



**КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ ИМЕНИ АБЫЛАЙ ХАНА**

ПРОГРАММА

**научно-инновационного профессионально-образовательного
комплекса**

КазУМОиМЯ им. Абылай хана

по бизнес-экономическому направлению

г. Алматы 2023



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ им. АБЫЛАЙ ХАНА



ПРОГРАММА
научно-инновационного профессионально-образовательного
комплекса
КазУМОиМЯ им. Абылай хана
по бизнес-экономическому направлению

Алматы, 2023 год

Разработано АО Казахским университетом международных отношений и мировых языков имени Абылай хана.

Рекомендовано Ученым советом КазУМОиМЯ им. Абылай хана от « 24 » января 2023 года (Протокол № 6).

Научный редактор: Кунанбаева С.С., член-корреспондент НАН РК, академик МАН ВШ, профессор, доктор филологических наук

Составители: Искалиев М.Д., д.э.н., профессор.

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

Калганбаев Н.А., к.э.н., доцент.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Обоснование программ научно-инновационных профессионально-образовательных комплексов (НИПО комплексы) КазУМОиМЯ им. Абылай хана	4
2. План-программа научно-исследовательской инновационно-прикладной школы (НИИПШ) «Модернизация социэкономики и современные геоэкономические тенденции»	9
3. Тематика плана-программы научно-диссертационных исследований с прикладной продукцией	23
4. Программа по теоретико-практическим курсам major-minor	27

Обоснование программ научно-инновационных профессионально-образовательных комплексов (НИПО комплексы) КазУМОиМЯ им. Абылай хана

Современное профессиональное образование, его многоярусная и интегрированная сущность, вызванная необходимостью его диверсифицирования с учетом инновационных спецификаций, создает необходимость разрабатывать современные модели отраслевых профессиональных образований, систему их организаций и управления, базируемой на функционально-содержательном структурировании и управлении профессионально-творческой и инновационной деятельностью студентов, направленной на решение реальных социально-экономических задач, т.е. профессионально-отраслевое образование приобретает форму модели профессионально-креативного процесса. Это достигается путем тесной кооперации с производством, открытием научно инновационно-производственных комплексов, созданием на базе вузов инновационно-прикладных лабораторий, центров профессионально-ориентированных технологий и др.

Современными проявлениями глобализационных процессов в образовании являются системные и масштабные меры по модернизации системы образования в РК, направленные на реализацию Концепции индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2021 – 2025 годы (Постановление Правительства Республики Казахстан от 20 декабря 2018 года № 846). Программа НИПО комплекса базируется на современной дидактической Концепции прагматизма в образовании, предопределяющей смену знаниево-накопительной парадигмы образования на прагмо-функциональную, обеспечивающую профессионально-прикладную проекцию полученных знаний в профессиональные умения в условиях создаваемых конструктивных механизмов взаимодействия сферы труда и сферы образования.

Модель образования третьего тысячелетия предопределяется глобальной стратегией устойчивого развития, одной из ключевых

направлений которого является современная тенденция глобализации образования и формирование единого образовательного сообщества, где высшее образование призвано выступать прорывной и реально движущей прогресс силой.

Для формирования новой генерации интеллектуальной нации необходима и модернизация отечественного образования в контексте международной парадигмы конкурентоспособности и рыночно-экономических модификаций через внедрение новых технологий и инноваций с целевой задачей формирования инновационно-интеллектуальной кластерной системы, способствующей подготовке соответствующих современным потребностям общества и реального сектора экономики профессиональных кадров с творчески-инновационной ориентированностью на решение актуальных социально-экономических задач.

Наряду с такими инновационно-образовательными исследовательскими структурами, имеющими больше экспериментально-опытный характер до оценки и признания их эффективности и включения в образовательно-профессиональную систему университета.

КазУМОиМЯ им. Абылай хана с 2014 года перешел на современно-востребованную организационно-управленческую систему построения единой научно-образовательной профессионально-инновационной инфраструктуры университета, состоящей из системы программ научно-инновационных профессионально-образовательных комплексов (НИПО комплексы).

Сформированная единая научно-инновационная профессионально образовательная инфраструктура в формате четырех научно-инновационных профессионально-образовательных комплексов (НИПО) заложило основу для вертикально кластерного механизма развития и управления вузом.

Открытость к инновационному преобразованию вертикально кластерной управленческой системе позволило университету перейти к четырехступенчатой системе компетентностной модели: профессионально – ориентированной, профессионально базированной, профессионально идентифицирующей и межкультурно-коммуникативной.

Необходимость перехода на комплексность и интегрированность управления научно-образовательной деятельностью университетов обусловлена:

1. необходимостью создания устойчивой национальной инновационной системы с эффективными механизмами взаимодействия государства, науки, образования, бизнеса, которая рассматривается как одна из стратегических задач развития страны;

2. необходимостью формирования Инновационной научно-образовательной системы, обеспечивающей подготовку качественно новой генерации квалифицированных специалистов, восприимчивых к инновациям, способных организовывать и осуществлять инновационно-исследовательскую и внедренческую деятельность, базированную на международной кооперации и взаимодействии.

Подобная интегрированная представленность полифункциональной деятельности университета, подчиненной единой программе, синтезировано реализующей:

- образовательную;
- научно-исследовательскую;
- инновационно-внедренческую;
- предпринимательно-коммерциализационную;
- научно-образовательную результативную и др.

функции, нацелена на комплексную реализацию государственных приоритетов технико-экономического развития РК и целедетерминированную подготовку научно-профессиональных кадров.

Управленческая организационная структура КазУМОиМЯ им. Абылай хана открыта для органичного сращения профессионального образования, науки, бизнеса и производства с теми формами результативности и продуктивности, которые свойственны гуманитарно-интеллектуальной научно-производственной сфере, таким образом определены следующие НИПО комплексы (научно-инновационные, -профессионально-образовательные комплексы):

1. НИПО комплекс по иноязычно-дидактическому направлению (ИДН);
2. НИПО комплекс по лингво-инофилологическому направлению (ЛИН);
3. НИПО комплекс по международно-профессиональному направлению (МПН).
4. НИПО комплекс по бизнес-экономическому направлению (ЭПН);

В систему научно-образовательного управления, организации и регулирования интегративной деятельностью НИПО комплексов включаются как интегративная программа комплекса следующий состав (Рисунок 1):

