

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 ж.	Басылым № 1	20 беттің 1-сі


«БЕКІТЕМІН»
 Басқарма Төрағасы – Ректор
А. Сақенов
 « 31 » 10 2023 ж.

2023-2024 оқу жылына «6В11102 – Халықаралық және ішкі туризм»
білім беру бағдарламасының

ҚОРЫТЫНДЫ АТТЕСТАТТАУ БОЙЫНША КЕШЕНДІ ЕМТИХАН БАҒДАРЛАМАСЫ

(Туризмология негіздері, Экскурсиятану, Халықаралық және ішкі нарықтарда туристік өнімдерді жобалау және жылжыту)

Түркістан, 2023

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, көбейтуге және таратуға болмайды.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 ж.	Басылым № 1	20 беттің 2-сі

Кешенді емтихан бағдарламасы (Туризмология негіздері, Экскурсиятану, Халықаралық және ішкі нарықтарда туристік өнімдерді жобалау және жылжыту) «6В11102 – Халықаралық және ішкі туризм» білім беру бағдарламасының негізінде құрастырылған.

Кешенді емтихан бағдарламасы «Туризм» мектебінің мәжілісінде қаралған.
«25» 10 2023 ж., № 2 хаттама

Мектеп директоры Бреус М. Абдикаримова

Кешенді емтихан бағдарламасы Оқу-әдістемелік кеңес мәжілісінде қаралған.
«27» 10 2023 ж., № 3 хаттама

Оқу-әдістемелік кеңес төрайымы К.А. К. Адилова

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 3-сі

МАЗМҰНЫ

1. Кешенді емтиханның мақсаты	4
2. Кешенді емтиханды өткізу тәртібі	4
3. Білім алушының білімін бағалау критерийлері мен көрсеткіштері	5
4. Кешенді емтиханға ұсынылатын пәндер тізімі	6
5. Кешенді емтихан өткізілетін пәндердің мазмұны	7
5.1. Туризмология негіздері	7
5.2. Экскурсиятану	10
5.3. Халықаралық және ішкі нарықтарда туристік өнімдерді жобалау және жылжыту	12
6. Кешенді емтихан сұрақтары	15
7. Ұсынылатын әдебиеттер тізімі	19

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 4-сі

1. КЕШЕНДІ ЕМТИХАННЫҢ МАҚСАТЫ

«БВ11102 – Халықаралық және ішкі туризм» білім беру бағдарламасы бойынша кешенді емтиханның мақсаты – бітірушілердің дайындық деңгейінің жоғары білімнің мемлекеттік жалпыға міндетті стандартының талаптарына сәйкестік дәрежесін анықтау. Бұл ретте білім беру бағдарламасына сәйкес бітірушінің теориялық білімі де, практикалық дағдысы да тексеріледі.

Кешенді емтихан бітірушілерді қорытынды аттестаттау болып табылады.

Қорытынды аттестаттаудың мақсаты жоғары білім беру бағдарламасы бойынша оқуды аяқтаған кезде қол жеткізілген оқу нәтижелерін бағалау болып табылады.

2. КЕШЕНДІ ЕМТИХАН ӨТКІЗУ ТӘРТІБІ

Кешенді (пәнаралық) қорытынды аттестаттау емтиханы академиялық күнтізбеге сәйкес өткізіледі. Емтиханға оқудың толық курсы (кемінде 240 кредит) игерілген және оқу жоспарында қарастырылған барлық аттестаттау сынақтарынан сәтті өткен білім алушылар жіберіледі.

Білім беру бағдарламасы бойынша кешенді емтиханды Аттестациялық комиссия (бұдан әрі – АК) жүргізеді. АК комиссиясының төрағасы мен құрамы Басқарма төрағасы – ректордың бұйрығымен бекітіледі.

Білім беру бағдарламасы бойынша кешенді (пәнаралық) емтихан бағдарламасы білім алушылардың назарына емтихан өткізілетін күніне дейін бір айдан кешіктірілмей беріледі.

Білім алушының АК-ға берген жауаптарын талқылау және қорытынды бағалау қорытынды бағаны анықтай отырып, жабық отырыста – балдық-рейтингтік бағада (кестеде) жүргізіледі. Білім беру бағдарламасы бойынша кешенді (пәнаралық) емтиханның нәтижелері АК жабық отырысынан кейін білім алушыға дереу хабарланады.

Қорытынды аттестацияда қанағаттанарлықсыз баға алған студент оқудан шығарылады. Қорытынды аттестацияны келесі оқу жылында қайта тапсыруға болады.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 5-сі

3. СТУДЕНТТЕРДІҢ БІЛІМІН БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ МЕН КӨРСЕТКІШТЕРІ

№	Әріптік жүйе бойынша бағалау	Ұпайлардың сандық эквиваленті	% -тық мазмұны	Дәстүрлі жүйелер бойынша бағалау	Бағалау критерийлерінің көрсеткіштері
1	2	3	4	5	6
1	A	4,0	95-100	Өте жақсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Қазіргі теорияны ескере отырып, материалды толық және дұрыс баяндайды; 2. Теориялық білімді практикамен байланыстырады; 3. Терминологияны жетік меңгерген; 4. Себеп-салдар байланысын орнатады; 5. Болжам жасай алады; 6. Қосымша сұрақтарға сенімді жауап береді.
2	A-	3,67	90-94		<ol style="list-style-type: none"> 1. Қазіргі теорияны ескере отырып, материалды дұрыс жеткізеді; 2. Толық жауап береді, өз бетінше қорытынды жасайды және жалпылайды; 3. Терминологияны жақсы біледі; 5. Себеп-салдар байланысын орнатады; 6. Қосымша сұрақтарға толық жауап береді.
3	B+	3,33	85-89	жақсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Материалды жақсы жеткізеді; 2. Толық жауап береді, өз бетінше қорытынды жасайды және жалпылайды; 3. Терминологияны біледі; 4. Логиканы меңгереді; 5. Қосымша сұрақтарға жауап береді.
4	B	3,0	80-84		<ol style="list-style-type: none"> 1. Негізгі материалды біледі; 2. Дұрыс мысалдар келтіреді; 3. Жалпылау және қорытынды жасайды; 4. Терминология мен баяндау логикасында қателіктерге жол береді; 5. Қосымша сұрақтарға жауап береді.
5	B-	2,67	75-79		<ol style="list-style-type: none"> 1. Негізгі материалды біледі, бірақ логикасыз шатастырып жауап береді; 2. Терминдерді қолдану кезінде қателіктерге жол береді; 3. Қосымша сұрақтарға жауап беру кезінде қателіктер жібереді.

