеген елдерінде ғылыми саланы дамытуға, оның тиімділігін арттыруға үлкен көңіл бөлінеді. Тиісінше, елдің бағдарламалық қондырғыларының ғылымды түбегейлі қайта бағдарлауға ғана емес, ең алдымен халықаралық кооперация мен өзара іс-қимылға негізделген инновациялық-зерттеу және енгізу қызметін ұйымдастыруға және жүзеге асыруға қабілетті кадрларды даярлау сапасына бағытталуын қамтамасыз ету заңды болып табылады.

Егемен Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық жетістіктерінің халықаралық танылған деңгейі, халықаралық ынтымақтастық ауқымы және ашық және өзара байланысты әлем жағдайында республиканың өзара іс-қимылын жандандыру, ғылымда сапалы серпіліс пен біліктілігі жалпыәлемдік стандарттарға сәйкес келетін, елдің жеделдетілген жаңғырту және индустриялық-инновациялық серпіліс міндеттерін іске асыруға қабілетті өз кадрларын кәсіптік даярлауды қамтамасыз ету қажеттігі, ол үшін ең үздік әлемнің жетекші елдерінің тәжірибесі, шет тілдерін халықаралық өзара іс-қимыл құралы ретінде білудің әлеуметтік-білім беру маңыздылығын күшейтті, шет тілдерін білім беру басымдықтарына ұсынды, сол арқылы шет тілді білімге: Қазақстанның халықаралық саясаты мен стратегиясы, сыртқы

саясат, халықаралық негізделген әлеуметтік-экономикалық талдау және болжам, сыртқы саяси және экономикалық әлемдік саясат бойынша ғылыми-қолданбалы зерттеулерді жүзеге асыруға сұраныс пен енгізудің жоғары деңгейін қамтамасыз етті және өңірлік проблемаларға, саудадағы, бизнестегі, экономикадағы халықаралық-құқықтық проблемаларға; әлемдік қаржы процестерін талдау, халықаралық менеджмент, маркетинг және ел үшін маңызды басқа да өмірлік аспектілер, осылайша қазіргі заманғы маманның кәсіби біліктілігінің міндетті құрамдас бөлігі және жас ұрпақты халықаралық өзара іс-қимыл мен ынтымақтастықтың жаңа жағдайларында өмір сүруге дайындау үшін пәрменді негіз мәртебесін қалыптастырады.

Демек, университеттің ғылыми-инновациялық қызметін өзінің ғылыми мектептері арқылы және өзінің ғылыми-зерттеу инфрақұрылымдарының желілік көрінісі арқылы қалыптастыру мен дамытуда Университеттің Ғылыми-білім беру миссиясы мен бейініне байланысты ғылымды қажет ететін технологияларға негізделген елдің экономикалық өсуінің серпінді міндеттерін іске асыруға арналған ғылыми-инновациялық қызметтің мынадай негізгі векторларын бөліп көрсетуге болады:

I әлеуметтік-гуманитарлық және бизнес-экономикалық бағыт бойынша университеттің кәсіптік-білім беру бейініне сәйкес инновациялық жобаларды құруға және іске асыруға дайын, инновацияларға бейім білікті мамандардың сапалы жаңа буынын даярлауды қамтамасыз ететін инновациялық ғылыми-білім беру жүйесін қалыптастыру.

II университеттік ғылыми мектептер мен ғылыми-зерттеу қолданбалы зертханалар (ҒЗҚЗ) шеңберінде қамтамасыз ету үшін жоғары білім беру жүйесінің инновациялық бағдарланған ғылыми-педагогикалық кадр резервін қалыптастыру:

- мамандардың ғылыми-білім беру инновациялық-негізделген модельдерін әзірлеу;

- сарапшыларды, инновациялық жобалар менеджерлерін даярлау стандарттары мен технологияларын қалыптастыру;

- инновациялық менеджменттегі әлемдік тәжірибені және әлеуметтік-гуманитарлық, бизнес-экономикалық бағыттар бойынша сараптамалық бағалауды пайдалана отырып, білім берудің инновациялық контентін әзірлеу;

- кәсіби-энциклопедиялық сипаттағы әлем тілдерінде мерзімді ғылыми-ақпараттық басылымдар жасау үшін әлемдік көздерге ғылыми-техникалық ақпараттық қолжетімділікті қамтамасыз ету үшін әлемдік ақпараттық желілерге шыға отырып, ҚР инновациялық ғылыми-білім беру жүйесінің инновациялық-ақпараттық ресурстық базасын қалыптастыру бойынша зерттеулер мен әзірлемелер жүргізу;

зияткерлік өнімге тапсырыстар бойынша ғылыми өнімді қатарлас коммерцияландыра отырып, университеттік ғылыми-зерттеу инфрақұрылымы (эксперименттік алаңдар, зертханалар, бизнес-инкубаторлар және т. б.) шеңберінде Экономика, Ғылым, индустрия, технологиялар салаларындағы халықаралық және отандық кооперацияның нақты секторы үшін креативті-өнімді қызмет бойынша болашақ мамандар мен әзірлеушілердің зияткерлік-инновациялық қызметіне басшылықты қамтамасыз ету инновациялық-технологиялық, ақпараттық-бағдарламалық, бизнес-кәсіпкерлік, қаржылық-Талдамалық, инновациялық-зерттеу немесе енгізу жобаларын орындауға экономика мен өндірістің нақты спектріндегі университетке инновациялық-өнімді тапсырыстардың болжамды-экономикалық, Құжаттамалық-жобалау және басқа да нысандарына.

III болашақ мамандарының жаңа инновациялық Кадрлық генерациясының модельдерін қалыптастыруда университеттік ғылыми мектептер әлемдік тәжірибені ескере отырып, нарықтық сұранысқа ие мамандықтармен икемді, көпфункционалды, вариативті-сабақтас мамандықтар әзірлеуі қажет, болашақ мамандарды таңдау үшін қосымша және элективті мамандықтардың кең спектрі бойынша міндетті түрде вариативті дайындықпен базалық мамандықтардың пәнаралық интеграцияланған құзыреттілік модельдері.Minor білім беру

бағдарламалары бизнес-қоғамдастықтың кәсіби сертификаттау мүмкіндігімен кәсіби құзыреттілікті дамытады. Minor тұжырымдамасы базалық мамандықты әртараптандырудың перспективалық нұсқаларын таңдау, нарыққа сұранысқа ие пәнаралық-кешенді, көп вариантты-қолданбалы-проекцияланған модельді өзгерту негізінде жүзеге асырылады.

IV Инновациялық ғылыми-білім беру жүйесінің жоғарыда аталған барлық бағыттары бойынша халықаралық интеграцияны, әріптестікті, кәсіби өзара іс-қимылды сөзсіз талап ете отырып, инновациялық-кәсіптік кадрларды даярлауда да,ғылыми-педагогикалық кадрларды қайта даярлауда да алдыңғы қатарға шет тілді-дидактикалық кәсіптік-сараланған оқыту әдебиеттерін ғылыми-зерттеу және инновациялық-қолданбалы әзірлеуді қамтамасыз ету қажет, технологиялар, халықаралық-кәсіби өзара іс-қимыл және корпоративтік инновациялық қызмет үшін шет тілдерін меңгерген мамандарды қалыптастыру модельдері.

Еркін халықаралық инновациялық-кәсіби өзара іс-қимылды қамтамасыз ету жөніндегі осы және басқа да міндеттерді іске асыру үшін ғылымның лингвомәдени, тіларалық және басқа да лингвистикалық және дидактикалық бағыттарында нашар зерттелген ғылыми-теориялық салалардың көпшілігі бойынша ғылыми-зерттеу әзірлемелерінің кең спектрі қажет:

•**байланыс лингвистикасы және мәдениетаралық коммуникация саласында;**

•**Әлеуметтік лингвистика мен когнитологияның теориясы мен қолданбалы дамуында;**

•**коммуникативті және прагмалингвистиканың негізгі теорияларында, оларды іске асырудың қолданбалы формаларында;**

•**дискурсивті лингвистиканың ерекшелігі, салалық дискурстардың құрылымдық-логикалық және композициялық айырмашылықтары бойынша;**

•**сөйлеу әсерінің теориялары және олардың мәдениетаралық өзара әрекеттесудегі есебі және т. б.**

Мақсатты түрде анықталған ғылыми-зерттеу әзірлемелерінің негізінде әлеуметтік-гуманитарлық бағыттағы ғылыми мектептер қызметкерлерінің қолданбалы зерттеулерді орындауы қажет, мысалы, инофилология, лингвистика, шет тілінде білім беру теориясы мен практикасындағы заманауи жетістіктерге сүйене отырып, халықаралық өзара іс-қимыл үшін әрбір инновациялық сала бойынша халықаралық бағдарланған мамандарды даярлау бойынша ғылыми негізделген дидактикалық материалдарды әзірлеу, атап айтқанда талдаушылар, аудармашылар, халықаралық, сарапшы-өңіртанушылар, халықаралық құқықтанушылар, Халықаралық маркетинг, басқару, Патенттік құқық, логистика, халықаралық сауда және кәсіпкерлік, Халықаралық Туризм, Инновациялық жобалау, қаржы институттарындағы ықтимал тәуекелдерді бағалау, тәуекел-менеджмент, венчурлық қаржыландыруды ұйымдастыру және т. б. бойынша мамандар даярлайды.