Организационная структура НИПО – комплексов КазУМОиМЯ им. Абылай хана

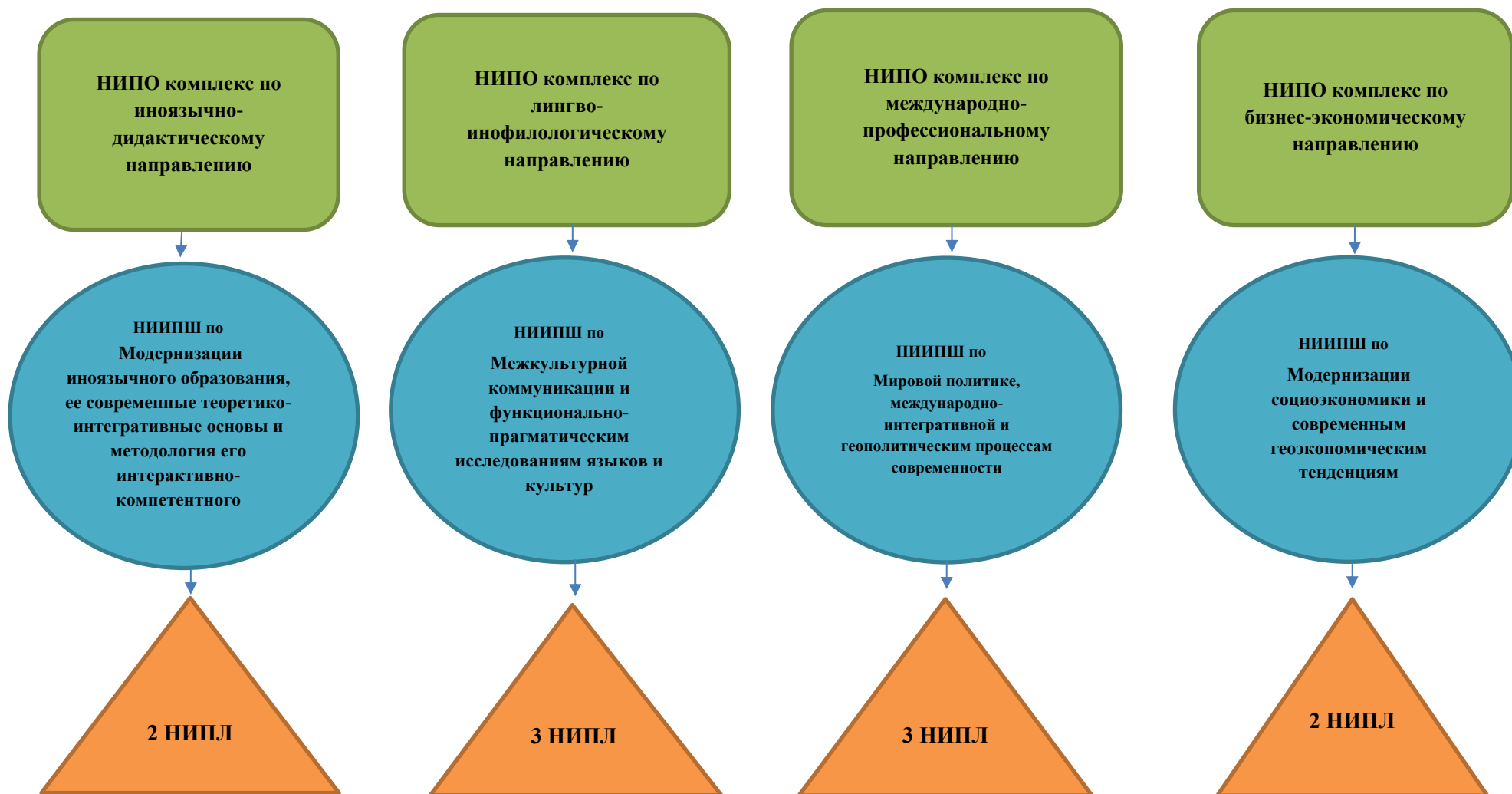


Рисунок 1. Организационная структура НИПО - комплексов

I Программы научно-инновационного профессионально-образовательных комплексов (НИПО комплекс)

II Программы научно-исследовательской инновационно-прикладной инфраструктуры КазУМОиМЯ им. Абылай хана, включающего, 4 научно-исследовательские инновационно-прикладные школы (НИИПШ)

«НИИПШ по модернизации иноязычного образования, ее современные теоретико-интегративные основы и методология его интерактивно-компетентного моделирования», включающего в свой состав **2 научные исследовательско-прикладные лаборатории (НИПЛ)** и программы их деятельности.

«НИИПШ по межкультурной коммуникации и функционально-прагматическим исследованиям языков и культур», включающего в свой состав **3 научные исследовательско-прикладные лаборатории (НИПЛ)** и программы их деятельности.

«НИИПШ по мировой политике, международно-интегративным и геополитическим процессам современности», включающего в свой состав **3 научные исследовательско-прикладные лаборатории (НИПЛ)** и программы их деятельности

«НИИПШ по модернизации социэкономике и современным геоэкономическим тенденциям», включающего в свой состав **2 научные исследовательско-прикладные лаборатории (НИПЛы)** и программы их деятельности.

III План-программы научно-исследовательских (тематика диссертационных и проектных) работ с прикладной продукцией по каждой НИИПШ.

IV Программы вариативных профессионально-образовательных программ профилей специализаций по ОП всех 4-х НИПО комплексов:

Основные векторы развития образовательной деятельности университета в условиях расширения академической и управленческой самостоятельности. Межотраслевые, интегративные полифункциональные образовательные программы в синтезе major-minor, которые дают широкую базовую подготовку универсальных специалистов с международными знаниями и ключевыми компетенциями, что позволяет выпускникам вуза выполнять профессиональные функции не только конкретной ОП, но и смежных или других специальностей данной отрасли или сферы деятельности, либо выполнять функции однородных профессий.

Профильно-профессиональные подпрограммы вариантов базовых специальностей и технологии формирования прикладных компетенций (по 3-4 профилю по каждой базовой специальности, входящей в НИПО комплексов на 3 языках: казахский, русский и английский языки).

В план-программу каждого профиля (специализации) базовой ОП включаются программы базовых курсов профиля (БК), модулей технологий, кейс-анализы, состав компетенций и др.

Разработанный, востребованный временем и рынком труда, вариативный состав программ новых профилей специализаций, вводятся в начале в форме экспериментальных «матричных» научно-образовательных профессионально-вариативных программ, предлагаемых для выбора обучающимся, которые после экспериментальной апробации вводятся в комплексную многовариативную профессиональную модель major-minor специалиста.

V В состав управляющих документов научно-образовательной деятельности НИПО комплексов входят вводимые в структуру образования **план-программы современно-актуальных учебных дисциплин** междисциплинарно-прагмопрофессионального характера, включаемых в состав новых дисциплин *тіпог*. Программа курсов включает все аспекты образовательного процесса: базовые лекционные курсы, модули, проблемы, прагмозадания, формируемые компетенции, формы контроля и др.

Типовые учебные планы являются основой руководства и следования НИПО. В состав НИПО комплексов включен информационно-библиографический перечень современной научно-образовательной литературы.

VI Каждое **НИПО** разрабатывает свою план-программу комплексной реализации целевых задач комплексов.

Управление, организация, мониторинг качества и процесса деятельности НИПО осуществляется утвержденным Ученым советом КазУМОиМЯ.

МИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ им.АБЫЛАЙ ХАНА

План-программа
научно-исследовательской инновационно-прикладной школы (НИИПШ)
«Модернизация социэкономики и современные геэкономические тенденции»

Алматы, 2023

Введение в стратегическое планирование и организацию научно-инновационной деятельности КазУМОиМЯ им. Абылай хана

Переориентация науки на потребности экономики и научно-технического прорыва, создание фундаментального базиса для казахстанской наукоемкой продукции и её признания на мировом рынке диктует переход университетов на целевую подготовку научных кадров по приоритетным научным направлениям, обеспечивая их взаимодействие с реальными секторами экономики и производства.

Для реализации отмеченной целевой установки в стране расширяются возможности по привлечению зарубежных ученых для развертывания совместной с зарубежными вузами научно-исследовательской **корпоративной работы по прорывным технико-экономическим направлениям инновационного характера.**

Решение задач, направленных на реализацию законов Республики Казахстан «Об образовании», «О науке», «О статусе педагога», «О коммерциализации результатов научной и научно – технической деятельности», национального проекта «Качественное образование «Образованная нация» и соответствие деятельности КазУМОиМЯ имени Абылай хана Стратегическим приоритетам развития образования преследует цель диверсификации в инновационно-ориентированный университет международно-адаптивного типа, повышение глобальной конкурентоспособности казахстанского образования и науки, воспитание и обучение личности на основе общечеловеческих ценностей, увеличение вклада науки в социально-экономическое развитие страны. Реализация указанных стратегических приоритетов обеспечит лидерство Университета в развитии системы иноязычного образования Казахстана.

Общепризнанной основой расширения вклада науки и усиления его престижа и значимости в реализации приоритетов технико-экономического развития страны является и углубление процессов консолидации научного потенциала по прорывным направлениям в рамках систем конкурентоспособных **университетских научных школ**, призванных обеспечить взаимодействие и интеграцию **«фундаментальной науки – инновационного трансфера технологии - образования»**, формируя и развивая тем самым и современную **научно-исследовательскую инфраструктуру университета**, ориентированную на доведение научных результатов до производственной продукции на базе инновационных площадок при университетах.

Такая **интегрированная представленность полифункциональной деятельности университета**, синтезировано реализующего **образовательные, научно-исследовательские, инновационно-внедренческие функции с коммерциализацией продукции** закладывает основы **предпринимательски-ориентированного образования** и инновационной науки, нацеленных на комплексную реализацию государственных приоритетов технико-экономического развития РК и целедетерминированную подготовку научно-профессиональных кадров.

Благодаря формированию **таких сетевых структур** создаются условия для сокращения разрыва между результатами научных исследований университетов и потребностями общества в его научной продукции, **создается база для взаимодействия между субъектами инновационной деятельности, возможности для коммерциализации не только научных разработок, но и услуг**

по деловому, информационному, документационно-проектировочному, технологическому и другим формам сопровождения и обеспечения реализации прорывных приоритетных инновационных программ.

Модель комплексного и интегрированного управления современно-базируемой научно-образовательной деятельностью Университета предопределена необходимостью:

- создания устойчивой национальной инновационной системы высшего профессионального образования с эффективными механизмами взаимодействия «науки-государства-образования-бизнеса», которая определяется как одна из стратегических задач развития страны;

- формирования для реализации этой стратегической задачи Инновационной научно-образовательной системы как локомотива по ускоренному обеспечению подготовки качественно новой генерации квалифицированных специалистов, восприимчивых к инновациям, способных организовывать и осуществлять инновационно-исследовательскую и внедренческую деятельность, базируемую на международной кооперации и взаимодействии.

Капитализация университетских знаний, развитие предпринимательской культуры, создание возможностей для реализации исследовательско-инновационного потенциала для всех категорий разработчиков (студенты, магистранты, докторанты) обеспечивается путем создания Центра инновационно – образовательных технологий (ЦИОТ) КазУМОиМЯ имени Абылай Хана, как составляющего более крупных инновационных кластеров.

Наука является стратегически важной сферой человеческой деятельности, основополагающим ресурсом страны, который во многом обеспечивает ее экономический рост. В связи с этим в большинстве стран мира уделяют огромное внимание развитию

научной сферы, повышению ее результативности. Соответственно, правомерно обеспечение нацеленности программных установок страны не только на кардинальную переориентацию науки, но и, в первую очередь, **на качество подготовки кадров, способных организовывать и осуществлять инновационно-исследовательскую и внедренческую деятельность, базируемую на международной кооперации и взаимодействии.**

Международно-признанный уровень социально-экономических достижений суверенного Казахстана, диапазон международного сотрудничества и активизация взаимодействия республики в условиях открытого и взаимосвязанного мира, необходимость обеспечения качественного прорыва в науке и профессиональной подготовке собственных кадров, квалификационно соответствующих общемировым стандартам, способных реализовать задачи ускоренной модернизации и индустриально-инновационного прорыва страны, заимствуя и перенимая для этого лучший опыт ведущих стран мира, **усилили социально-образовательную значимость знания иностранных языков как инструмента международного взаимодействия**, выдвинули иностранные языки в образовательные приоритеты, обеспечив, тем самым, **иноязычному образованию** высокий уровень востребованности и включенности **в осуществление: научно-прикладных исследований по международной политике и стратегии Казахстана, внешней политике, международно-базируемой социоэкономической аналитике и прогнозу, внешнеполитическим и экономическим мировым и региональным проблемам, международно-правовым проблемам в торговле, бизнесе, экономике; аналитике мировых финансовых процессов, международному менеджменту, маркетингу и другим значимым для страны аспектам жизнедеятельности**, тем самым формируя статус обязательной

составляющей профессиональной квалификации современного специалиста и действенной основы для подготовки молодого поколения к жизнедеятельности в новых условиях международного взаимодействия и сотрудничестве.

Следовательно, в становлении и развитии **научно-инновационной деятельности** Университета через **свои научные школы** и сетевой представленностью своих научно-исследовательских инфраструктур, в зависимости от научно-образовательной миссии и профиля Университета **можно выделить следующие основные векторы научно-инновационной деятельности**, призванных реализовать прорывные задачи экономического роста страны, базируемых на наукоемких технологиях:

I Формирование инновационной научно-образовательной системы, обеспечивающей подготовку **качественно новой генерации квалифицированных специалистов, восприимчивых к инновациям, готовых создавать и реализовывать инновационные проекты** в соответствии с профессионально-образовательным профилем университета по **социо-гуманитарному и бизнес-экономическому направлению.**

II Формирование инновационно-ориентированного научно-педагогического кадрового резерва системы высшего образования для обеспечения в рамках университетских **научных школ и научно-исследовательских прикладных лабораторий (НИПЛ):**

- разработки научно-образовательных инновационно-базируемых **моделей** специалистов;
- формирования **стандартов и технологий** подготовки экспертов, менеджеров инновационных проектов;
- разработки **инновационного контента образования** с использованием мирового опыта в инновационном менеджменте и