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 6-сі

6	C+	2,33	70-74	қанағаттанарлық	1. Тек негізгі теориялық білімі бар; 2. Қорытынды жасауды және жалпылауды білмейді; 3. Терминологияны қолданбайды; 4. Қосымша және нақтылау сұрақтарына жауап береді.
7	C	2,0	65-69		1. Негізгі материалды толық меңгермеген; 2. Логиканы білмейді; 3. Жауап үзінді; 4. Қосымша сұрақтарға толық жауап берілмейді.
8	C-	1,67	60-64		1. Негізгі материалды толық меңгермеген; 2. Дәлсіздікке жол береді, қорытынды жасауды немесе жалпылауды білмейді; 3. Логиканы қолданбайды; 4. Қосымша сұрақтарға жауап беру кезінде қателіктер жібереді.
9	D+	1,33	55-59		1. Материалдың маңызды бөлігін білмейді; 2. Материалды нашар түсіну; 3. Сұраққа жауап беру логикасын білмейді; 4. Қосымша сұрақтарға жауап беруге қиналады.
10	D	1,0	50-54		1. Елеулі дәлсіздіктерді болжаған теория негіздерін білу және түсіну, түсінуді төмендететін кейбір үстірттік, бірақ мұғалімнің жетекші сұрақтарының көмегімен дұрыс пікірге келу мүмкіндігі.
11	FX	0,5	25-49	қанағаттанарлықсыз	1. Бөлшек білім, мағынасын түсінбей баяндау, 2. Комиссия мүшелерінің қосымша сұрақтары теорияның формальды жаттанды ережелері туралы ойды қиындатады.
12	F	0,0	0-24		1. Студент өзінің теориялық және практикалық білімі мен дағдыларын нөлдік деңгейде көрсетті, әдепсіз мінез-құлықты және қатесін түзете ала алмайтындығын көрсетті

4. КЕШЕНДІ ЕМТИХАНҒА ҰСЫНЫЛАТЫН ПӘНДЕР ТІЗІМІ

1. Туризмология негіздері
2. Экскурсиятану
3. Халықаралық және ішкі нарықтарда туристік өнімдерді жобалау және жылжыту

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 7-сі

5 . КЕШЕНДІ ЕМТИХАН ӨТКІЗІЛЕТІН ПӘНДЕРДІҢ МАЗМҰНЫ

5.1 ТУРИЗМОЛОГИЯ НЕГІЗДЕРІ

«Туризмология негіздері» пәнінің мақсаты рекреациялық қызмет пен туристік индустрияның негізгі түсініктерін, сондай-ақ олардың әртүрлі табиғи және әлеуметтік-экономикалық жағдайларда жұмысын ұйымдастыру принциптерін зерттеу болып табылады.

«Туризмология негіздері» пәні бойынша оқыту нәтижелері:

- Туризмнің қазіргі теориясына кеңістіктік және әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде сипаттама беру.

- Тұрақты туризмді дамытудың қолданыстағы нормативтік-құқықтық базасын, тұжырымдамасы мен принциптерін есте сақтау.

- Туризм саласында алған теориялық және әдістемелік білімдерін практикалық қызметте пайдалану.

5.1.1 Рекреациялық географияның негізгі түсініктері

Бос уақыт, оның қызметі және адам өміріндегі орны. Рекреациялық іс-әрекет түсінігі, оның территориялық дифференциациясы – күнделікті, апталық, жылдық рекреация. Демалу адам қызметінің бөлігі ретінде. Рекреацияны адамның тұрақты тұрғылықты жерінен тыс әрекеті ретінде анықтау. Туризм рекреацияның бір бөлігі ретінде. Ұғымдардың өзара байланысы: демалушы, рекреационист, турист. Экскурсия туралы түсінік. Ұғымдардың өзара байланысы: демалыс – демалыс – туризм – экскурсия. Ғылыми-техникалық революция, оның жағымды және жағымсыз көріністері. Адамның физикалық және психикалық күшін қалпына келтіру және дамыту қажеттілігі.

5.1.2 Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық іс-әрекетті кеңістіктік-уақыттық ұйымдастырудың негізі ретінде

Рекреациялық қажеттіліктер тұжырымдама ретінде. Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық қызметті ұйымдастырудың негізі болып табылады. Қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктердің өзара әрекеттесуі. Рекреациялық қажеттіліктерді зерттеудің бағыттары мен әдістері. Қажеттіліктерді зерттеудің социологиялық әдістері. Демалушылар топтарының табиғи және әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстарға, рекреациялық қызмет циклдеріне, демалыс орындарының сәулеттік-жоспарлау құрылымының ерекшеліктеріне, рекреациялық белсенділік дәрежесіне, әлеуметтік және жас ерекшеліктеріне сәйкестігі туралы идеялар, контактілер және т.б.

5.1.3 Рекреациялық іс-әрекет әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде, өмір салтының элементі ретінде

Мәні, құрылымы және жіктелуі. Рекреациялық іс-әрекет психоземоналды құбылыс ретінде. Рекреациялық қызмет аумақтық рекреациялық жүйелерде (ТЖЖ) негіз, жүйе құраушы фактор ретінде. Жұмыс режимдері мен демалыс режимдерінің арақатынасы. Рекреациялық қызметтің қоғамдық функцияларының негізгі топтарының сипаттамасы. Рекреациялық іс-әрекеттің технологиялық функциялары. Рекреациялық қызметтің жүйелері мен циклдері. Күнделікті жәрдемақы, демалыс және өмірлік циклдің құрылымы. Рекреациялық қызмет материалдық емес өндіріс сферасының бір саласы ретінде. Рекреациялық жүйе және аумақтық рекреациялық жүйелер ұғымдары арасындағы байланыс ретіндегі түсінік: өнеркәсіп және кәсіпорын. Рекреациялық және туризм индустриясы. Рекреациялық индустрияның спецификалық ерекшеліктері.

5.1.4. Рекреациялық география – әлеуметтік-географиялық ғылымның жаңа саласы

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 8-сі

Рекреациялық мәселелерді «географиялық» зерттеу. Рекреациялық зерттеулердің пәнаралық сипаты. Рекреациялық география әлеуметтік-географиялық ғылым ретінде. Зерттеу объектісі мен пәнінің анықтамасы. Рекреациялық-территориялық рекреациялық жүйе идеясы (В.С.Преображенский, Л.И.Мухина, Ю.А.Веденин, И.В.Зорин). Рекреациялық жүйелердің антропоцентристік мәні. Рекреациялық географияның адам, қоғам және олардың қызметі туралы білімдер жүйесіндегі орны; қоғамдық, жаратылыстану және техникалық ғылымдар жүйесіндегі орны. Рекреациялық-географиялық зерттеулердің қажеттілігі. Рекреациялық географияда қолданылатын негізгі ұғымдар. Рекреациялық қызметтің статистикалық есебінің әдістері. Рекреациялық географияның мәселелері. Рекреациялық география және практика. ТЖЖ, оның құрамдас бөліктерінің жүйелері арасындағы байланыстар рекреациялық іс-әрекетті жүйелік талдау пәні ретінде және оны қамтамасыз ету. Матрица В.М. Кривошеев пен И.И. Зорина. ТЖЖ ішкі жүйелері арасындағы нақты байланыстарды талдау.

5.1.5 Рекреациялық география және туризм географиясы қоғамдық (әлеуметтік-экономикалық) географияның салалық пәндері болып табылады.

Рекреация географиясы туралы түсінік. Рекреациялық география мен туризм географиясының зерттеу объектісі мен пәнінің айырмашылықтары мен ұқсастықтары. Рекреациялық география және туризм географиясы – ұғымдардың өзара байланысы. Туризм географиясында қолданылатын негізгі ұғымдар мен терминология. Терминдердің шығу тегі: «туризм» және «турист». Туризм және туристер туралы заманауи идеялар. Туризмнің жұмыс және тұжырымдамалық анықтамалары. Саяхатшылар және уақытша келушілер. Рекреациялық потенциал түсінігі, рекреация мен туризмді дамытудың алғы шарттары мен ресурстары. Туристік-рекреациялық ресурстардың «тартымдылығы». Туристік аумақтардың таксономиясы туралы түсінік, «рекреацияның экономикалық әлеуеті». Туристік инфрақұрылым және туризм экономикасы.

5.1.6 Қазіргі туризмнің классификациясы

Қазіргі туризмнің классификациясы, оның күрделілігі, жалпы қабылданған көзқарастардың жоқтығы. Мұндай классификацияның мәні. Туризмді саяхат мақсатына қарай жіктеу мәселесі пікірталас тудыруда. Рекреациялық, іскерлік, діни және этникалық туризм. Туризм бұқаралық және элиталық, коммерциялық және әлеуметтік, ұйымдасқан және әуесқойлық, белсенді және пассивті, көліктік және экологиялық.