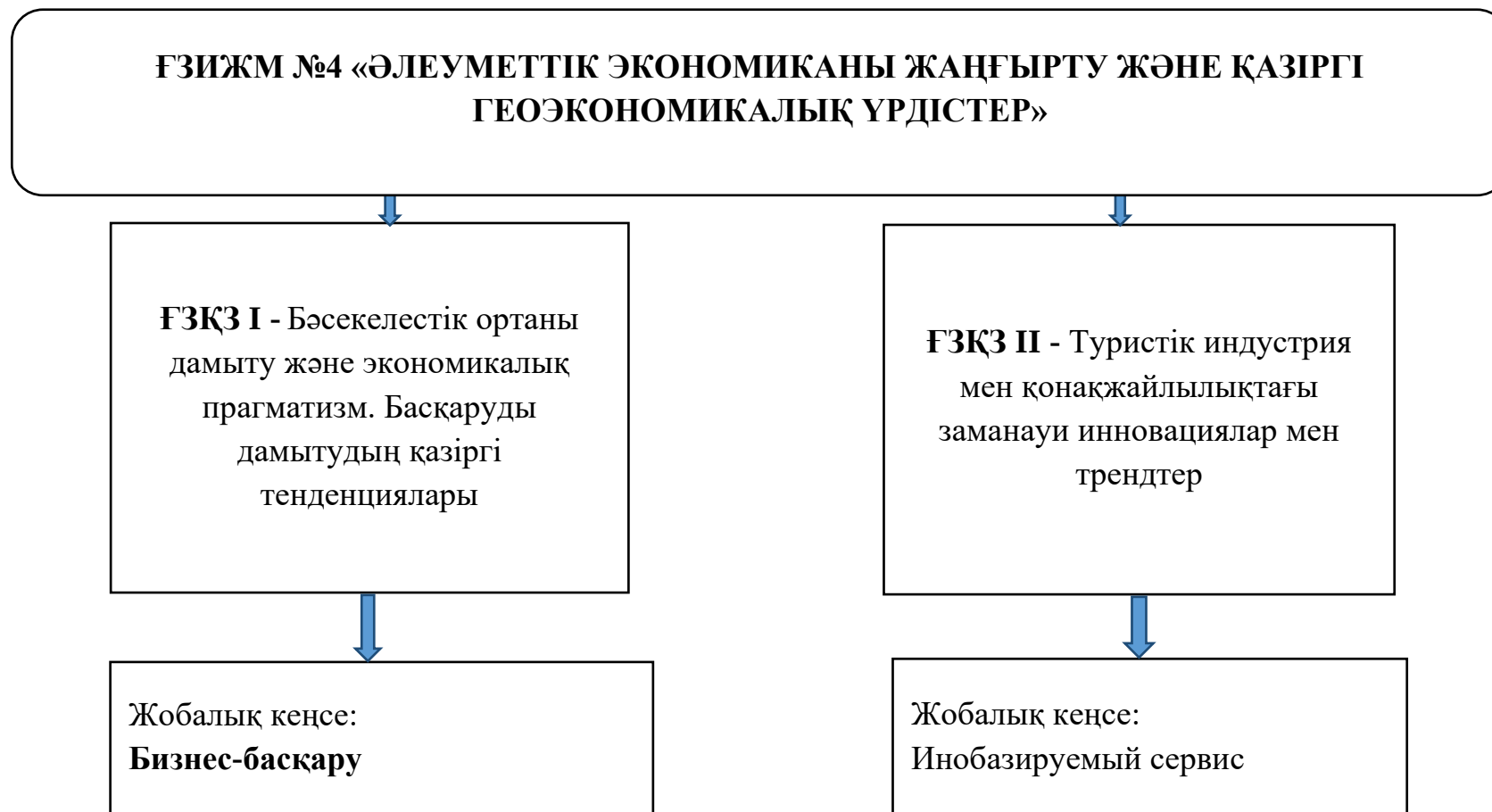
Демек, университеттердің ғылыми мектептерінің қызметін ғылым мен білім беру жүйесінің алдына қойылған ҚР Стратегиялық индустриялық-инновациялық міндеттерін іске асыру жөніндегі инновациялық бағытқа қайта бағдарлаудың өзектілігі университеттің ғылыми-зерттеу қызметінің неғұрлым мақсатты бағдарламалық бағытын талап етеді.

Тиісінше, ЖОО-ның ғылыми-инновациялық қызметі оның бәсекеге қабілеттілігін және кадрлардың ғылыми-инновациялық әлеуетін қамтамасыз етудегі қазіргі заманғы талаптарға сәйкестігін алдын ала айқындайтын өмірлік маңызды негізге айналады, бұл ретте ЖОО-ның ғылыми қызметінің тиімділігі нарықтың серпінді шешімдерге, жобалық әзірлемелерге, зияткерлік өнімге

қажеттілігін қамтамасыз ететін оның ғылыми-инновациялық өнімімен бағаланады. Зерттеудің заманауи ғылыми-инновациялық мәселелеріне жеделдетіп қайта бағдарлау мақсатында университеттің ғылыми мектептері стратегиялық жоспарлар – әрбір мектептің зерттеу-қолданбалы қызметінің бағдарламаларын дайындайды, оларды қатарлас коммерцияландыруды қамтамасыз ете отырып, Нәтижелі өнімді міндетті түрде көрсете отырып. Бағдарлама-жоспарлар сараптамалық бағалау арқылы өтеді және университеттің Ғылыми Кеңесінің бекітуіне ұсынылады. Университеттің басым әлеуметтік-гуманитарлық бағытын ескере отырып, инновациялық ғылыми-зерттеу жобалары сұраныс дәрежесіне, сұраныс саласына, ғылыми-қолданбалы өнімге ықтимал тапсырыс берушілерге, енгізу бойынша әзірлеушілер тобына және т.б. алдын ала айқындалады.

Ғылыми мектептердің қызметін бағалауды, мектептің рейтингін анықтау үшін критериалды бағалау шкаласын, әр мектеп қызметінің тиімділік дәрежесін анықтау үшін тактикалық жылдық жоспарлардың орындалуын есепке алуды университеттің ғылыми-зерттеу қызметі жөніндегі басқармасы әр жылдың қыркүйегінде әзірлейді және ұсынады.

**Инновациялық-қолданбалы ғылыми-зерттеу мектебінің (ИҚҒЗМ) жоспар-бағдарламасы
"Әлеуметтік экономиканы жаңғырту және қазіргі геоэкономикалық үрдістер"**



ҒЗИЖМ №4 «Әлеуметтік экономиканы жаңғырту және қазіргі геоэкономикалық үрдістер»

ҒЗҚЗ I Бәсекелестік ортаны дамыту және экономикалық прагматизм. Басқаруды дамытудың қазіргі тенденциялары

1) Зерттеу мақсаты:

2) Кәсіпкерлік проблемаларын қоғамның материалдық және рухани әлеуетін арттыруға ықпал ететін, әр адамның қабілеттері мен таланттарын іс жүзінде жүзеге асыруға, ұлттық рух пен ұлттық мақтанышты сақтауға қолайлы жағдай жасайтын қоғамдық қатынастардың көріністерінің нақты нысандарының бірі ретінде талдау.

3) Күтілетін нәтижелер:

4) Осы ҒЗҚЗ шеңберінде жүргізілген зерттеулер нәтижесінде мыналар әзірленетін болады:

5) 1) Оқу құралы.

6) 2) ЖОО ішіндегі бастамашылық жоба.

7) 3) дипломдық жобалар мен магистрлік диссертациялардың тақырыбы ҒЗҚЗ тақырыбына сәйкес 1.

ҒЗҚЗ функциялары:

- ҚР-дағы кәсіпкерліктің өзекті мәселелері мен негізгі бағыттары бойынша ғылыми зерттеулер жүргізу;

- ҚР кәсіпкерлік субъектілерінің қызметіне кешенді-экономикалық талдау жүргізу;

- зерттеу тақырыбы бойынша ғылыми мақалалар мен анықтамалық басылымдарды жариялауды жүзеге асыру;

- ҚР-да кәсіпкерлік бойынша бастамашыл жобаны МҒТС ҰО-да тіркеу (2023 ж. Наурыз);

- "Халықаралық бизнес" ББ және "Менеджмент және маркетинг" ББ бойынша бакалавриат пәндерінің, модульдерінің және минорларының ОӘК әзірлеу;

- ҚР-дағы кәсіпкерліктің негізгі мәселелерін баяндайтын пәндер бойынша оқу құралдарын дайындау, оның ішінде бір оқу құралы ағылшын тілінде;

- "Халықаралық бизнес" ББ және "Менеджмент және маркетинг" ББ бойынша бакалавриат және "Бизнес және басқару" бағыты бойынша магистратура үшін білім беру бағдарламаларын жетілдіру.

ҒЗҚЗ II Туристік индустрия мен қонақжайлылықтағы заманауи инновациялар мен трендтер

Зерттеу мақсаты:

ҒЗҚЗ енгізу және зерттеу ретінде

"Халықаралық Туризм менеджменті" кафедраларының құрылымы және "Қонақжайлылық менеджменті" үшін жұмыс істейді білім беру ұйымының бірлігін қамтамасыз ету, ғылыми және инновациялық қызмет оқитын түлектерді даярлаудың барлық кезеңдері мен кезеңдері "Туризм" және "мейрамхана ГОСТ қонақ үй" бағыттары бойынша бизнес".

Зерттеу мақсаты:

– "ғылым - білім-өндіріс" триадасының жүйелі-мақсатты интеграциялануын енгізуге негізделген білім берудің заманауи инновациялық моделінің жұмыс істеуін қамтамасыз ету;

- ғылыми-зерттеу практикалық зертханасы шеңберінде магистранттар мен студенттерге басшылық жасау, зерттеу тақырыптары бойынша баяндамалар мен мультимедиялық презентациялар дайындау, зерттеу нәтижелері бойынша тезистер жариялау;

- зертхананың ғылыми-зерттеу қызметінің нәтижелерін коммерцияландыру.

Күтілетін нәтижелер:

Осы ҰАТ шеңберінде жүзеге асырылған зерттеулердің нәтижесінде қазіргі бәсекелестік нарықта туризм және қонақжайлылық индустриясын дамытудың инновациялық-қолданбалы негізін әзірлеудің қазіргі заманғы трендтерін зерделеу мен айқындауға байланысты теориялық және практикалық-кәсіби проблемалар кешені әзірленетін болады, тур - және қонақ үй бизнесін басқарудың халықаралық модельдерін қазіргі заманғы зерттеулердің негізгі бағыттары зерделенетін болады және осылайша, туристік және қонақ үй-мейрамхана бизнесінің қазіргі тенденцияларының ерекшеліктерін сипаттайтын жаңа білім.