экспертной оценки по социо-гуманитарным, бизнес-экономическим направлениям;

- проведения **исследований и разработок по формированию инновационно-информационной ресурсной базы** инновационной научно-образовательной системы РК с выходом на мировые информационные сети для обеспечения научно-технического информационного доступа к мировым источникам, для создания периодических научно-информационных изданий на языках мира профессионально-энциклопедического характера;

обеспечения **руководства интеллектуально-инновационной деятельностью будущих специалистов и разработчиков** по креативно-продуктивной деятельности для реального сектора международной и отечественной кооперации в сферах экономики, науки, индустрии, технологий в рамках университетской научно-исследовательской инфраструктуры (экспериментальные площадки, лаборатории, бизнес-инкубаторы и др.) с параллельной коммерциализацией научной продукции **по заказам на интеллектуальную продукцию** по инновационно-технологическому, информационно-программному, бизнес-предпринимательскому, финансово-аналитическому, прогнозно-экономическому, документационно-проектировочному и другим формам инновационно-продуктивных заказов университету реального спектра экономики и производства на выполнение инновационно-исследовательских или внедренческих проектов.

III В формировании моделей новой инновационной кадровой генерации специалистов будущего, университетским научным школам необходимо с учетом мирового опыта разрабатывать **гибкие, многофункциональные, вариативно-смежные с рыночно-востребованными специальностями, междисциплинарно-интегрированные компетентностные модели базовых специальностей** с обязательно-вариативной подготовкой

по широкому спектру дополнительных и элективных специализаций для выбора будущих специалистов. Образовательные программы Minor развивают профессиональные компетенции с возможностью профессиональной сертификации бизнес-сообществом. Формулировка Minor проводится на основе отбора перспективных вариантов диверсификации базовой специальности, модификации рыночно востребованной междисциплинарно-комплексной, многовариантно-прикладно-проецируемой модели.

IV По всем вышеперечисленным направлениям инновационной научно-образовательной системы, с неизбежностью требующей международной интеграции, партнерства, профессионального взаимодействия, на передний план как в подготовке инновационно-профессиональных кадров, так и в переподготовке научно-педагогических кадров необходимо обеспечить научно-исследовательскую и инновационно-прикладную разработку **иноязычно-дидактической профессионально-дифференцированной обучающей литературы, технологий, моделей формирования владеющих иностранными языками специалистов для международно-профессионального взаимодействия и корпоративной инновационной деятельности.**

Для реализации этих и других задач по обеспечению свободного международного инновационно-профессионального взаимодействия необходим широкий спектр научно-исследовательских разработок по большинству слабо исследованных научно-теоретических областей в лингвокультурных, межкультурных и других языковедческих и дидактических направлениях науки:

- в области контактной лингвистики и межкультурной коммуникации;

- в теории и прикладных разработках социолингвистики и когнитологии;

- в основополагающих теориях коммуникативной и прагматической лингвистики, их прикладных формах реализации;

- по специфике дискурсивной лингвистики, структурно-логических и композиционных различиях отраслевых дискурсов;

- теории речевого воздействия и их учёт в кросс-культурных взаимодействиях и т.д.

На основе целедетерминированных научно-исследовательских разработок необходимо выполнение прикладных исследований сотрудниками **научных школ** социо-гуманитарного направления, таких как, разработки научно-обоснованных дидактических материалов по подготовке международно-ориентированных специалистов по каждой инновационной отрасли для международного взаимодействия, опираясь на современные достижения в теории и практике инофилологии, лингвистике, иноязычном образовании, а именно **аналитиков, переводчиков, международных экспертов-регионоведов, правоведов-международников, специалистов по международному маркетингу, управлению, патентному праву, логистике, международной торговле и предпринимательству, международному туризму, инновационному проектированию, по оценке потенциальных рисков в финансовых институтах, по риск-менеджменту, по организации венчурного финансирования и др.**

Следовательно, актуальность переориентации деятельности **научных школ университетов** на инновационную направленность по реализации стратегических индустриально-инновационных задач РК, поставленных перед системой науки и образования, требует более целедетерминированной программной

направленности научно-исследовательской деятельности Университета.

Соответственно, научно-инновационная деятельность вуза **становится жизненно важной основой**, предопределяющей её конкурентоспособность и соответствие современным требованиям в обеспечении научно-инновационного потенциала кадров, при котором эффективность научной деятельности вуза оценивается его научно-инновационной продукцией, обеспечивающей потребности рынка в прорывных решениях, проектных наработках, интеллектуальной продукции. С целью ускоренной переориентации на современные научно-инновационные проблемы исследования, **научные школы** университета готовят стратегические планы – программы исследовательско-прикладной деятельности **каждой школы** с обязательным указанием результативной продукции с обеспечением их параллельной коммерциализации. Планы-программы проходят через экспертную оценку и представляются на утверждение Ученого Совета университета. С учетом преобладающего **социо-гуманитарного направления деятельности университета**, инновационные научно-исследовательские проекты предварительно определяются на

степень востребованности, сферу запроса, возможных заказчиков на научно-прикладную продукцию, группа разработчиков по внедрению и т.д. Ответственными за подготовку программ определяются соответствующие кафедры университета.

Оценка деятельности **научных школ**, критериальная оценочная шкала для определения рейтинга школы, учет выполнения тактических годовых планов для определения степени эффективности деятельности каждой школы **разрабатывается и представляется Управлением по научно-исследовательской деятельности университета** в сентябре каждого года.

**План-программа научно-исследовательской инновационно-прикладной школы (НИИПШ)
«Модернизация социэкономики и современные геоэкономические тенденции»**



НИИПШ №4 «Модернизация социэкономики и современные геоэкономические тенденции»

НИПЛ I Развитие конкурентной среды и экономический прагматизм. Современные тенденции развития управления

Цель исследования:

Проанализировать проблемы предпринимательства как одной из конкретных форм проявления общественных отношений, способствующих повышению материального и духовного потенциала общества, создающих благоприятную почву для практической реализации способностей и талантов каждого индивида, сохранению национального духа и национальной гордости.

Ожидаемые результаты:

В результате исследований, осуществленных в рамках данной НИПЛ, будет разработаны:

- 1) Учебное пособие.
- 2) Внутривузовский инициативный проект.
- 3) Тематика дипломных проектов и магистерских диссертаций в соответствии с тематикой НИПЛ 1.

Функции НИПЛ:

- осуществлять научные исследования актуальных проблем и основных направлений Предпринимательства в РК;
- провести комплексно-экономический анализ деятельности субъектов предпринимательства в РК;
- осуществлять публикацию научных статей и справочных изданий по теме исследования;
- зарегистрировать инициативный проект по предпринимательству в РК в НЦГНТЭ (март 2023 г);

- разработать УМК дисциплин, модулей и майноров бакалавриата по ОП «Международный бизнес» и ОП «Менеджмент и маркетинг»;

- подготовить учебные пособия по дисциплинам, освещающим основные проблемы предпринимательства в РК, из них одно учебное пособие на английском языке;

- совершенствовать Образовательные программы для бакалавриата по ОП «Международный бизнес» и ОП «Менеджмент и маркетинг», и магистратуры по направлению «Бизнес и управление».