5.1.7 Территорияларды рекреациялық бағалау

Рекреация мен туризмді дамытудың, туристік-рекреациялық ресурстарға көшудің табиғи және әлеуметтік-экономикалық алғы шарттары. Табиғи және әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстар, олардың туризмді дамытудағы рөлі мен маңызы. Туристік-рекреациялық ресурстардың маңызды сипаттамалары. Туристік-рекреациялық ресурстардың рекреациялық және туризм мақсаттарына жарамдылығын анықтау және бағалау туризм географиясының негізгі міндеттерінің бірі болып табылады. Бағалау шкаласы. Табиғи рекреациялық ресурстарды бағалаудың үш негізгі түрі: медициналық-биологиялық, психологиялық-эстетикалық, технологиялық. Рекреациялық ресурстарды бағалаудың сапалық және баллдық формалары. Л.И. Мухина бағалау бойынша әдістемелік нұсқауларды әзірлеу туралы. Идеялары Ю.А. Веденин, Н.Н. Мирошниченко, Е.А. Котлярова, Я. Варшинска. «Тартымдылық (жарамдылық) коэффициенті». Аумақтың «жалпы туристік және ресурстық әлеуетін» бағалау тәсілдері.

5.1.8 Туристік аймақтарды аудандастыру

Туристік аумақтарды ғылыми негізделген оңтайлы аудандастыруға ұлттық экономика саласы ретінде туризмнің тиімді дамуы мен аумақтық ұйымдастырылуының тәуелділігі.

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 9-сі

Бұрынғы КСРО және Ресейде туристік аудандастыру мақсатында аумақты зерттеудің даму тарихы. Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебова, Б.Н. Лиханова, В.С. Преображенский, Е.А. Котлярова. Рекреация және туризм мақсатында Қазақстан территориясын аймақтарға бөлу әрекеттері. Ұғымдардың арақатынасы: «рекреациялық аймақ», «туристік аймақ», осы ұғымдардың эволюциясының қысқаша тарихы. Туристік аймақтарға тән белгілер және олардың қалыптасу механизмі. Индустриалды (интегралды) әлеуметтік-экономикалық аудан ретіндегі туристік аймақ түсінігі. Туристік аудандастыру әдістері. Туристік аймақтардың таксономиясы.

5.1.9 Туризм анықтамасының мәні

Туризм күрделі кеңістіктік әлеуметтік-экономикалық құбылыс және күрделі әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде. Туризмнің концептуалды, мәнді анықтамасына отандық және шетелдік ғалымдардың әртүрлі көзқарастары. Дүниежүзілік туристік ұйым (ДСҰ) қабылдаған қазіргі туризмнің концептуалды моделі («туризм индустриясы»), оның ішкі жүйелері (элементтері) және олардың бір-бірімен және сыртқы ортамен байланыстары. Туризм жүйесінің жұмыс істеу механизмін түсіндіру. Туризм индустриясы туралы түсінік. Туристік кәсіпорындар туристік қызметтерді өндіретін туризм индустриясының құрамдас бөлігі ретінде. Туроператорлар мен турагенттер, туристік ұйымдар, олардың қызметінің сипаты. Туристік индустрия түсінігі туристер үшін қызметтер мен тауарларды өндіруді, бөлуді, айырбастауды және тұтынуды, туристік және рекреациялық ресурстарды дамытуды және пайдалануды қамтамасыз ететін өндірістің материалдық және материалдық емес сфераларының кәсіпорындары, мекемелері мен ұйымдарының жиынтығы ретінде және туризмнің материалдық-техникалық базасын құру.

5.1.10 Туристік нарықтың жұмыс істеуі

Туристік сұраныс материалдық, тұрмыстық, мәдени және білім беру мүдделерін қанағаттандыруға мүмкіндік беретін әртүрлі қызметтер мен тұтыну тауарларының кешеніне тұтынушылық сұраныстың жаңа нысаны ретінде. Туристік өнім туралы түсінік. Туристік сұраныстың сипаттамасы. Туристік сұраныстың әсерінен қалыптасатын факторлар. Туристік ұсыныс туристік құндылықтар мен ұсынылатын туристік қызметтердің жиынтығы ретінде. Туризм ұсынатын элементтер көп жағдайда байланысты. Қалыптасқан туристік ұсыныс ретінде туристік тартымдылық. Туристік нарық, оның ерекшеліктері мен ерекшеліктері. Туризмдегі сатып алу және сату процесі.

5.1.11 Туристік шаруашылығы

Туристік шаруашылық туристердің келуі мен тұруымен ынталандырылатын және туристік ұсыныстың негізгі элементтерінің бірі ретінде құрылуы мен дамуы әртүрлі секторлардың кешені ретінде. Туризмнің тікелей және жанама саласы. Орналастыру базасы, оның туризмді дамытудағы маңызы, сипаттамасы. Азық-түлік базасы, оның құрылымы (гастрономиялық, сауда және жабдықтау мекемелері), сипаттамалары. Байланыс базасы, оның құрылымы (көлік-коммуникациялық желі, көлік құралдары, қозғалысты басқару қызметі, көлік пен коммуникацияның техникалық базасы), сипаттамалары. Ілеспе база туристік экономиканың негізгі элементі ретінде, оның құрылымы мен сипаттамалары. Туризмнің материалдық-техникалық базасын дамытудың мәселелері мен перспективалары.

5.1.12 Туризм экономика саласы ретінде

Туризмнің экономика саласы ретіндегі ерекшеліктері: өнімді өндіру мен өткізу уақытының үйлесуі, туристік өнімді өндіру мен тұтыну орнының бірлігі, тұтынушыны қызмет көрсетуге дейін өндіріс объектісіне тасымалдау, «өзіне өзі ала кету» туристік өнім, туристік жиынтық тұтыну ресурсының бірегей түрлері. Түрлі қызметтер мен тауарларды өндіру, жеткізу және өткізудің күрделі, біртұтас, ұзақ және уақыты мен орны бойынша әр түрлі процесі

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 10-сі

ретіндегі туристік қызметтердің мәні мен мазмұны. Туризмдегі қызмет – бәсекелестік күрестегі ең күшті қару. Туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштері. Туристік қызмет көрсету сапасын бағалаудың баллдық әдістері.

5.1.13 Туризмдегі менеджмент түсінігі

Туризмдегі менеджменттің міндеттері. Туризмдегі менеджменттің ерекшеліктері: элементтер арасындағы қатынастың үлкен тереңдігі мен күрделілігі, мақсаттардың анық емес және өлшенуі қиын, аймаққа әсер етудің шектеулілігі, клиенттің күшті ықпалы, туристік өнімнің ерекшелігі, оның көзден бөлінбейтіндігі. қалыптасу, туристік өнімнің сыртқы әсерлері, туристік сұраныстың ерекшелігі (оның сезілмейтіндігі және сақталмауы, туристік қызметтерді тұтынушылардың әртүрлілігі, елдегі әлеуметтік факторлардың жоғары маңыздылығы), туристік қызметтердің күрделілігі, туризмнің маусымдылығы. Кез келген туристік кәсіпорынды басқарудың төрт өзіне тән ерекшелігі бар. Туристік компанияның мақсаты мен стратегиясы. Мақсаттардың үш класы: экономикалық, корпоративтік, әлеуметтік. Құрылым туристік ұйымның негізгі элементі ретінде, ұйымдық құрылымдардың түрлері. Инновациялық құрылымдар туралы түсінік.