ҒЗҚЗ функциялары:

-туризм және қонақжайлылық саласындағы бизнес-білім берудің инновациялық моделін заманауи зерттеудің өзекті мәселелері мен негізгі бағыттарын ғылыми зерттеуді жүзеге асыру;

- Қонақжайлылық және туризм саласындағы жұмыс берушілердің талаптарын қанағаттандыратын білім алушылардың кәсіби құзыреттерін қалыптастыру;

- Қонақжайлылық және туризм индустриясы кәсіпорындарымен, Туризмді басқару органдарымен бірлескен қолданбалы жобаларды әзірлеу және жүзеге асыру;

- магистрлік диссертациялар мен бітіруші бакалавр дипломдық жобалар тақырыптары бойынша бітіруші кафедра ұсынатын заманауи ғылыми-зерттеу бағыты мен перспективасын талдауды және өзектендіруді жүзеге асыру;

- зерттеу тақырыбы бойынша ғылыми мақалалар мен әдістемелік ұсынымдар жариялауды жүзеге асыру;

- "Туризм" және "мейрамхана дело және қонақ үй бизнесі"ББ бойынша бакалавриат және магистратура пәндерінің, модульдерінің және минорларының ОӘК әзірлеу;

- заманауи инновациялар мен трендтерді ескере отырып, туризм және қонақжайлылық индустриясын дамытудың негізгі мәселелерін қамтитын пәндер бойынша оқу құралдарын дайындау.

БИЗНЕС-ЭКОНОМИКАЛЫҚ БАҒЫТ

ҒЗИЖМ №4 «ӘЛЕУМЕТТІК ЭКОНОМИКАНЫ ЖАҢҒЫРТУ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ГЕОЭКОНОМИКАЛЫҚ ҮРДІСТЕР»	
ҒЗҚЗ І БӘСЕКЕЛЕСТІК ОРТАНЫ ДАМУ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ПРАГМАТИЗМ. БАСҚАРУДЫ ДАМУДЫҢ ҚАЗІРГІ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ	
Зерттеудің негізгі нысандары. Қолданбалы тапсырмалар	- Халықаралық бизнес-құрылымдар, ұлттық, бірлескен және шетелдік бизнес субъектілері. - әлемдік экономиканың жаһандануы және халықаралық бәсекелестік жағдайында бизнесті интернационалдандыру саласында теориялық және әдістемелік білімді қолдану; - қазіргі заманғы халықаралық бизнестің проблемаларымен, оның бәсекелестік, экономикалық-құқықтық, қаржылық және әлеуметтік-мәдени ортасының ерекшеліктерімен, халықаралық аренада бизнесті жүргізудің үлгілері мен тәсілдерімен танысу; - бизнесті жүргізудің халықаралық тәжірибесін пайдалана отырып, практикалық дағдыларды қалыптастыру.
Жетекші ғылыми-зерттеу бағыттары, ғылыми мектептің мәселелері	Халықаралық бизнес саласындағы экономикалық ойлау мен білімнің тұтас жүйесін қалыптастыру, бизнесті жүргізу мүмкіндіктерін тиімді бағалауға мүмкіндік беретін қажетті дағдылар мен құзыреттерді дамыту, сондай-ақ жаһандану жағдайында экономиканы дамытудың аса маңызды факторлары мен қазіргі заманғы үрдістерін ескере отырып, халықаралық бизнестің жұмыс істеу негіздері мен перспективаларын зерделеу.
Ғылыми-зерттеу және инновациялық-қолданбалы жобалар, әзірлемелер (жауапты бөлімшелер, ғылыми жетекшілер, жобалардың атаулары)	ЖОО ішіндегі бастамашыл жоба: "Халықаралық бизнес трендтері" ғылыми жетекшісі: э. ғ. к., PhD, профессор Сариева Ж. И.
Әзірлемелерді орындау мерзімдері ҒЗИҚМ - кезеңдер - аралық нәтижелер - формат өнімдері	2023 жылғы II-III тоқсан: Нил і бойынша жоспар-бағдарламалардың дайындығын кешенді тексеру. 2024 жылғы IV тоқсан №4 ҒЗИЖМ және оның Нипламдары бойынша жоспарлы зерттеулер мен зияткерлік өнімдерді сараптау. Оқу құралдары 2023-2027 жж.

	РУМС ОӘБ грифін бере отырып, қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде "кәсіпкерлік қызмет" оқу құралын әзірлеу және білім беру процесіне енгізу. Кәсіпкерлік қызметтің дамуы мен жұмыс істеуі, жалпы басқару және ҚР-да бәсекеге қабілеттілікті арттыру жолдары және әлемдік тәжірибе мәселелері бойынша мақалалар жариялау (2023-2027жж.).
Ғылыми-қолданбалы енгізу нәтижесі: - өнім форматы; - деңгей және сапа; - мүмкін коммерцияландыру Өнімдер	"Халықаралық бизнес" және "экономика және кәсіпкерлік негіздері" пәндері бойынша оқу процесіне нәтижелерді енгізу.
НИПІ ІІ ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТАҒЫ ЗАМАНАУИ ИННОВАЦИЯЛАР МЕН ТРЕНДТЕР	
Зерттеудің негізгі нысандары. Қолданбалы тапсырмалар	- Қонақжайлылық және туризм индустриясы саласындағы кәсіпорындар мен ұйымдар. - Қонақжайлылық және туризм саласындағы жұмыс берушілердің талаптарын қанағаттандыратын білім алушылардың кәсіби құзыреттерін қалыптастыру; - Қонақжайлылық және туризм индустриясы кәсіпорындарымен, Туризмді басқару органдарымен бірлескен қолданбалы жобаларды әзірлеу және жүзеге асыру; - ғылыми-зерттеу қызметінің нәтижелерін коммерцияландыру."ғылым-білім – өндіріс"триадасының жүйелі - мақсатты интеграциялануын енгізуге негізделген туризм және қонақжайлылық саласындағы бизнес-білім берудің заманауи инновациялық моделінің жұмыс істеу процестері;
Жетекші ғылыми-зерттеу бағыттары, ғылыми мектептің мәселелері	Экономикалық процестердің турбуленттілігі жағдайында туризм мен қонақжайлылық индустриясын дамытудың стратегиялық векторлары. Туристтік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру құралы ретінде ішкі туризмді цифрландыру. Кәсіби құзыреттілікті игеру мәселелері тұрғысынан туризм және қонақжайлылық саласындағы Интернет-технологиялар. Мейрамхана бизнесі, оның инновациялық менеджменті және маркетингтік тәсілі. Қазақстанда туризмді дамыту стратегиясы ретінде дестинациялар брендингі.

	Туристік бизнестегі сатылымды арттыру үшін цифрлық маркетингтік технологиялар. ҚР-да қолжетімді туризмді дамытудың перспективалық бағыттары. Мейрамхана бизнесі секторында клиенттердің адалдығын арттыру жүйелерін әзірлеу. Туристік дестинациялардың киелі объектілерінің тиімді брендин қалыптастыруға маркетингтік тәсіл. Рекреациялық ресурстар мен мәдени мұраны зерделеу негізінде өңірлік туристік кластердің тиімді моделін қалыптастыру.
Ғылыми-зерттеу және инновациялық-қолданбалы жобалар, әзірлемелер (жауапты бөлімшелер, ғылыми жетекшілер, жобалардың атаулары)	ЖОО ішіндегі жоба: "ҚР - дағы ішкі туризмді дамыту мәселелері мен перспективалары" - ғылыми.жетекшісі: Қалғанбаев Н. А., э. ғ. к., профессор Университетішілік жоба: "қонақ үй бизнесінде сапаны басқару жөніндегі маманның құзыреттілік моделін әзірлеу" ғылыми.жетекшісі: Айтжанова А. Э., э. ғ. к., доцент
Әзірлемелерді орындау мерзімдері ҒЗИҚМ - кезеңдер - аралық нәтижелер - формат - өнімдері	Оқу құралдары: - "Қонақжайлылық индустриясы", қазан 2023жж; - "Туризмді маркетинг", мамыр 2023ж; - "Мейрамхана маркетингі", Наурыз 2024ж; - "Туризмді басқарға", қараша 2025ж; - "Қонақ үй менеджменті", Наурыз 2026ж; - "Туристік дестинациялар брендингі", қараша 2026ж. Импакт-факторы жоғары басылымдарда ПОҚ жариялау, 2023-2027ж.ж. Жобаларды ресімдеу және қорғаумен магистранттардың ғылыми жобалары (жарияланған форматтағы ғылыми өнім), 2023-2027ж.ж.
Ғылыми-қолданбалы енгізу нәтижесі: - өнім форматы; - деңгей және сапа; - мүмкін коммерцияландыру Өнімдер	Маркетингтік цифрлық технологиялар негізінде ішкі туризм қызметтері мен өнімдерін ілгерілету тұжырымдамасы. Қонақ үй бизнесі маманының құзыреттілік моделі. Оқу процесіне Оқу құралдары мен әдістемелік әзірлемелерді енгізу; - Дәріс курсы; - Кейс-технологиялар форматындағы проблемалық-қолданбалы практикалық блок. Scopus және Web of Science индекстелген рейтингтік журналдардағы мақалалар. Магистрлік диссертацияларды әзірлеу және қолданбалы жобалар.

III. Бағдарлама жоспарының тақырыбы

**Бизнес-экономикалық бағыт бойынша ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешенінің
қолданбалы өнімдерімен ғылыми-диссертациялық зерттеулер**

**ҒЗИЖМ 4 «Әлеуметтік экономиканы жаңғырту және
қазіргі геοэкономикалық тенденциялар»**

ҒЗҚЗ І «БӘСЕКЕЛЕСТІК ОРТАНЫ ДАМУ ЖӘНЕ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ПРАГМАТИЗМ. БАСҚАРУДЫ ДАМУДЫҢ ҚАЗІРГІ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ»

1. Компанияның тауарлар мен қызметтердің әлемдік нарықтарындағы бәсекеге қабілеттілігін арттыру.
2. Қазіргі заманғы халықаралық бизнестегі Санкциялар режимі және оның салаға немесе студенттік таңдау компаниясына әсері.
3. Халықаралық бизнестегі экономикалық өсу және экология мәселелері.
4. Кластерлік құрылымдар экономиканың жаһандануы жағдайында кәсіпкерлік құрылымдардың даму факторы ретінде.
5. Бизнестің халықаралық интеграциясы: экономика және ұйымдардың халықаралық бірлестіктерін басқару.
6. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі мәселелері: әртүрлі елдердің тәсілдерін салыстырмалы талдау.
7. Халықаралық нарыққа шығу кезінде тұтынушылық құндылықты құру (студенттің таңдауы бойынша компания немесе сала мысалында).
8. Мемлекеттік кәсіпкерліктің нысандары мен тетіктері: халықаралық тәжірибе және оны ҚР-да қолдану.
9. Әлеуметтік кәсіпкерлікті дамыту: халықаралық тәжірибе және оны ҚР-да пайдалану.
10. Шағын және орта бизнесті қолдау инфрақұрылымын жетілдіру: халықаралық тәжірибе және оны ҚР-да пайдалану.
11. Студентті таңдау бойынша ел нарығындағы компаниялардың халықаралық стратегияларын салыстырмалы талдау.
12. Халықаралық бизнестің инновациялық формалары.
13. Шетелдік нарықтарда қазақстандық кәсіпорындардың шығу тәсілдері мен қызметінің ерекшеліктері.