НИПЛ II Современные новации и тренды в туристской индустрии и гостеприимства

Цель исследования:

НИПЛ как внедренческая и научно-исследовательская структура кафедр «Менеджмента международного туризма» и «Менеджмента гостеприимства», функционирует для обеспечения единства организации образовательной, исследовательской, научной и инновационной деятельности на всех этапах и стадиях подготовки выпускников, обучающихся по направлениям «Туризм» и «Ресторанное дело гостиничный бизнес».

Цель исследования:

- обеспечение функционирования современной инновационной модели образования, основанной на внедрении системно-целевой интегрированности триады «наука – образование – производство»;
- руководство магистрантами и студентами в рамках научно-исследовательской практической лаборатории, подготовка

докладов и мультимедийных презентаций по тематикам исследований, публикация тезисов по результатам исследований;

- коммерциализация результатов научно-исследовательской деятельности лаборатории.

Ожидаемые результаты:

В результате исследований, осуществленных в рамках данной НИПЛ, будет разработан комплекс теоретических и практико-профессиональных проблем, связанных с изучением и определением современных трендов разработки инновационной-прикладной основы развития индустрии туризма и гостеприимства в современном конкурентном рынке, будут изучены основные направления современных исследований международных моделей управления тур- и отельным бизнесом и, таким образом, полученные новые знания, характеризующие особенности современных тенденций туристского и гостинично-ресторанного бизнеса.

Функции НИПЛ:

- осуществлять научные исследования актуальных проблем и основных направлений современных исследования инновационной модели бизнес-образования в сфере туризма и гостеприимства;

- формирование профессиональных компетенций обучающихся, удовлетворяющих требования работодателей в сфере гостеприимства и туризма;

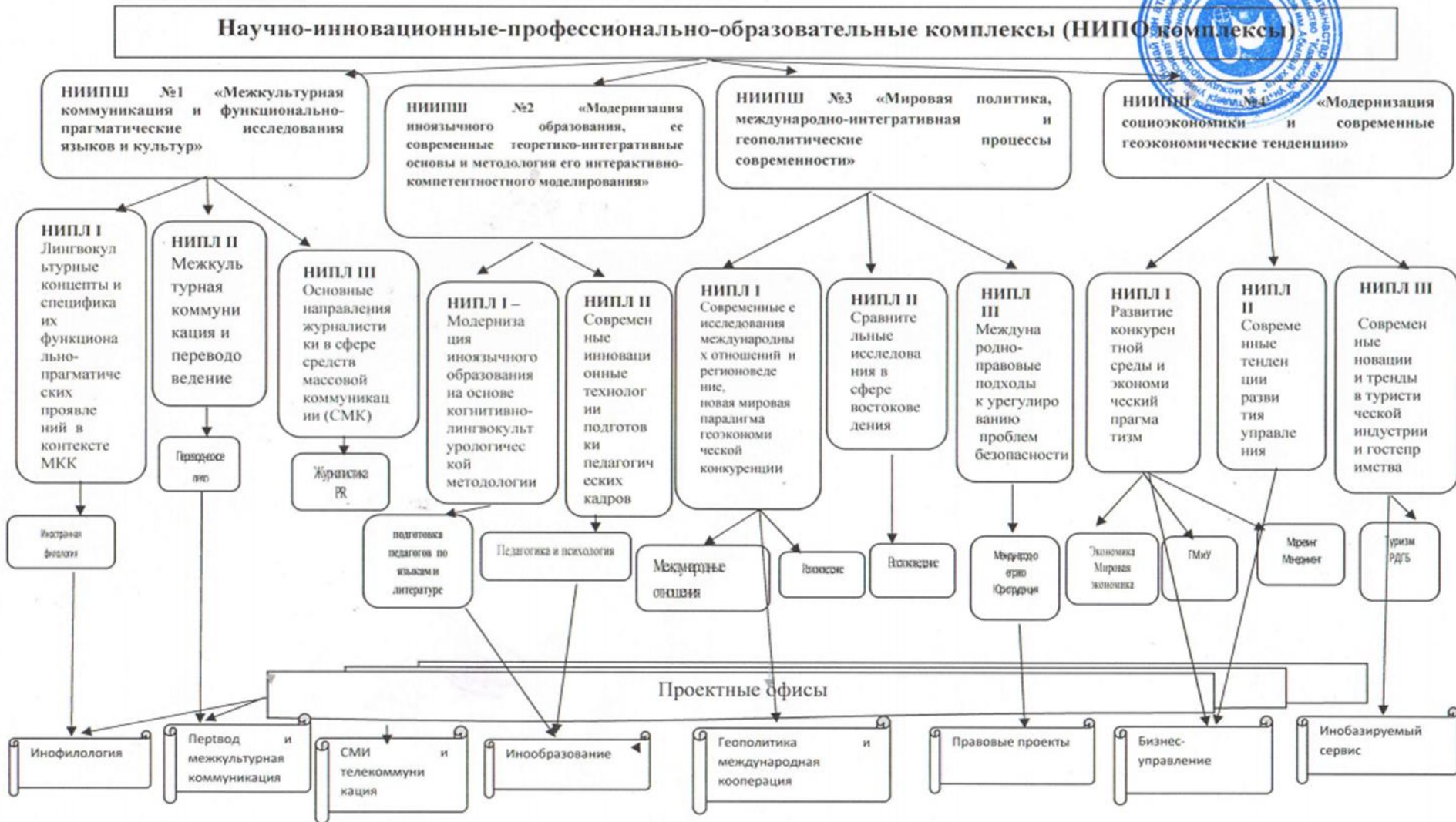
- разработка и осуществление совместных прикладных проектов с предприятиями индустрии гостеприимства и туризма, органами управления туризмом;

- осуществлять анализ и актуализацию современной научно-исследовательской направленности и перспективности, предлагаемых выпускающей кафедрой тематик магистерских диссертаций и выпускных бакалаврских дипломных проектов;

- осуществлять публикацию научных статей и методических рекомендации по теме исследования;

- разработать УМК дисциплин, модулей и майноров бакалавриата и магистратуры по ОП «Туризм» и «Ресторанное дело и гостиничный бизнес»;

- подготовить учебные пособия по дисциплинам, освещающим основные проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства с учетом современных новации и трендов.