5.1.14. Туризмдегі маркетинг түсінігі

Х.Криппендорф және туризм маркетингі. Туристік маркетинг туристік кәсіпорындардың қызметін, сондай-ақ туризм саласындағы жеке және мемлекеттік саясатты жүйелі өзгерту және үйлестіру қызметі ретінде. Туристік өнімнің ерекшеліктерімен, оны өндірушілер мен туристік қызметтерді тұтынушылардың спецификалық ерекшеліктерімен анықталатын туристік маркетингтің ерекшеліктері. Нарық жағдайына, табысқа, білім деңгейіне, бағаға, жарнамаға және басқа факторларға байланысты туристік сұраныстың икемділігі. Туристік маркетингтік бағдарламалар. Туристік маркетингтің стратегиялық мәні.

5.1.15. Халықаралық туризм сыртқы экономикалық байланыстардың бір түрі ретінде

Халықаралық туризмнің өзіндік ерекшеліктері, ішкі туризмнен айырмашылығы. Шетелдік туризмнің елдердің экономикалық дамуына әсері. Халықаралық туризмді дамытудың негізгі факторлары мен шарттары. Қазіргі халықаралық туризмнің статистикасы. Халықаралық туризм дамуының қазіргі заманғы тенденциялары және әлемдік туристік ағындардың географиясы. Халықаралық туристік ұйымдар және олардың туризмді дамытудағы рөлі.

5.2 ЭКСКУРСИЯТАНУ

«Экскурсиятану» пәнінің мақсаты студенттерге оқудың экскурсиялық әдісі туралы теориялық білім беру, экскурсияларды дайындау және оны өткізу технологиясы дағдыларын қалыптастыру және осы дағдыларды болашақта өз жұмыстарында қолдана білуге үйрету.

«Экскурсиятану» пәнінің оқу нәтижелері:

- Түрлі тақырыптар бойынша экскурсияларды дайындау, дамыту және ұйымдастыру дағдыларын дамыту;
- Экскурсиялық әдістеменің ерекшеліктерін ескере отырып, әртүрлі экскурсанттар топтарында жұмысты ұйымдастыру;
- Экскурсиялық өнімдер мен туристік экскурсиялық маршруттарды дайындау және енгізу процесін әзірлеу және ұйымдастыру;
- Туристерге ішкі және халықаралық деңгейде экскурсиялар өткізу.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 11-сі

5.2.1 Экскурсиялық іс-әрекеттің дамуының негізгі кезеңдері. Экскурсиялық қызметтің шығу тарихы. Экскурсиялық қызметтің қалыптасуының негізгі тарихи кезеңдері. Экскурсия туралы ғылым. Экскурсиялық қызметтің қазіргі жағдайы.

5.2.2 Экскурсия, оның мәні, ерекшеліктері мен функциялары. «Экскурсия» термині. Экскурсия ұғымының мәні, оның негізгі белгілері. Экскурсияның функциялары. Танымның экскурсиялық әдісі

5.2.3 Экскурсиялардың классификациясы. Экскурсия классификациясын қалыптастырудың алғашқы тәсілдері. Экскурсиялардың классификациясы. Шолу және тақырыптық экскурсиялар. Қатысушылардың құрамы мен саны бойынша экскурсиялардың классификациясы. Орналасқан жері бойынша экскурсиялардың жіктелуі. Тасымалдау түрі бойынша экскурсиялардың классификациясы. Өткізу формасы бойынша экскурсиялардың классификациясы. Экскурсияларды жіктеудегі негізгі бағыттар.

5.2.4 Экскурсиялардағы логика, көрсету және әңгімелеу. Экскурсиялық бизнестегі логика заңдылықтары. Экскурсияда логикалық есептерді шығару. Экскурсиялардағы логиканың ерекшеліктері. Экскурсиялардағы логикалық ауысуларды құру. Көрсету және оның экскурсиядағы басты орны. Экскурсиядағы әңгіме

5.2.5 Экскурсия психологиялық-педагогикалық процесс ретінде. Педагогика – тәрбие, білім беру, оқыту заңдылықтары туралы ғылым. Экскурсия мәдени-ағарту жұмысының бір түрі ретінде. Экскурсиядағы индуктивті және дедуктивті әдістер. Гидтің педагогикалық қызметі. Гидтің педагогикалық шеберлігі. Экскурсиялық қызметтегі психология.

5.2.6 Экскурсиялық дайындықтың технологиясы мен кезеңдері. Экскурсия әзірлеудегі дайындық кезеңі. Экскурсияны әзірлеу принциптері. Экскурсияның тақырыбы мен атауы. Экскурсияның мақсаты. Экскурсиялық объектілерді зерттеу. Экскурсиялық объектілерді таңдау кезеңі. Экскурсиялық маршрутты әзірлеу. Өлкетану әдебиетінің библиографиясын құрастыру. Маршрутты айналып өту, құжаттарды ресімдеу. Бақылау және жеке мәтінді дайындау. Экскурсиялар кезіндегі әдістемелік техникалар.

5.2.7 Экскурсияны өткізу әдістемесі. Экскурсияның құрамдас бөліктері. Объектіні көрсету, экскурсияда нысан және оның ерекшеліктері. Гидтің әңгімесі, әдістемелік техникасы. Көрсетуге арналған арнайы әдістемелік техникалар. Технология и этапы подготовки экскурсии.

5.2.8 Экскурсия өткізу техникасы. «Экскурсия жүргізу техникасы» түсінігі. Топқа гидті таныстыру әдістемесі. Экскурсанттардың автобустан түсу техникасы. Объектілердің айналасында топтарды орналастыру техникасы. Туристер қозғалысының техникасы. Туристерді автобуска қайтару техникасы. Бағыттаушы орнын анықтау техникасы. Гид пен топ арасындағы байланысты қалыптастыру әдістемесі. Экскурсиялар кезінде уақытты белгілеу техникасы. Экскурсия кезінде сұрақтарға жауап беру техникасы. Экскурсияда үзіліс. «Экскурсия нұсқаушысының портфелі» техникалық тәсілі. Туристерге қызмет көрсету ережелері мен ерекшеліктері.

5.2.9 Шолу экскурсиясы, оны дайындау және өткізу стандарттары. Шолу экскурсияларының негізгі түрлері. Тақырыптық экскурсия – шолу экскурсияның бір түрі. Бір жақты тақырыптық экскурсия. Көп қырлы шолу экскурсиясы. Қаладағы шолу экскурсиясын дайындау және өткізу ерекшеліктері. Қаладағы шолу экскурсиясын дайындаудағы кешенді және салалық өлкетану. Қаладағы шолу экскурсиясына арналған нысандар мен маршруттар.

5.2.10 Тақырыптық экскурсиялар, түрлері, ерекшеліктері және ұйымдастыру принциптері. Тақырыптық экскурсияның негізгі түрлері. Тарихи тақырыптар бойынша

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 12-сі

экскурсиялар. Табиғат тарихы бойынша экскурсиялар. Өнертану экскурсиялары. Әдеби экскурсиялар. Сәулет және қала құрылысы тақырыптары бойынша экскурсиялар. Қала сыртына экскурсиялар.

5.2.11 Экскурсиялық қызметті ұйымдастырудың инновациялық және дәстүрлі тәсілдері. Экскурсиялық қызметтегі инновациялар. Туристік-экскурсиялық қызметтегі инновациялардың классификациялық сипаттамасы. Экскурсиялық қызметт көрсетудегі инновациялар. Экскурсиялық қызметтегі анимациялық әрекет түрлері. Жаңа технологияларды қолдану арқылы экскурсиялар.

5.2.12 Гид мамандығы мен тұлғасының қалыптасу ерекшеліктері. Гидтің тұлғасы. Гидтің кәсіби шеберлігі. Экскурсовод мамандығының қалыптасу процестері. Гидтің абыройы.. Қазақстандағы гидтердің кәсіби қызметін стандарттау. Экскурсиялық қызметтің сапасы.