14. Инновациялық кәсіпкерлікке арналған инфрақұрылым: әлемдік тәжірибе және қазақстандық шындық.
15. Халықаралық бизнестегі Франчайзинг стратегиясы.
16. Халықаралық бизнестегі шағын және орта компаниялардың рөлі мен орны.
17. Кәсіпорындағы басқару шешімдерінің тиімділігін сапалы талдау.
18. Тиімді менеджмент факторы ретінде қызметкерлердің еңбегін ынталандыру.
19. Ұйымдастырушылық мінез-құлық модельдерін басқарудың әртүрлі деңгейлерінде шешім қабылдаудың тиімділігі.
20. Ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің өсу факторы ретінде корпоративтік мәдениетті жетілдіру.
21. Қазақстандағы халықаралық компаниялар қызметінің тиімділігі.
22. Қазақстан-Қытай сыртқы экономикалық байланыстарының перспективалары.
23. Кәсіпорынның инвестициялық тартымдылығын арттыру жолдары.
24. Кәсіпорынның өндірістік-шаруашылық қызметінің экономикалық тиімділігін талдау.
25. Кәсіпорынның рентабельділігін арттыру жолдары (кәсіпорын мысалында).
26. Дағдарыс жағдайындағы кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау.
27. Кәсіпорынның экономикалық әлеуетін бағалау.
28. Кәсіпорынның маркетингтік қызметінің экономикалық тиімділігін талдау.
29. Кәсіпорынның дағдарысқа қарсы саясаты: талдау және жетілдіру жолдары.
30. Кәсіпорындағы өнім сапасын арттыру жолдары.

31. Қаржылық жағдайды және кәсіпорынның тұрақтылығына қол жеткізу жолдарын талдау.
32. Кәсіпорындардың төлем қабілеттілігі мен өтімділігі және оларды нығайту жолдары.
33. Кәсіпорынның банкроттықтың алдын алу жолдары.
34. Қазіргі нарықтық экономика жағдайында бизнесті экономикалық бағалау.
35. Кәсіпорындағы кәсіпкерлік тәуекел және оны төмендету жолдары.
36. Фирманы дамытудың экономикалық стратегиясын қалыптастыру.
37. Кәсіпорынның кәсіпкерлік қызметінің тиімділігін арттыру жолдары.
38. Кәсіпорында логистиканы жетілдіру.
39. Кәсіпорында бизнес-жоспарлауды жетілдіру.
40. Компанияның қаржылық нәтижелерін қалыптастыру.
41. Кәсіпорында еңбекті ынталандыру жүйесін жетілдіру.
42. Кәсіпорынның баға саясаты: талдау және жетілдіру жолдары.
43. Компанияның сату саясатын жетілдіру.
44. Инновациялық жоба: енгізу ерекшеліктері және оның тиімділігін бағалау.
45. Қазақстан Республикасында старт-ап жобаларын қалыптастыру және дамыту.
46. Қазақстанда шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту (кәсіпорын мысалында).
47. Бәсекелестік нарық жағдайында кәсіпорынның даму стратегиясын қалыптастыру.
48. Компанияның төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығын талдау.

ҒЗҚЗ II «ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТАҒЫ ЗАМАНАУИ ИННОВАЦИЯЛАР МЕН ТРЕНДТЕР»

1. Туристік бизнестегі сатылымды арттыру үшін цифрлық маркетингтік технологиялар.
2. Алматы облысының туристік-рекреациялық әлеуетін бағалау.
3. Туристік өнімдерді жылжытудағы маркетингтік интернет-технологиялар.
4. Туризмдегі инновациялық технологияларды басқару тетіктерін жетілдіру.
5. Онлайн-сервистер туристік саланы дамытудың өзекті бағыттары ретінде.
6. Туризмде Blockchain технологиясын қолдану мүмкіндіктері мен перспективаларын зерттеу.
7. Алматы облысының туризмді тұрақты дамыту моделін қалыптастыру. Туристік бағыттардың тартымдылығын зерттеу: бағалау және даму құралдары.
8. Бәсекелестік жағдайында Қазақстандағы қонақ үй қызметтерінің сапасын басқару.
9. Туризм индустриясындағы электрондық коммерцияны дамыту.
10. Туризм және қонақжайлылық индустриясында "жасыл" технологияларды қолдануды жетілдіру.
11. Туризмнің цифрлық трансформациясы "Туризм 4.0".
12. Қонақжайлылық саласындағы аймақтық бренд имиджін қалыптастыру тетіктері.
13. Жаһандану жағдайында қонақ үй бизнесін франчайзингтің әдіснамалық аспектілері.
14. Қолдаушы туризмді ұйымдастыруыма мен басқарға.
15. Туристік дестинациялардың digital маркетингін қалыптастыру және дамыту стратегиясын жетілдіру.
16. Қонақжайлылық индустриясында адам ресурстарын басқару жүйесін жетілдірудің заманауи тәсілдері.

17. Алматы облысының туризм индустриясын дамытудағы инновациялық технологиялар.
18. Цифрлық технологиялар ҚР Туризм индустриясы кәсіпорындарын дамытудың драйвері ретінде.
19. Шет елдердің тәжірибесі негізінде Covid – 19 пандемиясы кезеңінде Қазақстанның туризм саласын сауықтыру мүмкіндіктерін талдау.
20. Туризмдегі әлеуметтік медиа технологияларын басқару.
21. Туризм мен қонақ үй бизнесінде бизнес-процестерді цифрландыру.

24. Ішкі туристік өнімді жылжыту стратегиясын талдау және оны жақсарту бойынша ұсыныстар әзірлеу.
22. Бәсекелестік жағдайында Қазақстандағы қонақ үй қызметтерінің сапасын басқару.
23. Пандемия дағдарысы жағдайында туризм мен қонақжайлылық индустриясын дамытудың стратегиялық векторлары.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕР УНИВЕРСИТЕТІ

VI. ТЕОРИЯЛЫҚ-ПРАКТИКАЛЫҚ КУРС БАҒДАРЛАМАСЫ

major- minor

Бизнес-экономикалық бағыт бойынша
ғылыми-инновациялық кәсіптік-білім беру кешені

Алматы, 2023 ж.

Халықаралық бизнес ББ бойынша технологиялық картасы

Дисциплина	Formation of investment and innovation policy of business structures	
ПӘНІ	Module 1. Fundamentals of formation of investment and innovation policy of business structures	Module 2. Effective management of investment and innovation policy of business structures
Зерттеуге арналған модульдер	1-2. An innovative way of economic development. 3-4. Theoretical Foundations of Innovation. 5. Subjects and objects of innovation. 6. Investment in the innovation process. 7. Patents and patent search.	8. Analysis of the effectiveness of innovation. 9. Financing innovative projects. 10. Key performance indicators of innovative. 11-12. Risk management in the innovation process. 13-14. Innovative processes, their main stages.
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1.The State program of industrial and innovative development of the Republic of Kazakhstan. 2.The strategy of patent firms in the Republic of Kazakhstan.	
СӨЖ тақырыптары	Task 1. Read the programme: «The State program of industrial and innovative development of the Republic of Kazakhstan for 2020 – 2025», then prepare a presentation: Using an example of a Kazakhstan company, prepare an assessment of the investment attractiveness of the object and its investment strategy. Examine the financial situation in the city of Almaty. Calculate the investment attractiveness of the object. Identify potential sponsors and investors and develop a strategy to raise their capital. Task 2. The global trends of global development dictate the main megatrends that have the greatest impact on the development of the manufacturing industry, including: – technological development based on digitalization; – urbanization; – the shift of economic power towards Asian countries; – globalization versus regionalization; – the growing influence of online communities; – green economy; – closed production cycles (loop economy); – strengthening the role of cooperation (coop economy);	Task 3. UNIDO. Classification of manufacturing industries. https://stat.unido.org/content/focus/classification-of-manufacturing-sectors-by-technological-intensity follow the link to study the official statistics data, the indicators of innovation activity of the Republic of Kazakhstan since the implementation of industrial and innovative development programs show positive dynamics. 1. Make an analysis of the effectiveness of innovation. 2. Conduct a SWOT analysis: Identify the strengths, weaknesses of the investment portfolio, as well as its risks and opportunities.

	– strengthening the role of the state in industrial and innovative development. Choose one of these programs and projects make a brief description of the document and describe its benefits for the country's economy.	
ПӘНІ	Financial aspects of business management	
Зерттеуге арналған модульдер	Module 1. Money and Capital management	Module 2. Corporate management
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	Theme 1 Time value of money 1. Calculation of future and attracted value for 1 year. 2. Calculation of future and present values for several periods. 3. How to calculate future and present value in Excel. 4. Postnumerando annuity. Theme 2. Cost of capital, part I 1. WACC cost of capital and its components. 2. Methods for calculating different sources of capital: Cost of debt. 3. Methods for calculating different sources of capital: The cost of preferred shares. 4. Methods for calculating different sources of capital: Cost of ordinary shares. Theme 3. Cost of capital, part II 1. The Modigliani-Miller Theory: Does a Company's Capital Structure Affect the Cost of Capital? 2. Impact of leverage on cost and capital structure. 3 The influence of other factors on the cost and structure of capital. Theme 4. Financial and operational leverage. 1. Break even points. 2. Operating lever. 3. Financial and full leverage. Theme 5. Working capital management. 1. Working capital and operating cycle.	Theme 6 Application of discounted cash flows 1. Net Present Value – NPV. 2. IRR. IRR problems. 3. Other yield measurement tools. 4. How to calculate indicators in Excel. Theme 7. Management of the main and working capital of the corporation. 1. Depreciation fixed capital and its role in the renewal of fixed capital. 2. Sources and procedure for financing capital investments. Theme 8. Dividend policy. 1. Basic dividend theories. 2. Types and factors of dividend policy. Theme 9. Anti-crisis business management. 1. Tasks and principles of anti-crisis management. 2. Bankruptcy: concept, signs and methods diagnostics. Theme 10. Financial planning and control. 1. Strategic, tactical and routine planning. 2. Budgeting as the main method ongoing planning.