БИЗНЕС-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

НИИПШ №4 «МОДЕРНИЗАЦИЯ СОЦИОЭКОНОМИКИ И СОВРЕМЕННЫЕ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ»	
НИПЛ I РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРАГМАТИЗМ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ	
Базовые объекты исследования. Прикладные задачи	- Международные бизнес-структуры, национальные, совместные и зарубежные субъекты бизнеса. - применить теоретические и методические знания в области интернационализации бизнеса в условиях глобализации мировой экономики и международной конкуренции; - ознакомиться с проблемами современного международного бизнеса, с особенностями его конкурентной, экономико-правовой, финансовой и социально-культурной среды, с моделями и способами ведения бизнеса на международной арене; - сформировать практические навыки с использованием международного опыта ведения бизнеса.
Ведущие научно-исследовательские направления, проблематика научной школы	формирование целостной системы экономического мышления и знаний в области международного бизнеса, развитие необходимых навыков и компетенций, позволяющих эффективно оценивать возможности ведения бизнеса, а также изучение основ функционирования и перспектив международного бизнеса с учетом важнейших факторов и современных тенденций развития экономики в условиях глобализации.
Научно-исследовательские и инновационно-прикладные проекты, разработки(ответственные подразделения, научные руководители, наименования проектов)	Внутривузовский инициативный проект: «Тренды международного бизнеса» научный руководитель: к.э.н., PhD, профессор Сариева Ж.И.

Сроки исполнения разработок НИИПШ - этапы - промежуточные результаты - формат продукции	II-III квартал 2023 года: комплексная проверка готовности плана-программ по НИПЛу I. IV квартал 2024 г. экспертиза плановых исследований и интеллектуальной продукции по НИИПШ №4 и его НИПЛам. Учебные пособия 2023-2027 гг. Разработка и внедрение в образовательный процесс учебного пособия «Предпринимательская деятельность» на казахском, русском и английском языках с присвоением грифа УМО РУМС. Публикация статей по проблемам развития и функционирования предпринимательской деятельности, управления в целом и пути повышения конкурентоспособности в РК и мировой опыт (2023-2027гг.).
Научно-прикладной внедренческий результат: - формат продукта; - уровень и качество; - возможная коммерциализация Продукции	Внедрение результатов в учебный процесс по дисциплинам «Международный бизнес» и «Основы экономики и предпринимательства».
НИПЛ II СОВРЕМЕННЫЕ НОВАЦИИ И ТРЕНДЫ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ И ГОСТЕПРИИМСТВА	
Базовые объекты исследования. Прикладные задачи	- процессы функционирования современной инновационной модели бизнес-образования в сфере туризма и гостеприимства, основанной на внедрении системно-целевой интегрированности триады «наука – образование - производство»; - предприятия и организации сферы индустрии гостеприимства и туризма. - формирование профессиональных компетенций обучающихся, удовлетворяющих требования работодателей в сфере гостеприимства и туризма; - разработка и осуществление совместных прикладных проектов с предприятиями индустрии гостеприимства и туризма, органами управления туризмом; - коммерциализация результатов научно-исследовательской деятельности.

Ведущие научно-исследовательские направления, проблематика научной школы	Стратегические векторы развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях турбулентности экономических процессов. Цифровизация внутреннего туризма как инструмент повышения конкурентоустойчивости туристской дестинации. Интернет-технологии в сфере туризма и гостеприимства в контексте проблем освоения профессиональных компетенций. Ресторанный бизнес, его инновационное управление и маркетинговый подход. Брендинг дестинаций как стратегия развития туризма в Казахстане. Цифровые маркетинговые технологии для увеличения продаж в туристском бизнесе. Перспективные направления развития доступного туризма в РК. Разработка систем по повышению лояльности клиентов в секторе ресторанного бизнеса. Маркетинговый подход к формированию эффективного бренда сакральных объектов туристских дестинаций. Формирование эффективной модели регионального туристского кластера на основе изучения рекреационных ресурсов и культурного наследия.
Научно-исследовательские и инновационно-прикладные проекты, разработки(ответственные подразделения, научные руководители, наименования проектов)	Внутривузовский проект: «Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в РК» - науч.руководитель: Калганбаев Н.А., к.э.н., профессор Внутривузовский проект: «Разработка компетентностной модели специалиста по управлению качеством в отельном бизнесе» науч.руководитель: Айтжанова А.Э., к.э.н., доцент
Сроки исполнения разработок НИИППШ - этапы - промежуточные результаты - формат продукции	Учебные пособия: - «Индустрия гостеприимства», октябрь 2023гг; - «Туризмдегі маркетинг», май 2023г; - «Ресторанный маркетинг», март 2024г; - «Туризмдегі жобаларды басқару», ноябрь 2025г; - «Гостиничный менеджмент», март 2026г; - «Брендинг туристских дестинаций», ноябрь 2026г. Публикация ППС в изданиях с высоким импакт-фактором, 2023-2027г.г. Научные проекты магистрантов с оформлением и защитой проектов (научная продукция в опубликованном формате), 2023-2027г.г.

Научно-прикладной внедренческий результат: - формат продукта; - уровень и качество; - возможная коммерциализация продукции	Концепция продвижения услуг и продукции внутреннего туризма на основе маркетинговых цифровых технологий. Модель компетенций специалиста по отельному бизнесу. Внедрение в образовательный процесс учебные пособия и методические разработки; - Лекционный курс; - Проблемно-прикладной практический блок в формате кейс-технологий. Статьи в рейтинговых журналах, индексируемых в Scopus и Web of Science. Разработки и прикладные проекты магистерских диссертаций.
---	---

**III. Тематика плана-программы
научно-диссертационных исследований с прикладной продукцией
НИПО комплекса по по бизнес-экономическому направлению
НИИПШ 4 «Модернизация социэкономики и
современные геоэкономические тенденции»**

Алматы, 2023 г.

НИПЛ I «РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРАГМАТИЗМ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ»

1. Повышение конкурентоспособности компании на мировых рынках товаров и услуг.
2. Режим санкций в современном международном бизнесе и его влияние на отрасль или компанию по выбору студента.
3. Экономический рост и проблемы экологии в международном бизнесе.
4. Кластерные образования как фактор развития предпринимательских структур в условиях глобализации экономики.
5. Международная интеграция бизнеса: экономика и управление международными объединениями организаций.
6. Вопросы социальной ответственности бизнеса: сравнительный анализ подходов разных стран.
7. Создание потребительской ценности при выходе на международный рынок (на примере компании или отрасли по выбору студента).
8. Формы и механизмы государственного предпринимательства: международный опыт и его использование в РК.
9. Развитие социального предпринимательства: международный опыт и его использование в РК.
10. Совершенствование инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса: международный опыт и его использование в РК.
11. Сравнительный анализ международных стратегий компаний на рынке страны по выбору студента.
12. Инновационные формы международного бизнеса.
13. Способы выхода и особенности деятельности казахстанских предприятий на зарубежных рынках.
14. Инфраструктура для инновационного предпринимательства: мировой опыт и казахстанская действительность.
15. Стратегия франчайзинга в международном бизнесе.
16. Роль и место малых и средних компаний в международном бизнесе.
17. Качественный анализ эффективности управленческих решений на предприятии.
18. Мотивация труда персонала как фактор эффективного менеджмента.
19. Эффективность принятия решений на разных уровнях управления моделей организационного поведения.
20. Совершенствование корпоративной культуры как фактор роста конкурентоспособности организации.
21. Эффективность деятельности международных компаний в Казахстане.
22. Перспективы казахстанко–китайских внешнеэкономических связей.
23. Пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия.
24. Анализ экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
25. Пути повышения рентабельности предприятия (на примере предприятия).
26. Анализ финансовой состояния предприятия в условиях кризиса.
27. Оценка экономического потенциала предприятия.
28. Анализ экономической эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
29. Антикризисная политика предприятия: анализ и пути совершенствования.
30. Пути повышения качества продукции на предприятии.