5.3. ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖӘНЕ ІШКІ НАРЫҚТАРДА ТУРИСТІК ӨНІМДЕРДІ ЖОБАЛАУ ЖӘНЕ ЖЫЛЖЫТУ

Пәннің мақсаты – туристік өнімді ішкі және халықаралық нарықта дамыту, оны жылжыту жолдарын талдау, арнайы стратегияны жүзеге асыру жолдарын үйрену және алған дағдыларын кәсіби қызметінде қолдану.

- «Халықаралық және ішкі нарықтарда туристік өнімдерді жобалау және жылжыту» пәні бойынша оқыту нәтижелері:

- Экономикалық білім негіздерінің болуы, туризм саласындағы менеджмент, маркетинг және бизнес-жоспарлау және т.б. туралы ғылыми түсінігі болуы;

- Туризм менеджерінің кәсіби қызметіндегі мәселелерді шешу кезінде ресурстарға қажеттілікті бағалау және оларды пайдалануды жоспарлау мүмкіндігі;

- Туристік өнімдер мен қызметтерді дамыту және жылжыту мүмкіндігі; маркетингтік зерттеулер жүргізу, туристік бағыттарды туристік нарықта жылжыту дағдыларын меңгеру;

- Маркетингтік зерттеулер және туристік бағыттарды басқарудағы озық тәжірибелерді салыстырмалы талдау нәтижесінде алынған ақпаратты практикалық қызметте пайдалану.

5.3.1 Туризм индустриясы және оның құрылымы

Туризм индустриясы – қонақ үйлер мен басқа орналастыру орындарының, көлік құралдарының, қоғамдық тамақтандыру объектілерінің, ойын-сауық объектілері мен құралдарының, білім беру, іскерлік, сауықтыру, спорттық және басқа да объектілердің, туроператорлық және туристік агенттік қызметпен айналысатын ұйымдардың, сондай-ақ экскурсиялық қызметтерді және гидтер мен аудармашылардың қызметтерін көрсететін ұйымдар.

5.3.2 Туристік өнімді жобалау тәсілдері

Туристік жобалау – туристік операторлар мен туризмді дамытумен айналысатын мемлекеттік органдар қызметінің ең маңызды саласы. Туристік өнім көбінесе клиентке ұсынылатын туристік қызметтердің кешені түрінде көрінеді. Туристік өнім – туристің туристік саяхаты кезеңінде туындайтын және дәл осы сапармен туындаған қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін қажетті материалдық (тұтыну тауарлары) және материалдық емес (қызмет көрсету түріндегі) пайдалану құндылықтарының жиынтығы.

5.3.3 Аймақтық туристік ресурстар туристік өнімнің негізі ретінде

Территорияның туристік әлеуеті – бұл туристік және рекреациялық қызметті ұйымдастыру үшін табиғи, мәдени, тарихи және әлеуметтік-экономикалық алғышарттардың жиынтығы. Туристік әлеуеттің негізгі құрамдас бөлігі туристік ресурстар болып табылады.

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 13-сі

Туристік әлеуетке туристік ресурстар мен туристік инфрақұрылым жатады. Туристік ресурстар үш негізгі топқа бөлінеді – табиғи, мәдени-тарихи және әлеуметтік-экономикалық. Бірқатар авторлар туристік және рекреациялық ресурстардың бес тобын анықтайды: табиғи, мәдени-тарихи, инфрақұрылымдық, адам ресурстары және ақпараттық.

5.3.4 Түрлі түрдегі туристік өнімдерді жобалау технологиялары

Экскурсияны қалыптастыру процесі төрт кезеңнен тұрады: экскурсия идеясын дамыту; серіктестер мен жеткізушілерді іздеу және таңдау; қызметтердің негізгі және қосымша спектрін қалыптастыру; эксперименталды тексеру. Экскурсия идеясын әзірлеу. Жаңа тур идеясын тұжырымдау тәсілдерінің бірі – «миға шабуыл» әдісі. Бұл әдістің мәнін олардың ең кең ауқымын қалыптастыру үшін жаңа идеяларды генерациялаудың мақсатты процесі ретінде көрсетуге болады, содан кейін ең перспективалыларын талдау және таңдау. Болашақ тур идеясын қалыптастырудың екінші бағыты болып табылады. бақылау.

5.3.5 Туристік өнімді басқару

Туристік өнім өзінің дамуында сатылым мен пайданың ауытқуымен сипатталатын және бірге өмірлік цикл деп аталатын кезеңді құрайтын бірқатар кезеңдерден өтеді. Туристік өнімнің өмірлік циклінің әрбір кезеңінде оның нарықта ұзақ өмір сүруіне бағытталған белгілі бір стратегияны жүзеге асыру қажет.

5.3.6 Қызмет көрсетушілермен шарттар жасасу

Туризм саласында шарттар азаматтық құқыққа сәйкес құқықтар мен міндеттердің пайда болуы, өзгеруі немесе тоқтатылуы туралы келісімдер түрінде жасалады. Шарт өтемдік сипатқа ие, онда әрбір тарап өз міндеттемелерін орындап қана қоймай, сонымен бірге бұл үшін төлем немесе басқа да қарсы өкілдік алуы тиіс. Туризмдегі келісім-шарттардың әр алуан түрлерін туристік қатынастардың субъектілеріне сәйкес үш үлкен топқа бөлуге болады.

5.3.7 Туристік өнімді жылжытудың формалары мен әдістері

Туристік өнімді жылжытудың негізгі мақсаты туристік өнімге сұранысты қалыптастыру болып табылады. Туризмде туристік өнімді жылжыту әдістері – жарнама, үгіт-насихат, жарнама, жәрмеңкелер, көрмелер сияқты қолданылады. Туризм саласындағы сұранысты ынталандыру үшін қаражатты пайдалану тек түпкілікті тұтынушыға ғана емес, сонымен қатар туристік қызметтердің көптеген өндірушілеріне, делдалдарға (турогенттерге, туроператорларға), сондай-ақ олардың байланыс аудиторияларына (БАҚ, қаржылық және сақтандыру компаниялары, қоғамдық ұйымдар) бағытталады. Жеке сату да жарнама да өте тиімді. Бірақ ең тиімдісі - осы екі форманы бірге қолдану. Жарнама әлеуетті тұтынушыларды «тартуға», оларды қызықтыруға көмектеседі, ал жеке сату формасы тұтастай алғанда компания туралы жағымды пікір қалыптастыруға көмектеседі.

5.3.8 Туристік кәсіпорынды қызмет көрсету нарығында жылжыту

Маркетинг - өндірушілерден тұтынушыларға тауарлар мен қызметтерді жылжыту бойынша іс-шаралар. Маркетингтің тауар мен қызмет ағынын өндірушіден тұтынушыға немесе пайдаланушыға бағыттау процесі ретіндегі көптеген анықтамалары бар. Маркетинг - бұл сату және жарнама қызметіне қарағанда кеңірек ұғым. Ол өнім мен қызметтің өндірушіден тұтынушыға қозғалысының толық процесін білдіреді. Кез келген ұйымдағы маркетинг белгілі бір мақсат қойған адамдардың белгілі бір тобының қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін белгілі бір тауарлар мен қызметтерді өндіру мен өткізуге байланысты шешімдерді жоспарлау және жүзеге асыру жөніндегі басқару қызметі ретінде қарастырылады.