	2. Liquidity indicators. 3. Liquidity management.	
СӨЖ тақырыптары	1. Annuity - prenumerando and perpetuity. 2. How to calculate annuity in Excel. 3. Methods for Calculating Different Sources of Capital: Common Stock Value – CAPM. 4. Working Capital Optimization. 5. ANPV.	
Жеке тапсырмалар	1. Case (situational task). Investments are all types of financial, material and other values that are invested by investors in business objects. Attended seminar, the head of a small business added that investments are made in other activities with the purpose of generating income (profit). A successful entrepreneur sitting next to him said that the creative role of finance is most clearly manifested in the organization of investment activities. In the hall where the seminar was held, a situation of misunderstanding arose, for some reason a variety of questions began to pour down. Write a comment: what did the successful entrepreneur want to emphasize with his remark? 2. Case (situational task). The two partners who own the firm went abroad to purchase the necessary equipment and other property for their enterprise. To do this, they had a certain amount, which they were going to spend equally. In fact, the costs of each turned out to be different. Companion A bought a machine tool and a truck for 24,000 USD units. Companion B bought a machine tool and a car. The passenger car cost the same as the machine bought by partner A, and the truck cost 2,000 c.u. units more expensive than the machine bought by partner B. The partners calculated that their costs would be equal if the money actually spent on cars were distributed in such a way that a passenger car would cost 3 times more than a truck. 1) How much did each purchase cost? 2) How much money was spent by each partner?	3. Write a comment: Choose the most profitable way of investing capital for 9 years, if the company can sell a car on the market at a price of 40 den. units and invest the proceeds in the bank at 15% per annum on compound interest terms. In the case of operation of the car after 9 years, its residual value will be 10 den. units The annual income from the use of the machine is an average of 12 den. units. 4. Case (situational task). At the conclusion of the collective agreement, the director of LLP Olzha proposed not to increase wages for work on night and evening shifts in order to save the wage fund and not to reduce the staff. The employees of the organization supported the director, because they wanted to keep their place of work. The representative of the elected trade union body stated that such a provision of the collective agreement would be contrary to labor legislation and it could not be included in the collective agreement. Give a legal assessment of the situation.

Менеджмент және маркетинг ББ технологиялық картасы

ПӘНІ	Modern Technologies for Effective Promotion of Products on the Market	
Зерттеуге арналған модульдер	Module 1. Modern technologies for promoting products on the market	Module 2. Innovative technologies for promoting products on the market
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. Course introduction. Modern Technologies for Effective Promotion of Products. 2. Integrated Marketing Communications. 3-4. Modern technologies in branding. 5. The IMC Planning Process. 6-7. Advertising Campaign Management. Advertising Design.	8. Traditional Media Channels. 9-10. Digital Marketing. 11. Social Media, Alternative Marketing. 12. Database Direct Response Marketing Personal Selling. 13-14. Public Relations and Sponsorship Programs.
СӨЖ тақырыптары	1.Modern Technologies for Effective Promotion of Products. 2.Social medial, alternative marketing.	
Жеке тапсырмалар	Task 1. Using the prototyping methods of "History" and "Installation", write a scenario of the success story of the company / personality. Next, make a storyboard of your compiled material and make a 2-3 minute video based on it, which reveals the essence of the story. Task 2. You are the SMM manager of a large educational institution for schoolchildren. Your first task is to describe the target audience of the company, including: Age Geographical location Interests	Task 3. A brief description. The business project is a practical task and covers the topics covered in the courses of the minor. Students need to create a new product/service using design thinking methods, then choose the most suitable social network for it (describe the advantages of the choice) as a promotion and draw up a strategy for its sale using event marketing tools. Make a written presentation in Word and a visual presentation of the plan in PowerPoint. The title page of the work should contain the following: – brand plan and promotional events – name of the product (company); – compiler(s). Task for the development of a business project: ☐ Develop a new product/service using design thinking methods (from empathy to storytelling) ☐ To choose the most optimal social network for him (Facebook, Instagram, VK) ☐ To make a portrait of his Target audience, promotions and a content plan for promotion in the online environment for him

		☐ Prepare a promotion strategy in an offline environment using event marketing methods
ПӘНІ	Business Management at Macro and Micro Levels	
Зерттеуге арналған модульдер	Module 1. Macro and Micro Environment	Module 2. Business Process Management
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. To familiar with Micro environment. 2. To familiar with Macro environment. 3. To study the Customers as micro environment factors. 4. To study the Suppliers as micro environment factors. 5. To study the Resellers as micro environment factors. 6. To study the Competitors micro environment factors. 7. To study the General public as micro environment factors. 8. To study the Economic factors as macro environment factors. 9. To study the Demographic forces as macro environment factors. 10. To study the Technological factors as macro environment factors. 11. To understand the factors that make up the macro-environment. 12. To study comparing two environments based on different factors. 13. To understand key differences between micro environment and macro Environment.	1. To familiar with Business Process Management. 2.To study the BPM Six Core Elements Model. 3. To study the six major steps of BPM lifecycle model. 4. To study the four contextual dimension BPM context framework. 5.To familiar with Environmental Management System (EMS). 6.To understand the Strategic planning and the process of it. 7. To study the Aims of Strategic Planning 8.To understand Benefits of Strategic Planning. 9. To familiar with Assess External and Internal Environment. 10.To understand different types of Business risks 11.To study the Environmental risks. 12.To study the originator of Environmental impact and socials possibilities of a Business.
СӨЖ тақырыптары	1. Micro environment in business. 2. Macro environment is business. 3. Business Management Process. 4. Different types of Business risks.	
Жеке тапсырмалар	SIW№ 1: The purpose of SIW: Identifying the elements in the micro environment. Please, choose an industry and analyze the following environment in it. • Customers	SIW№3: The purpose of SIW: Getting to know the actual steps of BMP in an industry. Please, choose an industry and analyze the BMP of in it. The BPM Lifecycle Model six major steps: Process identification,

	• Suppliers • Resellers • Competitors • General public SIW№ 2: The purpose of SIW: Identifying the elements in the macro environment Please, analyze the following factors in the business slowing risks in the oil industry. ○ Economics ○ Demographic ○ Technological ❖ Micro and Macro environment (case study) Please, choose one of the following brands, and then identify their Micro and Macro environment. • Chechi Pub • Rixos Almaty • Food master • Tau-Sunkar	✓ Process discovery, ✓ Process analysis ✓ Process redesign, ✓ Process implementation, and ✓ Process monitoring and controlling SIW№ 4: The purpose of SIW: Getting to know about Business Risks Please, analyze the following risks in the oil industry. ✓ Strategic ✓ Operational ✓ Compliance ✓ Fraud and Security ✓ Financial ✓ Market exposure ✓ Supply chain ✓ Information Technology ✓ Credit ✓ Production ❖ Environmental and social impacts originator in the oil and gas industry (case study) ➤ Write the environmental and social impacts of each of the following originator in the oil and gas industry. - Producer - Customer of raw materials - Operations
Зерттеуге арналған модульдер	Module 3. Micro and Macro-Organizational Behavior	Module 4. International business environment
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. To familiar with Micro and Macro-organizational behavior. 2. To familiar with Macro-organizational behavior. 3. To understand the Micro versus Macro organizational behavior. 4. To study the negative effects of micro management.	1. To familiar with the Regulatory Environment. 2. To introduce indicators of economic freedom. 3. To study the levels of regional economic integration. 4. To familiar with economic environment. 5. To familiar with Socio-cultural environment. 6. To familiar with legal environment.

	5. To understand how to become a good macro manager. 6. To study the effect of micro management. 7. To study the balance between micro and macro management.	7. To familiar with Technological environment. 8. To familiar with Competition. 9. To familiar with Customers.
СӨЖ тақырыптары	1. Macro and Micro in the organizational behavior. 2. International environment business.	
Жеке тапсырмалар	SIW№ 5: The purpose of SIW: Getting to know about negative effect of micro-management. Choose a company. Examine the negative effects of micromanagement and suggest your solutions to improve the situation. SIW№ 6: The purpose of SIW: Getting to know about Macro manager. Your position in the company is the Macro manager. What should you pay attention to in examining the macro environment of your business and how can you act like a successful Macro manager? ❖ Micro management (Case Study) Choose a company in Almaty and check the negative effects of micromanagement according to the following factors. • Damages trust • High attrition rate • High burnout • Dependent staff	SIW№ 7: The purpose of SIW: Getting to know about economic freedom indexes. Describe the economic freedom indicators of your country in each of the following cases - Business Freedom - Fiscal Freedom - Government Size - Monetary freedom - Investment freedom - Freedom from corruption SIW№ 8: The purpose of SIW: Getting to know about international business environment. You intend to enter the Turkish market. What research should you do about each of the following before entering? - Economic environment - Socio-cultural environment - Legal environment - Customer behavior - Existence of competitors ❖ International Business environment (Case Study) Choose one of the following brands and analyze the economic, social, legal and competitor environments of the following brands to enter international markets. • Chechi Pub • Rixos Almaty • Food master • Tau-Sunkar

"Туризм" ББ технологиялық картасы

Пәні	Event management	
Зерттеуге арналған модульдер	Module 1. Technology and organization of events	Module 2. Event promotion
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. Introduction to the course: Goals and principles of event-tourism and events. The systematic approach to event management. The main stages and the object of event management and event-tourism. The event perspective. The destination perspective on event tourism. 2. Event planning and project team: Project life cycle, stages of preparation and implementation. The basic composition of the project team. Work with freelancers and volunteers. The working group at the event. Areas of responsibility. Effective management of the project team. 3. Preparing to organize and manage an event: understanding event organization and management, types and categories of events, developing an event concept and project, Defining and communicating the event's vision, mission and setting objectives. Deciding on event dates and venues. 4. Feasibility study in event tourism management. Feasibility study tools. Risk management. Identifying event risks. Threats and risks of events. Predictable, unpredictable, objective and subjective risks, force majeure, etc. 5. Event budgets and financial management. Financial Plan & Considerations. Covering Your Costs. Raising Funds for the Event. 6. Event logistics. Technology and process of organizing an event: plan, phased schedule, distribution of responsibilities, labor management, supply organization and organization of relations with suppliers, organization of food	7. The theory and practice of event marketing. The general characteristics of event-marketing. Event marketing in the system of integrated marketing communications (IMC). 8. Methods of creativity in event-marketing. Benchmarking or creativity in creating concepts for special events (special events). 9. Entertainment and festival event marketing. The specifics of preparing and implementing festival projects. 10. Social event marketing. Corporate event marketing. E-event marketing. Sponsoring and organizing the event. Sponsorship and branding package. 11. Monitoring and Evaluation of events. Event Evaluation Process. 12. Post event management. Surveys and other methods of assessing the effectiveness of the event. Preparation and sending of official letters of appreciation to participants, sponsors and media representatives.