31. Анализ финансового состояния и пути достижения устойчивости предприятия.
32. Платежеспособность и ликвидность предприятий и пути их укрепления.
33. Пути предотвращения банкротства предприятия.
34. Экономическая оценка бизнеса в условиях современной рыночной экономики.
35. Предпринимательский риск на предприятии и пути его снижения.
36. Формирование экономической стратегии развития фирмы.
37. Пути повышения эффективности предпринимательской деятельности предприятия.
38. Совершенствование логистики на предприятии.
39. Совершенствование бизнес-планирования на предприятии.
40. Формирование финансовых результатов компании.
41. Совершенствование системы стимулирования труда на предприятии.
42. Ценовая политика предприятия: анализ и пути совершенствования.
43. Совершенствование политики сбыта компании.
44. Инновационный проект: особенности внедрения и оценка его эффективности.
45. Формирование и развитие стартап-проектов в Республике Казахстан.
46. Развитие малого и среднего предпринимательства в Казахстане (на примере предприятия).
47. Формирование стратегии развития предприятия в условиях конкурентного рынка.
48. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости компании.

НИПЛ II «СОВРЕМЕННЫЕ НОВАЦИИ И ТРЕНДЫ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ И ГОСТЕПРИИМСТВА»

1. Цифровые маркетинговые технологии для увеличения продаж в туристском бизнесе.
2. Оценка туристско-рекреационного потенциала Алматинской области.
3. Маркетинговые интернет-технологии в продвижении туристских продуктов.
4. Совершенствование механизмов управления инновационными технологиями в туризме.
5. Онлайн-сервисы как актуальные направления в развитии туристской отрасли.
6. Исследование возможностей и перспектив использования блокчейн технологий в туризме.
7. Формирование модели устойчивого развития туризма Алматинской области. Исследование привлекательности туристских дестинаций: оценка и инструменты развития.
8. Управление качеством гостиничных услуг в Казахстане в условиях конкуренции.
9. Развитие электронной коммерции в индустрии туризма.
10. Совершенствование применения «зеленых» технологий в индустрии туризма и гостеприимства.
11. Цифровая трансформация туризма «Туризм 4.0».
12. Механизмы формирования регионального бренд-имиджа в сфере гостеприимства.
13. Методологические аспекты франчайзинга гостиничного бизнеса в условиях глобализации.
14. Қолжетімді туризмді ұйымдастыру мен басқару.
15. Совершенствование стратегии формирования и развития digital маркетинга туристских дестинаций.

16. Современные подходы совершенствования системы управления человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства.
17. Инновационные технологии в развитии индустрии туризма Алматинской области.
18. Цифровые технологии как драйвер развития предприятий индустрии туризма в РК.
19. Анализ возможностей оздоровления сферы туризма Казахстана в период пандемии COVID – 19 на основе опыта зарубежных стран.
20. Управление социальными медиа технологиями в туризме.
21. Цифровизация бизнес-процессов в туризме и гостиничном бизнесе.
22. Управление качеством гостиничных услуг в Казахстане в условиях конкуренции.
23. Стратегические векторы развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях кризиса пандемии.
24. Анализ стратегии продвижения внутреннего туристского продукта и разработка рекомендаций по ее улучшению.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ им. АБЫЛАЙ ХАНА

VI. ПРОГРАММА ПО ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧЕСКИМ КУРСАМ

major- minor

НИПО комплекса бизнес-экономического направления

Алматы, 2023

Технологическая карта ОП – Международный бизнес

Дисциплина	Formation of investment and innovation policy of business structures	
Модули для изучения	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
Темы для аудиторных занятий	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.
Темы СРО	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.	
Индивидуальные задания	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.	
Дисциплина	Financial aspects of business management	
Модули для изучения	Module 1. Money and Capital management	Module 2. Corporate management
Темы для аудиторных занятий	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.	
Темы СРО	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.	
Индивидуальные задания	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.

Технологическая карта ОП – Менеджмент и маркетинг

Дисциплина	Modern Technologies for Effective Promotion of Products on the Market	
Модули для изучения	Module 1. Modern technologies for promoting products on the market	Module 2. Innovative technologies for promoting products on the market
Темы для аудиторных занятий	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.
Темы СРО	1. Modern Technologies for Effective Promotion of Products. 2. Social media, alternative marketing.	
Индивидуальные задания	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
Дисциплина	Business Management at Macro and Micro Levels	
Модули для изучения	Module 1. Macro and Micro Environment	Module 2. Business Process Management
Темы для аудиторных занятий	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 social possibilities of a Business.
Темы СРО	1. Micro environment in business. 2. Macro environment is business. 3. Business Management Process. 4. Different types of Business risks.	
Индивидуальные задания	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 • Suppliers	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, ✓ Process discovery,

	• 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 environment 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 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
Модули для изучения	Module 3. Micro and Macro-Organizational Behavior	Module 4. International business environment
Темы для аудиторных занятий	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.
Темы СРО	1. Macro and Micro in the organizational behavior. 2. International environment business.	
Индивидуальные задания	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

Технологическая карта ОП «Туризм»

Дисциплина	Event management	
Модули для изучения	Module 1. Technology and organization of events	Module 2. Event promotion
Темы для аудиторных занятий	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,	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.

	contracting with stakeholders, drawing up instructions and check-list.	
Темы СРО	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.	
Индивидуальные задания	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	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

	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.	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?
Дисциплина	Бренд-менеджмент и гастрономия	
Модули для изучения	Модуль 1. Брендинг и менеджмент туристских дестинаций	Модуль 2. Гастрономический брендинг
Темы для аудиторных занятий	1. Возникновение и современное состояние бренд-менеджмента.	7. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. 8. Введение в гастрономический туризм.