5.3.9 Туристік қызмет көрсету мәдениеті мен сапасы

Туристік қызметтердің сапа стандарттары стандарттау және сертификаттау жүйесімен анықталады. Туризм секторының негізгі міндеттерінің бірі қызмет көрсетуді жақсарту болып табылады. Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 14-сі

табылады, яғни туристерге қызмет көрсету мәдениетін арттыру. Жоғары қызмет көрсету мәдениеті қызметкерлерге туристің мәселелерін шешуге көмектеседі, сондықтан бүкіл компанияның дамуы мен өркендеуіне ықпал етеді. Сондықтан туристерге үнемі қамқорлық жасау керек, өйткені турист персоналдың жұмысына кедергі келтіретін адам емес, ол барлық қызметкерлердің жұмыс істеуінің басты себебі болып табылады. Туристерге қызмет көрсету міндет сынды сезінбеуі керек. Керісінше, сыпайылық көрсетіп, әрбір қызметкерге өзін дәлелдеп, ақша табуға мүмкіндік беретін туристер болып табылады.

5.3.10 Менеджерлердің туристердің қарсылықтарымен жұмысы

Қарсылықтармен жұмыс істеу және олар арқылы жұмыс істеу нәтижесінде маңызды қарсылық сатып алушыға мақсатты әрекетті аяқтауға кедергі келтіретін себеп болып табылады. Қарсылықтарды жою - бұл дәлелдер мен психологиялық әдістерді қолдана отырып, сендіру процесі. Олар тұтынушыға сіздің өніміңіз керек деген ойды жеткізуге көмектеседі.

5.3.11 «Жылжыту» түсінігінің мәні, қызметтерді жылжыту классификациясы және түрлері

Қазіргі уақытта маркетинг пен коммуникация рөлінің маңыздылығының артуымен қатар жарнамалық қызметтің рөлі де артты. Енді жоғары сапалы қызметтер немесе өнімдердің болуы жеткіліксіз, олардың сату көлемін ұлғайту және пайда табу үшін мақсатты аудиторияға оларды пайдаланудың артықшылықтарын жеткізу маңызды болды. Науқан ең маңызды мақсаты бар хабарламаларды жеткізуге мүмкіндік береді - мақсатты аудиторияны тауарлардың немесе қызметтердің бірегей қасиеттері туралы хабардар ету, кері байланыс қалыптастыру, брендке адалдық, осылайша бизнестің табыстылығын арттыру және тауарларды немесе қызметтерді сату.

5.3.12 Тур құнын оның мақсатты бағдарын ескере отырып қалыптастыру ерекшеліктері.

Экономиканың барлық шығындар көрсеткіштерінің қалыптасуының негізінде өзіндік құн жатыр. Ол өндіріс процесінде тұтынылған негізгі қорлардың ақшалай шығындарын (амортизация), айналым қаражатын (шикізат, материалдар, жартылай фабрикаттар, энергия және т.б.) және еңбекақы төлеуді көрсетеді. Бұл көрсеткіш өндірістік қызметтің оң және теріс жақтарын және кез келген нақты басқару шешімдерін көрсетеді.

5.3.13 Турды жобалау кезіндегі негізгі және қосымша қызметтердің сипаттамасы

Негізгі туристік өнім кешенді қызмет көрсету болып табылады, яғни. туристерге бір «пакетте» сатылатын қызметтердің стандартты жиынтығы. Қызметтер пакеті (турпакет) – туроператор өндіретін, сапардың мақсатына байланысты қалыптасатын белгілі бір қызметтер кешенінен: тасымалдау, орналастыру, тамақтану, экскурсия, гид қызметтері және т.б. тұратын туристік өнім және туристердің таңдаған туристік демалыс түріне қажеттіліктері.

5.3.14 Туристік өнімнің бағасын белгілеу және оны белгілеуге әсер ететін факторларды сипаттау

Туристік қызметтерге баға белгілеу туристік ұйымдардың коммерциялық қызметіндегі басты мәселелердің бірі болып саналады. Туристік қызметтердің бағасын белгілеу кезінде туристік өнімнің өзіндік құнын құрайтын шығындардан басқа, олар тұтынушылық сұранысты, бағаларды және бәсекеге қабілетті туристік өнімнің болуын, бағаның заңдылығы тұрғысынан алғанда, мемлекеттік органдар, шығындардың, өндіріс көлемінің және пайданың ең қолайлы үйлесімін ескере отырып, туристік қызметтердің бағасын ескереді. Бағаны анықтау үшін ұйым қызметінің табыстылығы мен оның қызметтеріне сұраныс арасындағы байланыс нүктесін табу қажет. Сонымен қатар, туристік қызметке сұраныс жыл мезгіліне, ұсынылатын қызметтердің тартымдылығы мен сапасына байланысты. Қызметтерге сұраныс пен бағаның

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 15-сі

динамикасы өзара тәуелді. Баға құру тек баға саясатын ғана емес, сонымен қатар туристік қызметке жеңілдіктер мен сараланған бағаларды қолдануды қамтиды.

5.3.15 Туристерге қызмет көрсету бағдарламасын әзірлеу принциптері

Қызмет көрсету бағдарламасы – туристерге олардың қажеттіліктері және тур тақырыбына сәйкес алдын ала ақы төленетін және турдың ұзақтығына бойынша бөлініп қызметтердің жиынтығы. Қызмет көрсету бағдарламасын құру кезінде әдетте келесі тәсіл қолданылады: туроператор мен турагент арасында шарт жасасу кезінде (немесе жеке турды жүзеге асыру кезінде қызмет көрсетудің нақты күндері бойынша бөлінбестен көрсетілетін қызметтер кешенінің нысаны (тізімі) қызмет көрсету бағдарлама жасалады, тараптар келіседі және бекітеді. Бұл туристерді қызықтыратын мұражайлардың, экскурсиялардың, спектакльдердің, концерттердің және т.б. өткізудің нақты күндерін алдын ала анықтау өте қиын болуына байланысты.

6. КЕШЕНДІ ЕМТИХАН СҰРАҚТАРЫ

6.1. «Туризмология негіздері» пәні бойынша сұрақтар:

1. Бос уақыт, оның қызметі және адам өміріндегі орны;
2. Рекреациялық қызмет түсінігі, оның аумақтық саралануы – күнделікті, апталық, жылдық рекреация;
3. Рекреацияны адамның тұрақты тұрғылықты жерінен тыс қызмет түрі ретінде анықтау;
4. Ұғымдардың өзара байланысы: демалыс – рекреация – туризм – экскурсия;
5. Рекреациялық қажеттіліктер ұғым ретінде. Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық қызметті ұйымдастырудың негізі;
6. Қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктердің өзара әрекеттесуі. Рекреациялық қажеттіліктерді зерттеудің бағыттары мен әдістері;
7. Рекреациялық іс-әрекет психоэмоционалды құбылыс ретінде;
8. Рекреациялық қызмет аумақтық рекреациялық жүйелердегі (ТЖЖ) негіз, жүйе құраушы фактор ретінде;
9. Еңбек тәртібі мен демалыс тәртіптерінің арақатынасы;
10. Рекреациялық қызметтің қоғамдық функцияларының негізгі топтарының сипаттамасы;
11. Рекреациялық қызмет материалдық емес өндіріс сферасының саласы ретінде;
12. Рекреациялық жүйе түсінігі және аумақтық рекреациялық жүйелер ұғымдар арасындағы байланыс ретінде: сала пен кәсіпорын;
13. Рекреациялық сала және туризм индустриясы. Рекреациялық индустрияның спецификалық ерекшеліктері;
14. Рекреациялық зерттеулердің пәнаралық сипаты. Рекреациялық география әлеуметтік-географиялық ғылым ретінде;
15. Рекреациялық географияда қолданылатын негізгі ұғымдар;
16. Рекреациялық қызметтің статистикалық есебінің әдістері;
17. ТЖЖ, рекреациялық іс-әрекетті жүйелік талдаудың пәні ретінде оның құрамдас бөліктерінің жүйелері арасындағы байланыстар және оны қамтамасыз ету;
18. Демалыс географиясы туралы түсінік. Рекреациялық география мен туризм географиясының зерттеу объектісі мен пәнінің айырмашылықтары мен ұқсастықтары;