	service and communication with restaurant services, contracting with stakeholders, drawing up instructions and check-list.	
СӨЖ тақырыптары	1. Classification of events and event services: Carry out Internet research and prepare an analytical report on the features of the classification of modern events in the event industry and provide examples from the world and domestic event services markets. 2.Event industry in Kazakhstan: conduct exploratory research and make a poster presentation of the event industry in Kazakhstan including info on the existing event agencies, event services and trends. 3.Business planning: Developing a proposal for an event including the following: concept of the event (idea, legend), registration of the event space, division into zones, timing, preliminary script, entertainment, selection of contractors, venue, and budget. 4.Preparing a written master plan for a special event. The plan should be comprehensive and detailed including at a minimum the following information: title of the event, purpose and goals of the event, description of the target population, plans for marketing and advertising, detailed description of the nature of the event, organizational and staffing arrangements, financial arrangements (expenses and sources of revenue) and a schedule.	
Жеке тапсырмалар	1. The role of events for tourism and hospitality sectors of the country. Carry out Internet research and prepare a Power Point presentation of event tourism market in the country of your choice. You will present your research findings in public so prepare a short (3-5 minutes) speech. 2. Event planner. Develop a job specification for an event planner. The job specification should define characteristics, qualifications and skills that are required to deliver the satisfactory performance of specified tasks and duties comprising a job in an event industry organization. 3. Developing an event budget. Prepare a budget for a three-day jazz festival to be held in your city. The budget should include all expenses related to the marketing plan and discussion of their importance to	7. «the Media and value-added promotions Develop a brief report describing how you would use the media and the value-added promotions tied in with the media to promote a new restaurant/hotel/theme park in the community. 8. Promoting corporate events. In an abstract of 1000 words list three promotions that you would use to promote a corporate football (tennis) tournament/classical music concert. In your abstract explain your choice of the promotion and provide examples. 9. Entertainment and festival event marketing. Social event marketing. Creating a press kit for a social event. Present your thoughts and ideas on the case below:

	the overall success of the event. The budget should also include, on the revenue side, the amount of revenue generated by internal, external, and client sources. Discuss the process of identifying potential sponsors and your method of approach. Finally, conduct an ROEM and explain why this event is or is not economically viable. 4. Investigate two events (ideally two that are quite different from each other), and describe them in detail, taking into CONCEPT elements: what is the theme, do you think it matches the main idea and purpose of the event/s; how about the design and décor, venue and layout?. You might like to do your research on the Internet, starting with one of the state tourism Web pages. 5. You have been asked to run an event with a patriotic theme. This event will be held outdoors, and up to 400 participants will attend. The patriotic theme should be evident in all aspects of the event, including the decor, music, food, and beverage. Since this is a big event and the media will no doubt attend it, you must observe the correct protocol for use of Kazakhstani symbols. - Explain the event planning and running process; - Explain how you will use patriotic images and music. 6. Develop a checklist for a venue inspection, and then visit two or three venues and compare their various merits and limitations. In order to do this, you will need to have a specific event in mind, for example, a sporting event, a party, a conference, or a wedding.	Your city is planning to open its new town hall and courthouse in six months. A big celebration is being planned. You have been asked to market the event, for maximum exposure and citizen participation. You have been told that a press kit is necessary, but that you should seek other marketing avenues as well. 1. What items may you include in your press kit? 2. What details must you include in your press release? 3. What other community assets may you solicit to support the marketing program? 10. E-mail broadcast campaign. Write an effective e-mail message to use for an e-mail broadcast campaign for an event of your choice 11. Event website Design the event web page(s) and select a high-impact domain name. 12. Event promotion plan Develop an external marketing campaign plan in a community that has never before hosted a convention. What local resources would you pursue in that community to implement your campaign and what marketing approaches would you attempt with each?
--	---	---

Пәні	Брендті басқару және гастрономия	
Зерттеуге арналған модульдер	Модуль 1. Туристік бағыттардың брендингі және менеджменті	Модуль 2. Гастрономиялық брендинг
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. Бренд менеджментінің пайда болуы және қазіргі жағдайы. 2. Аумақтарды Бренддинг. 3. Дестинация Туризм менеджменті жүйесінің элементі ретінде. 4. Туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігін басқару. 5. Инвестициялық басқару. туристік бағыттардың тартымдылығы. 6. Туристік дестинацияларды дамытуды стратегиялық басқару.	7. Туристік бағыттардың маркетингі және брендингі. 8. Гастрономиялық туризмге кіріспе. 9. Гастрономия: материалдық емес мәдени мұра, әсер, бедел, өнер. 10. Гастрономиялық туризм және дестинация. 11. Туристік дестинацияның гастрономиялық бренді. 12. Мәдени және шығармашылық гастрономиялық туризм.
СӨЖ тақырыптары	1. Туристік аумақтардың портфолиосы бар брендтерді салыстырмалы талдау негізінде Сіз таңдаған туристік бағыттың брендингін жақсарту бойынша ұсыныстар жобасын жасаңыз. 2. Сандық маркетингтік технологиялардың мүмкіндіктерін қолдана отырып, туристік аумақтық брендті жобалау және жылжыту бойынша ұсыныстар кешенін жасаңыз.	
Жеке тапсырмалар	1. Сингапурдан келген делегация жиналыстарының бірінде Шымкент қаласы туризм басқармасы басшылығының өкілдері қатысқан Singapore Airlines қабылдауының көпөлшемді моделінің үлгісі талданды. Тапсырма: туризм басқармасының басшысы конкурс жариялады, оның барысында сізге "Visitshymkent" Туристік ақпараттық орталығының брендингін қабылдаудың көпөлшемді моделін жасау қажет, ол өз кезегінде республикада Нұр-сұлтан мен Алматыдан кейін мегаполиске келу бойынша үшінші брендингпен айналысады. Тапсырманы орындау үшін Singapore Airlines көп өлшемді қабылдау үлгісін пайдаланыңыз (1-дәрістің 1-суретіне сәйкес. Брендті қабылдаудың көп өлшемді моделі), сондай-ақ бет visit-shymkent.kz бренд бейнесін құрайтын элементтерді анықтау.	4. "TARIH" - дәстүрлі қазақ рецептеріне негізделген авторлық тағамдар мейрамханасы. "Tarih" мейрамханасы-Қазақстанның дәстүрлі, ұлттық тағамдарын еуропалық үлгіде ұсынумен және түрлендірумен танымал. Бірақ, рецепттер тағамның дәмін бұрмаламайды, бірақ оларды сергітеді және жаңа түстермен толықтырады. Тапсырма: TripAdvisor сайтында туристер белгілі бір бағыт туралы өз пікірлерін қалдырады. "Tarih"қазақ гастрономиясы әлемінде өзінің жаңа философиясымен танымал болған мейрамхананың пікірлері мен бағасын зерделеніз. Сілтемені пайдаланыңыз - https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298251-d23020992-Reviews-Tarih_Restaurant-Almaty.html.

	2. ҚР Үкіметі туризмді экономиканы дамытудың басым салаларының бірі ретінде белгілеп, инвесторларды тарту "KazakhTourism "ҰК"АҚ компаниясының басты міндеті болып табылатын ТОП-10 туристік дестинацияны анықтады. Сіз АҚШ инвесторларын қарсы алатын осы компанияның қызметкерлерінің бірісіз. Тапсырма: сайттағы деректерді пайдалану https://www.qaztourism.kz/. "инвесторлар үшін" бөлімінде, сондай-ақ инвестициялық ұсыныстар бойынша материалдарды пайдалана отырып, инвесторларды көбірек тартатын 2 дестинацияны таңдаңыз. Өз сөзіңізді инвесторлар алдында сөйлеуге дайындаңыз. Сөйлеу мыналардан тұруы керек: - Екі бағыттың қысқаша сипаттамасы. - Инвестициялық тартымдылық факторлары. - Туристер арасындағы дестинациялардың қазіргі бейнесі (Туристердің пікірлері, осы дестинацияға барудың статистикалық көрсеткіштері). - Туристік дестинацияны дамыту бойынша инвесторларға қойылатын талаптар. 3. Стратегия мен стратегиялық жоспарды іске асырудың жалпы нәтижелерінің мониторингі статистиканы және іріктелген көрсеткіштердің шектеулі санын талдауға негізделеді. Мониторинг қорытындылары мақсаттарға қол жеткізу дәрежесі және стратегия мен стратегиялық жоспарды түзету қажеттілігі туралы қорытындылармен белгіленген құрылымның Талдамалық есептерінде кезең-кезеңімен жүргізіледі.	Басқа студенттермен қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін қандай шаралар қабылдау керектігін және мейрамхана брендіне бұрын келтірілген зиянды қалай түзетуге болатынын талқылаңыз? Сондай-ақ, келесі сілтемені қолдана отырып, бренд идеясын және мейрамхана қызметін тереңірек зерттеңіз: https://www.facebook.com/tarih.restaurant/ Брендті бағалау критерийлері танылу, тұтынушылардың адалдығы, әлеуеті болуы мүмкін. Осы критерийлер бойынша "Tarih" мейрамханасын бағалаңыз. 5. Жыл сайын Шымкентте дәстүрлі халықаралық палау фестивалі өткізіледі. Бұл дәмді фестиваль облыста дәстүрге айналды және сегізінші рет өткізілуде. Оған Қазақстаннан және көрші елдерден 30-дан астам аспаз қатысады. Фестивальді "Дустлик" өзбектер қауымдастығы және Шымкенттегі Қазақстан халқы Ассамблеясы ұйымдастырды. Тапсырма: бұл тағамның тамыры қандай халық тағамдарынан шыққан? Осы типтегі фестивальдер Қазақстан халықтарының достық қарым-қатынастарына қалай әсер етеді? Қосымша ресурс: https://www.youtube.com/watch?v=Aj9P09mMgRU осы сілтемені пайдаланып, Шымкент қаласындағы Палау фестивалінің атмосферасына еніңіз.. 6. Zheka ' s Doner House-бұл дәмді асхана онда сіз тек бір ғана емес, достарыңызбен де бара аласыз, мейрамханадағы жағымды атмосфера сонымен қатар интерьер дизайн.
--	--	---