	2. Брендинг территорий. 3. Дестинация как элемент системы менеджмента туризма. 4. Управление конкурентоспособностью туристских дестинаций. 5. Управление инвестиционной. привлекательностью туристских дестинаций. 6. Стратегическое управление развитием туристских дестинаций.	9. Гастрономия: нематериальное культурное наследие, впечатление, престиж, искусство. 10. Гастрономический туризм и дестинация. 11. Гастрономический брендинг туристской дестинации. 12. Культурный и креативный гастрономический туризм.
Темы СРО	1. На основе сравнительного анализа имеющих портфелей брендов туристских территорий разработайте проект рекомендации по совершенствованию брендинга выбранной Вами туристской дестинации. 2. Разработайте комплекс рекомендации по проектированию и продвижению туристского территориального бренда с применением возможностей цифровых маркетинговых технологий.	
Индивидуальные задания	1. На одном из собраний делегации из Сингапура, был разобран пример многомерной модели восприятия Singapore Airlines, в ходе которого участвовали представители руководства Управления туризма г. Шымкент. Задание: Руководитель Управления туризма объявил конкурс, в ходе которого вам необходимо составить многомерную модель восприятия бренда Туристского информационного центра “VisitShymkent”, который в свою очередь занимается брендированием третьего в Республике по посещаемости мегаполиса, после Нур-Султана и Алматы. Для выполнения задания используйте многомерную модель восприятия Singapore Airlines (согласно рисунку 1 из лекции 1. Многомерная модель восприятия бренда), а также страницу visit-shymkent.kz для выявления элементов, составляющих образ бренда. 2. Правительство РК обозначило туризм одной из приоритетных отраслей развития экономики и	4. «TARIH» – это ресторан авторской кухни, основанной на традиционных казахских рецептах. Ресторан “Tarih”-славится своей оригинальной подачей и трансформацией традиционной, национальной кухни Казахстана под Европейский лад. Но, рецепты никак не искажают вкус блюда, а освежают и дополняют их новыми красками. Задание: На сайте TripAdvisor туристы оставляют свои отзывы о той или иной дестинации. Изучите отзывы и оценку нашумевшего своей новой философией в мире казахской гастрономии ресторана “Tarih”. Используйте ссылку - https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298251-d23020992-Reviews-Tarih_Restaurant-Almaty.html. Обсудите с другими обучающимися, какие меры необходимо предпринять для повышения качества обслуживания и как можно исправить ранее нанесенный урон бренду ресторана?

	определило ТОП-10 туристских дестинаций, привлечение инвесторов в которые является ключевой задачей компании АО «НК «KazakhTourism». Вы являетесь одним из сотрудников данной компании, который будет встречать инвесторов из США. Задание: Используя данные с сайта https://www.qaztourism.kz/, в разделе “Для инвесторов”, а также, используя материалы по инвестиционным предложениям выберите 2 дестинации, которые по вашему мнению привлекут инвесторов с большей вероятностью. Подготовьте Вашу речь для выступления перед инвесторами. Речь должна состоять из: - Краткое описание двух дестинаций. - Факторы инвестиционной привлекательности. - Нынешний имидж дестинаций среди туристов (Отзывы туристов, статистические показатели посещения данной дестинации). - Требования к инвесторам, по развитию туристской дестинации. 3. Мониторинг общих результатов реализации стратегии и стратегического плана базируется на анализе статистики и ограниченного числа отобранных показателей. Итоги мониторинга подводятся периодически в аналитических отчетах фиксированной структуры, с выводами о степени достижения целей и необходимости корректировки стратегии и стратегического плана. В связи с чем, каждое управление ответственное по пунктам в плане-мероприятий стратегии государственной программы обязан отчитываться по	Также, изучите идею бренда и деятельность ресторана немного глубже, используя следующую ссылку: https://www.facebook.com/tarih.restaurant/ Критериями для оценки бренда может быть узнаваемость, лояльность покупателей, потенциал. Оцените по данным критериям ресторан “Tarih”. 5. Ежегодно в Шымкенте проводят традиционный международный фестиваль плова. Этот вкусный фестиваль стал в области традиционным и проводится уже в восьмой раз. В нем принимают участие более 30 поваров из Казахстана и соседних стран. Фестиваль организован Ассоциацией узбеков «Дустлик» и Ассамблеей народа Казахстана в Шымкенте. Задание: Из какой народной кухни исходят корни данного блюда? Как именно фестивали такого типа влияют на дружеские отношения народов Казахстана? Дополнительный ресурс: https://www.youtube.com/watch?v=Aj9P09mMgrU используя данную ссылку погрузитесь в атмосферу фестиваля плова в г.Шымкент.. 6. Zheka`s Doner House — это вкусная закусочная в котором можно сходить не только одному но и с друзьями, приятное атмосфера в ресторане так же дизайн интерьер.</p> <p>Zheka`s Doner House — это ресторан быстрого питания который первый открыл известный вайнер из Казахстана Жека Фетбели, в настоящее время Zheka`s Doner House пользуется популярностью всех возрастов и в данный момент находятся в 3 городах Республики Казахстан.
--	---	---

	достигнутым показателям ежеквартально и ежегодно соответствующим мониторинговым группам. Управление туризма Алматинской области ежегодно публикуют отчет о проделанной работе на официальном сайте в разделе “Документы”. Задание: Используя данные (https://www.gov.kz/memleket/entities/zhetysu-tourism/documents/1?lang=ruo) о проведенной работе за прошедший год оцените работу управления согласно целям и показателям в Государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025гг. (https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360/history).	Zheka`s Doner House — это не только донеры как показано в самом названии ресторана, это еще бургеры пицца шашлыки и многое многое другое, а так же и доставка. Всем известно, что на быстрый рост закусочной как целостного бренда в гастрономическом рынке повлиял не только грамотный маркетинг, но и само лицо бренда- Жениса Омарова, известный всем блоггер. Задание: Прочитайте статью о главном лице бренда -https://steepmen.ru/zheka_fatbelly/ Как вы считаете насколько сильно повлиял имидж Жениса Омарова на формирование бренда? На какие личностные особенности сделан акцент в формировании бренда? Используя инстаграм страницы бренда, определите, в каких городах Казахстана наибольший спрос на данный гастрономический бренд?
--	--	--

Технологическая карта ОП «РДиГБ»

Дисциплина	Ивент менеджмент\Event management	
Модули для изучения	Module 1. Technology and organization of events	Module 2. Event promotion
Темы для аудиторных занятий	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.

Темы СРО	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.		
Индивидуальные задания	<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?
Дисциплина	Организация Внутреннего Туризма \ Organization of domestic tourism	
Модули для изучения	Module 1. Technology and organization of domestic tourism	Module 2. Tourism product development, analysis and calculation of tours
Темы для аудиторных занятий	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.	
Темы СРО	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.	
Индивидуальные задания	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).
--	--	--

АО «КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
И МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ ИМ. АБЫЛАЙ ХАНА»

ПРОГРАММА
научно-инновационного профессионально-образовательного
комплекса

Подписано в печать 26.03.2023 г.
Формат 70х90 1/8. Объем 6,0 п.л. Заказ № 3281. Тираж 50 экз.
Отпечатано в издательстве «Полилингва»
КазУМОиМЯ имени Абылай хана