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 16-сі

19. Туризм географиясында қолданылатын негізгі ұғымдар мен терминология. Терминдердің шығу тегі: «туризм» және «турист»;
20. Туризм және туристер туралы заманауи түсініктер;
21. Саяхатаушы тұлғалар мен уақытша келушілер;
22. Рекреациялық әлеует тұжырымдамасы, рекреация мен туризмді дамытудың алғышарттары мен ресурстары;
23. Туристік-рекреациялық ресурстардың «тартымдылығы»;
24. Қазіргі туризмнің классификациясы, оның күрделілігі, жалпыға бірдей көзқарастардың жоқтығы;
25. Рекреациялық, іскерлік, діни және этникалық туризм;
26. Рекреация мен туризмді дамытудың, туристік-рекреациялық ресурстарға көшудің табиғи және әлеуметтік-экономикалық алғы шарттары;
27. Табиғи және әлеуметтік-экономикалық туристік-рекреациялық ресурстар, олардың туризмді дамытудағы рөлі мен маңызы;
28. Туристік-рекреациялық ресурстардың рекреация және туризм мақсаттарына жарамдылығын анықтау және бағалау туризм географиясының негізгі міндеттерінің бірі болып табылады;
29. Табиғи рекреациялық ресурстарды бағалаудың үш негізгі түрі: медициналық-биологиялық, психологиялық-эстетикалық, технологиялық;
30. Туризмнің халық шаруашылығының секторы ретінде тиімді дамуы мен аумақтық ұйымдастырылуының туристік аумақтарды оңтайлы ғылыми негізделген аудандастыруға тәуелділігі;
31. Ұғымдардың арақатынасы: «рекреациялық аймақ», «туристік аймақ», осы ұғымдардың эволюциясының қысқаша тарихы;
32. Туризм индустриясының түсінігі. Туристік қызметтерді өндіретін туризм индустриясының құрамдас бөлігі ретінде туристік кәсіпорындар;
33. Туроператорлар мен турагенттер, туристік ұйымдар, олардың қызметінің сипаты;
34. Туристік сұраныс материалдық, тұрмыстық, мәдени-ағартушылық қызығушылықтарды қанағаттандыруға мүмкіндік беретін әртүрлі қызметтер мен тұтыну тауарлары кешеніне тұтынушылық сұраныстың жаңа нысаны ретінде;
35. Әсерінен туристік сұраныс қалыптасатын факторлар;
36. Туристік ұсыныс туристік құндылықтар мен ұсынылатын туристік қызметтердің жиынтығы ретінде;
37. Туризм индустриясы құрылуы мен дамуы туристердің келуі мен тұруымен ынталандырылатын және туристік ұсыныстың негізгі элементтерінің бірі ретіндегі әртүрлі секторлардың кешені ретінде;
38. Туризмнің экономика саласы ретіндегі ерекшеліктері: өнімді өндіру мен өткізу уақытының үйлесуі, туристік өнімді өндіру мен тұтыну орнының бірлігі;
39. Туризмдегі менеджменттің міндеттері;
40. Кез келген туристік кәсіпорынды басқарудың сипаттамалық ерекшеліктері. Туристік компанияның мақсаттары мен стратегиясы;
41. Құрылым туристік ұйымның негізгі элементі ретінде, ұйымдық құрылымдардың түрлері. Инновациялық құрылымдар түсінігі;
42. Туристік маркетинг туристік кәсіпорындардың қызметін жүйелі түрде өзгерту және үйлестіру ретінде;

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 17-сі

43. Туристік өнімнің сипаттамаларымен, оны өндірушілер мен туристік қызметтерді тұтынушылардың өзіндік ерекшеліктерімен анықталатын туристік маркетингтің ерекшеліктері;
44. Туристік маркетингтің стратегиялық мәні;
45. Халықаралық туризмнің өзіндік ерекшеліктері, ішкі туризмнен айырмашылығы;
46. Шетелдік туризмнің елдердің экономикалық дамуына әсері;
47. Халықаралық туризмді дамытудың негізгі факторлары мен шарттары;
48. Қазіргі халықаралық туризм статистикасы;
49. Халықаралық туризм дамуының қазіргі тенденциялары және әлемдік туристік ағындардың географиясы;
50. Халықаралық туристік ұйымдар және олардың туризмді дамытудағы рөлі.

6.2.«Экскурсиятану» пәні бойынша сұрақтар

1. Экскурсиялық іс-әрекеттің дамуының негізгі кезеңдері;
2. Экскурсия жүргізуді дамытудың тарихи желісі;
3. Қазақстан Республикасындағы экскурсиялық істің даму ерекшеліктері;
4. Экскурсиялық істің дамуының тарихи негіздері;
5. Экскурсия, оның мәні, ерекшеліктері мен қызметтері;
6. Экскурсиялық теорияның қалыптасу ерекшеліктері;
7. Экскурсияның дамуының негізі ретінде экскурсияның классификациясы;
8. Экскурсияларды ұйымдастырудың түрлері мен формаларының заманауи әртүрлілігі;
9. Экскурсияларды жүргізудегі логика заңдылықтары;
10. Экскурсиядағы оқиганың ерекшеліктері;
11. Экскурсияларда көрсету ерекшеліктері;
12. Экскурсия кезінде көрсету мен айтудың өзара байланысының принциптері;
13. Экскурсия психологиялық-педагогикалық процесс ретінде;
14. Экскурсиялық бизнестегі психологияның рөлі;
15. Экскурсиялық бизнестегі педагогиканың рөлі;
16. Экскурсиялық дайындықтың технологиясы мен кезеңдері;
17. Экскурсияны дайындау мен өткізудің негізгі кезеңдері;
18. Экскурсияны дайындаудың маңызды кезеңдері;
19. Экскурсияның қалыптасу негіздері – туристік өнім ретінде;
20. Экскурсия өткізу әдістемесі;
21. Экскурсия кезінде көрсетудің әдістемелік техникасы;
22. Экскурсия кезінде әңгімелеудің әдістемелік тәсілдері;
23. Экскурсия техникасы;
24. Экскурсияны өткізудің практикалық әдістері;
25. Түрлі тақырыптар бойынша экскурсияларды өткізу ерекшеліктері;
26. Экскурсиялық экскурсия, дайындық және өткізу нормалары;
27. Экскурсиялық турларды қалыптастыру және өткізу нормалары;
28. Тарихи экскурсияларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;
29. Табиғаттану экскурсияларын ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;
30. Әдеби экскурсияларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;
31. Тақырыптық экскурсияларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;
32. Діни экскурсияларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 18-сі

33. Сәулет-қала құрылысы экскурсияларын ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;

34. Көркем экскурсияларды ұйымдастырудың ерекшеліктері мен принциптері;

35. Экскурсия тақырыбын таңдау принциптері;

36. Экскурсияда көрсетілетін объектілерді таңдаудың негізгі критерийлері;

37. Экскурсиялық қызметті жетілдірудің негізгі бағыттары;

38. Экскурсиялық қызметті ұйымдастырудың инновациялық және дәстүрлі тәсілдері;

39. Экскурсиялық қызметтегі инновациялар;

40. Экскурсовод мамандығы мен тұлғасының қалыптасу ерекшеліктері;

41. Жеке тұлға және кәсіпқой ретінде гидке қойылатын талаптар;

42. Аймақтану экскурсиялық істің негізі ретінде;

43. Музей экскурсиясын ұйымдастырудың ерекшеліктері;

44. Қазақстан Республикасындағы экскурсиялық қызмет көрсетудің заманауи стандарттары;

45. Экскурсиялық қызмет көрсету бойынша халықаралық және аймақтық ұйымдар;

46. Тұлға дамуының негізгі кезеңдері және гид мамандығы;

47. Экскурсовод мамандығына қойылатын жалпы және арнайы талаптарды сипаттаңыз;

48. Экскурсияның технологиялық картасын құру критерийлері, мақсаттары мен міндеттері;

49. Дәстүрлі және инновациялық экскурсия, ерекше белгілері, критерийлері, мақсаттары мен міндеттері;

50. Экскурсиялық қызметтегі анимациялық іс-әрекеттің рөлі.