	Осыған байланысты мемлекеттік бағдарлама стратегиясының іс-шаралар жоспарындағы тармақтар бойынша жауапты әрбір басқарма қол жеткізілген көрсеткіштер бойынша тоқсан сайын және жыл сайын тиісті мониторингтік топтарға есеп беруге міндетті. Алматы облысының туризм басқармасы жыл сайын атқарылған жұмыстар туралы есепті Ресми сайтта "құжаттар" бөлімінде жариялайды. Тапсырма: деректерді пайдалану (https://www.gov.kz/memleket/entities/zhetysu-tourism/documents/1?lang=kgo) өткен жылы жүргізілген жұмыс туралы басқарманың жұмысын Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасындағы мақсаттар мен көрсеткіштерге сәйкес бағалаңыз. (https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360/history).	Zheka ' s Doner House — қазіргі уақытта Қазақстаннан белгілі вайнер Жека Фетбели ашқан фаст-фуд мейрамханасы Zheka ' s DonerHouse барлық жастағы танымал және қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының 3 қаласында орналасқан. Zheka ' s Doner House тек қана емес донерлер мейрамхананың атауында көрсетілгендей, бұл гамбургерлер пицца кәуаптары және тағы басқалар, сонымен қатар жеткізу. Гастрономиялық нарықта біртұтас бренд ретінде асхананың тез өсуіне тек сауатты маркетинг қана емес, сонымен қатар брендтің бет - бейнесі-танымал блогер Жеңіс Омарова да әсер еткенін бәрі біледі. Тапсырма: брендтің басты тұлғасы туралы мақаланы оқыңыз-https://steepmen.ru/zheka_fatbelly/ Денис Омаровтың имиджі брендтің қалыптасуына қаншалықты әсер етті деп ойлайсыз? Брендті қалыптастыруда қандай жеке ерекшеліктерге баса назар аударылады? Брендтің Instagram парақшасын пайдалана отырып, Қазақстанның қай қалаларында осы гастрономиялық брендке ең көп сұраныс бар екенін анықтаңыз?
--	--	--

«МІ және ҚҰБ» ББ технология картасы

Пәні	Іс-шараны Басқару \Event management	
Зерттеуге арналған модульдер	Module 1. Technology and organization of events	Module 2. Event promotion
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. Introduction to the course: Goals and principles of event-tourism and events. The systematic approach to event management. The main stages and the object of event management and event-tourism. The event perspective. The destination perspective on event tourism. 2. Event planning and project team: Project life cycle, stages of preparation and implementation. The basic composition of the project team. Work with freelancers and volunteers. The working group at the event. Areas of responsibility. Effective management of the project team. 3. Preparing to organize and manage an event: understanding event organization and management, types and categories of events, developing an event concept and project, Defining and communicating the event's vision, mission and setting objectives. Deciding on event dates and venues. 4. Feasibility study in event tourism management. Feasibility study tools. Risk management. Identifying event risks. Threats and risks of events. Predictable, unpredictable, objective and subjective risks, force majeure, etc. 5. Event budgets and financial management. Financial Plan & Considerations. Covering Your Costs. Raising Funds for the Event. 6. Event logistics. Technology and process of organizing an event: plan, phased schedule, distribution of responsibilities, labor management, supply organization and organization of relations with suppliers, organization of food service and communication with restaurant services, contracting with stakeholders, drawing up instructions and check-list.	7. The theory and practice of event marketing. The general characteristics of event-marketing. Event marketing in the system of integrated marketing communications (IMC). 8. Methods of creativity in event-marketing. Benchmarking or creativity in creating concepts for special events (special events). 9. Entertainment and festival event marketing. The specifics of preparing and implementing festival projects. 10. Social event marketing. Corporate event marketing. E-event marketing. Sponsoring and organizing the event. Sponsorship and branding package. 11. Monitoring and Evaluation of events. Event Evaluation Process. 12. Post event management. Surveys and other methods of assessing the effectiveness of the event. Preparation and sending of official letters of appreciation to participants, sponsors and media representatives.

СӨЖ тақырыптары	1. Classification of events and event services: Carry out Internet research and prepare an analytical report on the features of the classification of modern events in the event industry and provide examples from the world and domestic event services markets. 2.Event industry in Kazakhstan: conduct exploratory research and make a poster presentation of the event industry in Kazakhstan including info on the existing event agencies, event services and trends. 3.Business planning: Developing a proposal for an event including the following: concept of the event (idea, legend), registration of the event space, division into zones, timing, preliminary script, entertainment, selection of contractors, venue, and budget. 4.Preparing a written master plan for a special event. The plan should be comprehensive and detailed including at a minimum the following information: title of the event, purpose and goals of the event, description of the target population, plans for marketing and advertising, detailed description of the nature of the event, organizational and staffing arrangements, financial arrangements (expenses and sources of revenue) and a schedule.		
Жеке тапсырмалар	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="526 699 1377 1407"> 1. The role of events for tourism and hospitality sectors of the country. Carry out Internet research and prepare a Power Point presentation of event tourism market in the country of your choice. You will present your research findings in public so prepare a short (3-5 minutes) speech. 2. Event planner Develop a job specification for an event planner. The job specification should define characteristics, qualifications and skills that are required to deliver the satisfactory performance of specified tasks and duties comprising a job in an event industry organization. 3. Developing an event budget Prepare a budget for a three-day jazz festival to be held in your city. The budget should include all expenses related to the marketing plan and discussion of their importance to the overall success of the event. The budget should also include, on the revenue side, the amount of revenue generated by internal, </td><td data-bbox="1377 699 2083 1407"> 7. «The Media and value-added promotions». Develop a brief report describing how you would use the media and the value-added promotions tied in with the media to promote a new restaurant/hotel/theme park in the community. 8. Promoting corporate events In an abstract of 1000 words list three promotions that you would use to promote a corporate football (tennis) tournament/classical music concert. In your abstract explain your choice of the promotion and provide examples. 9. Entertainment and festival event marketing. Social event marketing. Creating a press kit for a social event. Present your thoughts and ideas on the case below: Your city is planning to open its new town hall and courthouse in six months. A big celebration is being planned. You have been asked to market the event, for </td></tr> </table>	1. The role of events for tourism and hospitality sectors of the country. Carry out Internet research and prepare a Power Point presentation of event tourism market in the country of your choice. You will present your research findings in public so prepare a short (3-5 minutes) speech. 2. Event planner Develop a job specification for an event planner. The job specification should define characteristics, qualifications and skills that are required to deliver the satisfactory performance of specified tasks and duties comprising a job in an event industry organization. 3. Developing an event budget Prepare a budget for a three-day jazz festival to be held in your city. The budget should include all expenses related to the marketing plan and discussion of their importance to the overall success of the event. The budget should also include, on the revenue side, the amount of revenue generated by internal,	7. «The Media and value-added promotions». Develop a brief report describing how you would use the media and the value-added promotions tied in with the media to promote a new restaurant/hotel/theme park in the community. 8. Promoting corporate events In an abstract of 1000 words list three promotions that you would use to promote a corporate football (tennis) tournament/classical music concert. In your abstract explain your choice of the promotion and provide examples. 9. Entertainment and festival event marketing. Social event marketing. Creating a press kit for a social event. Present your thoughts and ideas on the case below: Your city is planning to open its new town hall and courthouse in six months. A big celebration is being planned. You have been asked to market the event, for
1. The role of events for tourism and hospitality sectors of the country. Carry out Internet research and prepare a Power Point presentation of event tourism market in the country of your choice. You will present your research findings in public so prepare a short (3-5 minutes) speech. 2. Event planner Develop a job specification for an event planner. The job specification should define characteristics, qualifications and skills that are required to deliver the satisfactory performance of specified tasks and duties comprising a job in an event industry organization. 3. Developing an event budget Prepare a budget for a three-day jazz festival to be held in your city. The budget should include all expenses related to the marketing plan and discussion of their importance to the overall success of the event. The budget should also include, on the revenue side, the amount of revenue generated by internal,	7. «The Media and value-added promotions». Develop a brief report describing how you would use the media and the value-added promotions tied in with the media to promote a new restaurant/hotel/theme park in the community. 8. Promoting corporate events In an abstract of 1000 words list three promotions that you would use to promote a corporate football (tennis) tournament/classical music concert. In your abstract explain your choice of the promotion and provide examples. 9. Entertainment and festival event marketing. Social event marketing. Creating a press kit for a social event. Present your thoughts and ideas on the case below: Your city is planning to open its new town hall and courthouse in six months. A big celebration is being planned. You have been asked to market the event, for		

	external, and client sources. Discuss the process of identifying potential sponsors and your method of approach. Finally, conduct an ROEM and explain why this event is or is not economically viable. 4. Investigate two events (ideally two that are quite different from each other), and describe them in detail, taking into CONCEPT elements: what is the theme, do you think it matches the main idea and purpose of the event/s; how about the design and décor, venue and layout? You might like to do your research on the Internet, starting with one of the state tourism Web pages. 5. You have been asked to run an event with a patriotic theme. This event will be held outdoors, and up to 400 participants will attend. The patriotic theme should be evident in all aspects of the event, including the decor, music, food, and beverage. Since this is a big event and the media will no doubt attend it, you must observe the correct protocol for use of Kazakhstani symbols. - Explain the event planning and running process; - Explain how you will use patriotic images and music. 6. Develop a checklist for a venue inspection, and then visit two or three venues and compare their various merits and limitations. In order to do this, you will need to have a specific event in mind, for example, a sporting event, a party, a conference, or a wedding.	maximum exposure and citizen participation. You have been told that a press kit is necessary, but that you should seek other marketing avenues as well. 1. What items may you include in your press kit? 2. What details must you include in your press release? 3. What other community assets may you solicit to support the marketing program? 10. E-mail broadcast campaign. Write an effective e-mail message to use for an e-mail broadcast campaign for an event of your choice. 11. Event website. Design the event web page(s) and select a high-impact domain name. 12. Event promotion plan. Develop an external marketing campaign plan in a community that has never before hosted a convention. What local resources would you pursue in that community to implement your campaign and what marketing approaches would you attempt with each?
Пәні	Организация Внутреннего Туризма \ Organization of domestic tourism	
Зерттеуге арналған модульдер	Module 1. Technology and organization of domestic tourism	Module 2. Tourism product development, analysis and calculation of tours
Аудиториялық сабақтарға арналған тақырыптар	1. The role and place of domestic tourism in the tourism system. The concept of domestic tourism and its essence. The components of the tourism system and the place of domestic tourism in it. Types of domestic tourism. Economic and social effect of domestic tourism. Tourism organizers.	8. The process of developing a new product. Problems in the development of a new tourist product. Consumer analysis. Demand analysis. Target market. 9. Selection of ideas (2nd stage of tourist product development). Common problems associated with the

	2. Legal foundations of domestic tourism in Kazakhstan. Legislation in the field of domestic tourism. Measures of state regulation of domestic tourism. Forms of state support for domestic tourism. Structure of tourism management at the state, regional and local level. Planning and coordination of tourism development by public authorities. Methods of attracting investment in the tourism sector. 3. Analysis of the main tourist flows of Kazakhstan. Definition and main characteristics of the internal tourist flow. Assessment of the tourism potential of the regions of Kazakhstan. Organization of summer tourist flows. Winter domestic tourist flows. Multi-seasonal domestic tourist flows (sanatorium treatment, sightseeing tours, business tourism). Motivation of travel in domestic tourism. 4. Features of the organization of domestic tourism in Kazakhstan. Factors affecting the production of a tourist product in the field of domestic tourism. The concept and forms of activity of tour operators and travel agencies. Domestic tourism market: components of supply and demand. Factors and trends in the development of demand in the domestic tourism market. The market of accommodation facilities in domestic tourism. Transport services for domestic tourism. Catering in domestic tourism. Cultural and excursion programs in domestic tourism. 5. Technology of forming a domestic tour. Technologies for developing a tourist route. The order of formation of the tour. Characteristics of the stages of tour formation. Documenting the tour. The technique of registration of tourist documentation. The technique of accounting and storage of documentation. Control of the correctness of tourist documentation Preparation stages of the tour for implementation.	development of successful new products. Advantages and disadvantages of product screening. 10. Concept development and testing. Application of qualitative and quantitative methods in testing concepts. Disadvantages of traditional concept testing. 11. Development of a marketing strategy. The main marketing strategies to attract more tourists. Conducting marketing research in the development of a marketing strategy. 12. Business analysis process. Study of the product reference information. Business analysis process: the main steps of effective business analysis. 13. The distribution process: The association of travelers and travel service providers. Meeting the needs of travelers. Types of distribution channels of tourist services. Distribution process: bringing together travelers and travel service providers. 14. The impact of social networks on tourism. The concept of social networks and mobile applications in tourism. The main operating systems for mobile devices. The main differences between applications for mobile devices. 15. Design and development of visitor attractions. The importance of innovation in tourism. Drawing up a business plan: ideas for a feasibility study. The role of management in tourism.
--	--	--

	Designing requirements for the tourist service process. Formation of packages of domestic tourist services. 6. The quality of the tourist product in the field of domestic tourism. The concept of the quality of a tourist product and its components (mandatory and recommended). Factors of the quality of the tourist product. The influence of the quality of tourist services on the attractiveness of a tourist destination. Forms and methods of service quality control in domestic tourism. 7. Technology of tourist service. Stages of tourist service. Factors determining the level of tourist service. Principles of tourist service. Socio-psychological features of tourist activity. Documenting the relationship of a travel agency with a client. Organization of settlements with the client. Dealing with customer complaints.	
СӨЖ тақырыптары	1.Preparing a promotional information on famous places and personalities of Kazakhstan: within the framework of the "Cultural Heritage" project, the film studio of JSC "Kazakhfilm" created documentaries about especially important places and heritage of national culture, such as "Korkyt. The history of the kyui", "Musical heritage of nomads", "Architectural monuments of ancient Turkestan", "Mausoleum of Zhusup Ata", "Petroglyphs of Tamgaly" and a number of others. Based on these data, please provide a brief information about these and other famous places and personalities of Kazakhstan. 2.Considering the city, region or country where you live, provide some recommendations of how the destination may improve or maintain the experience for visitors, and present your recommendations to the class. 3.Making up a report: watch the following round table discussion on Instagram Tourism (https://youtu.be/_ftafi28hNU) and make up one-page report (100-150 words) stating your point of view whether you agree or disagree with the main question discussed in the program: Is social media ruining travel? 4.Making an analytical report: select a tourist destination with which you are familiar, or one for which you can gather data without too much difficulty. For your chosen destination, you should produce a report which highlights the problems and benefits which tourism has brought to the local environment.	

	5. Preparing an analytical report on your region: imagine that you are a manager in DMC of your region. You have been asked to compile recommendations on how to improve or maintain experience for visitors. Considering the city, region or country where you live, provide some recommendations and present them to the class.	
Жеке тапсырмалар	1. A brief description of the “tourist travel” service is compiled on the basis of studying the needs and solvency of the population, the demand for types of tourist travel, and also on the basis of studying the possibilities of recreational resources in a particular area. Formulate the main goal and determine the theme of the tour. Select, according to the theme of the tour, sights, museums, interesting places, leisure and entertainment events along the travel route. Through the websites of at least two of the types of travel agents, look at the products they offer consumers. Compare your results with those of your class. 2. The medieval settlement of Bozok is called the millennial predecessor of the capital of Kazakhstan. It is planned that in the future there will be a historical and cultural Museum-reserve, the design and estimate documentation of which will be developed in 2020. What is special about this settlement? Give five recommendations for the implementation of this complex as a tourist destination. 3. Analyse the main tourist destinations, at least top five destinations in Kazakhstan and identify the main clue of the success. As a market player give a good idea to develop existing product or to launch new product. State your idea. 4. List the advantages of purchasing a package of tourist services before purchasing individual tourist services. Possible directions for finding the right answer: Step 1. Remember what services are included in the package of tourist services?	Creation of a domestic tourist product in the field of hospitality and tourism. You have to follow the following new tourist product development stages in order to complete the given project: 1. Idea generation - analyse the main tourist destinations, at least top five destinations in Kazakhstan and identify the main clue of the success. - as a market player give a good idea to develop existing product or to launch new product. State your idea. Work in groups. You are going to develop a new tourist product. Today’s meeting is about the first stage: presenting ideas (plan) of the tour product. Remember that a brief description of the “tourist travel” service is compiled on the basis of studying the needs and solvency of the population, the demand for types of tourist travel, and also on the basis of studying the possibilities of recreational resources in a particular area. Formulate the main goal and determine the theme of the tour. Select, according to the theme of the tour, sights, museums, interesting places, leisure and entertainment events along the travel route. 2. Idea screening - you have given an idea last week. Now you have to state your idea: does it fit new market? Make and market analysis in order to find out customer needs and demand. Demonstrate results.

	Step 2. When naming an advantage, try to justify it in terms of economic and social expediency. 5. Specialists of different specialties (from 5 to 9 specialties) work under the same hotel roof. At the same time, almost any service provided to the client requires the cooperation of several services and, consequently, the coordination of actions of employees of different specialties. This implies the importance of good coordination of different services and different specialists, who must interact in such a way that all problems that arise for the client are solved quickly and without the intervention of the top management of the hotel. The client usually makes all their claims to the reception service. And if, for example, his claims are caused by the quality of room cleaning, then the room fund service, which is not directly subordinate to the reception service, should correct the situation. 1. Explain how you think the hotel should provide services: a) acceptable level of risk to the life and health of tourists in normal conditions and in emergency situations (natural disasters, etc.). b) safe conditions for conducting the tour with the exception of emergency situations; c) differentiated risk level depending on the specific conditions of the tour. 6. A tourist company is developing a new excursion tour along the following route: Almaty – Taraz – Shymkent –Turkestan - Almaty. Suggest possible ideas on the sequence of visits to specific attractions of the above-mentioned cities and the most appropriate transport options for tourists within the tour. 7. Make the most acceptable route for the following objects: Dombaul, Alash Khan mausoleum, Zhoshy Khan mausoleum,	Work in groups. Making an analytical report. You have formulated your product idea: the goal and the theme of your tour (Seminar 4- Assignment1The idea (plan) of the tour). Identify in relation to the 6As of your destination, what you think are the strengths and weaknesses of the chosen city or region. Strengths /Weaknesses Access Roads, airports, ports, etc. Accommodation Types: hotels, hostels, etc. Gradings: 1-star, 5-star Quantity: few – many Activities Range: few – many; cost: cheap – expensive; types: water-based, land-based, etc. Amenities (shops, banks, supermarkets) Range: few – many Cost: cheap – expensive Ancillary services (car hire, bureau de change) Range: few – many Cost: cheap – expensive. Strengths /Weaknesses of attractions (man-made, natural – theme parks, mountains...) Range: few – many Types: families, couples, older people; cost: cheap – expensive; condition: old, new, fragile, well developed, etc. 3. Concept development and testing - You have offered a new product idea. Now make a forum on the Internet and evaluate consumer responses to a product before market introduction. 4. Marketing strategy development - Make your marketing strategy - Define the goals of your marketing strategy - Prepare storytelling on your social media posts. Work in groups. You are going to apply a marketing technique called as one of the techniques used in
--	--	--

	Ulytau and the most acceptable options for transporting tourists within this tour. 8. Travel brochure for a destination. Develop a 300-word travel brochure for a destination of your choice that tries to attract as many visitors as possible by addressing all levels of the Maslow hierarchy. Explain how the brochure meets the needs given in the hierarchy.	marketing strategy development. Prepare storytelling on your social media posts for the product idea you have formulated in the previous stages. 5. Product development You have worked through all stages of new tourist product development. Work in groups. Making a financial report on your tour product. Calculate the cost of a tour package of a bus tour developed by you based on the prices of service providers, taking into account various accommodation options for 1 person and per group of tourists. Calculate the cost of services included in the tour, taking into account the category of tourists (adult, child) at the rate of: group of 40 people. (including 30 adults and 10 children) + 2 people. accompanying for free + guide + 2 drivers. 6. Present your idea (tour) design in ppt (include photos, videos).
--	--	--