6.3 «Халықаралық және ішкі нарықтарда туристік өнімдерді жобалау және жылжыту» пәні бойынша сұрақтар

1. Туристік өнімнің туристік қызметтегі орны;

2. Туризмдегі қызмет көрсету мәдениеті;

3. Туристік қызметтің мәні мен түрлері;

4. Туристік өнімді жобалау деңгейінің рөлі;

5. Туристік кәсіпорындарға қызмет көрсету мәдениетінің экономикалық мәні;

6. Нарықтық экономика жағдайында туристік өнімді жылжыту рөлі;

7. Туристік өнімді жобалауды ұйымдастырудағы қызмет мәдениетін талдау;

8. Туристік өнімнің түсінігі мен ерекшеліктері;

9. Туристік өнімнің позициясы, оның өмірлік циклі және оның ерекшеліктері;

10. Туристік өнімді құрастыру кезеңдері;

11. Туристік өнімді құру принциптері;

12. Туристік өнімнің негізгі және көмекші қызметтерінің түрлері;

13. Туристік өнімді маркетингтік зерттеудің маңызы мен ерекшелігі;

14. Туристік өнімді жылжыту ресурсы ретіндегі маркетингтік зерттеулердің технологиялық ерекшеліктері;

15. Туристік нарықтың элементтері;

16. Туристік өнімнің өмірлік циклі;

17. Туристік өнімнің өмірлік циклін бақылау және басқару;

18. Жаңа туристік өнімді құру алгоритмі;

19. Нарықтағы халықаралық және ішкі туристік өнімнің түсінігі мен ерекшеліктері;

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 19-сі

20. Туристтік нарық құрылымдары және әсер етуші факторлар;
21. Монополия, олигополия терминдерінің анықтамасы;
22. Туристтік нарық түсінігі және нарық құрылымдарының нысаны;
23. Туристтік нарықтың ерекшелігі және сұраныс пен ұсыныс түсінігі;
24. Қоғамдағы экскурсияның қызметі мен маңызы;
25. Нарықты сегменттерге бөлудің негізгі кезеңдері;
26. Туристтік нарықтың элементтері;
27. Туристтік нарықты маркетингтік зерттеудің мәні;
28. Кез келген мемлекеттің тәжірибесіне сүйене отырып, виза алу ерекшеліктеріне сүйене отырып, мысал келтіріңіз;
29. Туристтік нарықты сегменттеу маңыздылығы;
30. Туристтік өнімнің өзіндік құнын бағалау критерийлері;
31. Туристтік өнімді жобалау технологиясының бірнеше кезеңдерін бөліп көрсетіңіз;
32. Туристтік өнімнің басым бағыттарын анықтайтын факторлардың реттілігі;
33. Туристтік өнімнің сәйкестігі ұғымдарының мәні;
34. Туристтік қызметті өткізу арналары;
35. Туристтік өнімнің құрылымының технологиялық картасы;
36. Халықаралық туризмнің ерекшеліктері;
37. Ұлттық туризмнің ерекшеліктері;
38. Туристтік өнімді жылжытудағы жарнамалық саясаттың мәні;
39. Халықаралық және ішкі туризмді салыстырмалы талдау;
40. Туристтік индустриядағы турагент қызметін анықтаңыз;
41. Туристтік индустриядағы туроператор қызметінің мәні;
42. Туристтік қызметке сараланған тәсілді жүзеге асыруды анықтау;
43. Туристтік өнімнің басымдықтары;
44. Туристтік кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің маңыздылығы;
45. Туристтік өнім индустриясындағы баға саясатының мәнін ашу;
46. Туристтік кәсіпорынның маркетингтік стратегиясын құрудың маңыздылығы;
47. Туристтік өнімнің ерекшеліктерін атап көрсету;
48. Туристтік өнім моделі түсінігінің мәнін ашу;
49. Туристтік өнімді жылжыту арналарына мысал келтіріңіз;
50. Туристтік нарықтағы бағаның төмендеуіне әсер ететін факторлар.

7. ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

7.1. НЕГІЗГІ ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Ешпенкулова Г.И. Основы туризмологии: учебник.- Астана: ЕНУ имени Л.Н.Гумилева, 2017.- 385 с.
2. Баяндинова А.М., Подсухина О.В. Основы туризмологии: учебное пособие.- Алматы: Эверо, 2022.- 216 с.
3. Быстров С.А. Организация туристской деятельности: учебное пособие.- Москва: Инфра-М, 2019.- 399 с.
- 7 Галиакбаров Е.Э, Жакупов А.А, Муканов А.Х. Экскурсиятану: оқу құралы.- Алматы: Лантар Трейд, 2021.- 245 б.
- 8 Баранов А.С., Лютерович О.Г, Ягофаров Г.Ф. Экскурсоведение: учебное пособие.- Алматы: КазАСТ, 2021.- 232 с.

Бұл құжатты «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» КЕАҚ рұқсатынсыз толық немесе ішінара көшіруге, басып шығаруға немесе таратуға болмайды

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 31.10.2023 г.	Басылым № 1	20 беттің 20-сі

9 Кузьменко Ю.В. Экскурсоведение: учебно-методическое пособие.- Алматы: Эверо, 2022.- 120 с.

10 Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие, 2020.

11 Быстров С.А. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебник, 2019.

12 Кусков А.С., Сирик Н.В. Технологии организации туроператорской деятельности: учебник, 2018.

13 Имангулова Т.В., Жақсыбекова Д.К., Туризмдегі жобаларды басқару: оқу құралы, 2021.

14 Ақтымбаева А.С., Асипова Ж.М. Туроперейтинг: тұжырымдамалық механизмдері Монография, Алматы: Қазақ университеті, 2020.

7.2. Қосымша әдебиеттер:

1. Имангулова Т.В, Жақсыбекова Д.К. Туризмология негіздері: оқу құралы.- Алматы: ҚазСТА, 2016.- 124 б.

2. Досқараев Б.М, Иргебаев М.И, Алтынбек Е.Т. Туризмнің жалпы негіздері: оқу құралы.- Алматы: Лантар Трейд, 2021.- 110 б.

3. Акентьева С.И, Игнатева В.В, Петрова Г.В. Организация туристской индустрии: учебник.- 4-е изд.- Москва: М.:Издательский центр "Академия", 2021.- 320 с.

4. Анарбаев А.К. Туризм: оқу құралы.- Түркістан: Тұран, 2017.- 114 б.

5. Баранова А.Ю. Теория развития экономических интересов объектов туризмологии: монография.- Москва: Инфра-М, 2017.- 150 с.

6. Грошев И.В. Туризм для лиц пожилого возраста: монография.- Москва: Инфра-М, 2020.- 303 с.

7. Кулакова Н.И. Технология и организация экскурсионных услуг: учебное пособие.- 2-е изд. испр. и доп.- Москва: Юрайт, 2019.- 127 с.

8. Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник.- Москва: Инфра-М, 2021.- 383 с.

9. Баранов А.С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник.- Москва: Инфра-М, 2019.- 383 с.

10. Баумгартен Л.В. Стандарты качества проведения экскурсий: учебное пособие.- Москва: Инфра-М, 2019.- 96 с.