

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 1-сі



2024-2025 оқу жылына «6В11105 – Туристік дестинациялар менеджменті»
білім беру бағдарламасының

ҚОРЫТЫНДЫ АТТЕСТАТТАУ БОЙЫНША КЕШЕНДІ ЕМТИХАН БАҒДАРЛАМАСЫ

(Туризмология негіздері, Туризмдегі стратегиялық менеджмент, Туризм маркетингі)

Түркістан, 2024

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

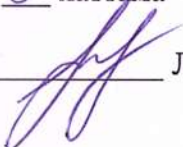
Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Қорытынды аттестаттау бойынша кешенді емтихан бағдарламасы		Ф-02-01/05
Бекітілген 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 2-сі

Кешенді емтихан бағдарламасы (Туризмология негіздері, Туризмдегі стратегиялық менеджмент, Туризм маркетингі) «6В11105 – Туристік дестинациялар менеджменті» білім беру бағдарламасының негізінде құрастырылған.

Кешенді емтихан бағдарламасы «Туризм» мектебінің мәжілісінде қаралған.
«22» 10 2024 ж., № 3 хаттама

Мектеп директоры  С.Нахипбекова

Кешенді емтихан бағдарламасы Оқу-әдістемелік кеңес мәжілісінде қаралған.
«24» 10 2024 ж., № 3 хаттама

Оқу-әдістемелік кеңес төрайымы  Л.Шалабаева

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 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 ұсынылған пәндер тізімі	6
5. Кешенді емтихан өткізілетін пәндердің мазмұны	7
5.1 Туризмология негіздері	7
5.2 Туризмдегі стратегиялық менеджмент	10
5.3 Туризм маркетингі	12
6. Кешенді емтихан сұрақтары	15
7. Ұсынылатын әдебиеттер	19

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 4-сі

1. КЕШЕНДІ ЕМТИХАНЫНЫҢ МАҚСАТЫ

«6В11105 – Туристік дестинациялар менеджменті» білім беру бағдарламасы бойынша кешенді емтиханның мақсаты түлектердің дайындық деңгейінің жоғары білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандартының талаптарына сәйкестігін анықтау болып табылады. Сонымен бірге түлектің теориялық білімі мен практикалық дағдылары білім беру бағдарламасына сәйкес тексеріледі.

Кешенді емтихан бітірушілердің қорытынды аттестаттауы болып табылады.

Қорытынды аттестаттаудың мақсаты жоғары білімнің білім беру бағдарламасын зерделеу аяқталғаннан кейін қол жеткізілген оқыту нәтижелерін бағалау.

2. КЕШЕНДІ ЕМТИХАНДЫ ӨТКІЗУ ТӘРТІБІ

Кешенді (пәнаралық) қорытынды аттестаттау емтиханы академиялық күнтізбеге сәйкес өткізіледі. Толық оқу курсы аяқтаған (кем дегенде 240 кредит игерілген) және оқу жоспарында қарастырылған барлық сертификаттау сынақтарынан сәтті өткен білім алушылар емтиханға жіберіледі.

Білім беру бағдарламасына арналған кешенді емтиханды аттестаттау комиссиясы (АК) басқарады. АК төрағасы мен комиссия құрамын Басқарма Төрағасы – Ректор бекітеді.

Білім беру бағдарламасындағы кешенді (пәнаралық) емтихан бағдарламасы білім алушыларға емтиханның өткізілетін күніне дейін бір айдан кешіктірілмей беріледі.

Білім алушының АК-ға берген жауаптарын талқылау және қорытынды бағалау жабық мәжілісте, қорытынды баға - баллдық-рейтингтік мәнде анықталады (кесте). Білім беру бағдарламасындағы кешенді (пәнаралық) емтиханның нәтижелері білім алушыларға АК-ның жабық мәжілісінен кейін дереу жеткізіледі.

Қорытынды аттестацияда «қанағаттанарлықсыз» баға алған білім алушы оқудан шығарылады. Қорытынды аттестациядан келесі оқу жылы қайтадан өтуге рұқсат беріледі.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 5-сі

3. БІЛІМ АЛУШЫНЫҢ БІЛІМІН БАҒАЛАУ КРИТЕРИЙЛЕРІ МЕН КӨРСЕТКІШТЕРІ

№	Әріптік жүйедегі бағалау	Сандық эквивалент бойынша	% -дық мазмұны	Дәстүрлі жүйедегі бағалау	Бағалау критерийлерінің көрсеткіштері
1	2	3	4	5	6
1	A	4,0	95-100	өте жақсы	1. Қазіргі теорияны ескере отырып, материалды толығымен, дұрыс баяндайды; 2. Теориялық білімді практикамен байланыстырады; 3. Терминологияны еркін меңгерген; 4. Себепті байланысты орнатады; 5. Болжам жасай алады; 6. Қосымша сұрақтарға сенімді жауап береді.
2	A-	3,67	90-94		1. Қазіргі теорияны ескере отырып, ол материалды дұрыс көрсетеді; 2. Жауаптарды толығымен айтады, өз бетінше қорытынды жасайды және жалпылайды; 3. Терминологияны жақсы біледі; 4. Себепті байланысты орнатады; 5. Қосымша сұрақтарға толық жауап береді.
3	B+	3,33	85-89	жақсы	1. Материалды жақсы жеткізеді; 2. Жауаптарды толығымен айтады, өз бетінше қорытынды жасайды және жалпылайды; 3. Терминологияны жақсы меңгерген; 4. Логикалық ойлай жүйеге ие. 5. Қосымша сұрақтарға жауап береді.
4	B	3,0	80-84		1. Негізгі материалды біледі; 2. Дәлелді мысалдар келтіреді; 3. Жалпылау мен қорытынды жасайды; 4. Терминологияда, презентация логикасында дәлсіздіктерге жол береді; 5. Қосымша сұрақтарға жауап береді.
5	B-	2,67	75-79		1. Негізгі материалды біледі, бірақ қисынсыз жауап береді; 2. Терминдерді пайдалану кезінде дәлсіздіктерге жол береді; 3. Қосымша сұрақтарға жауап беру кезінде қателіктер жібереді.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 6-сі

6	C+	2,33	70-74		1. Тек теориялық білім негіздері бар; 2. Қорытынды жасауды және жалпылауды білмейді; 3. Терминологияны қолдана алмайды; 4. Қосымша және нақтылау сұрақтарына жауап береді.
7	C	2,0	65-69	қанағаттанарлық	1. Негізгі материал туралы толық білмейді; 2. Логикалық ойлай жүйеге ие емес; 3. Жауабы қысқа; 4. Қосымша сұрақтарға толық жауап бермейді.
8	C-	1,67	60-64		1. Негізгі материал туралы толық білмейді; 2. Жалпы қорытынды жасай алмайды; 3. Логикалық ойлай жүйеге ие емес; 4. Қосымша сұрақтарға жауап берудегі қателіктері бар.
9	D+	1,33	55-59		1. Материалдың маңызды бөлігін білмейді; 2. Материалға нашар дайындалған; 3. Сұраққа жауап беру логикасын білмейді; 4. Қосымша сұрақтарға жауап беруі қиын.
10	D	1,0	50-54		1. Теорияның негізін білу және түсінуде дәлсіздіктер, кейбір үстіртін жауаптар, бұл түсінуді төмендетеді, бірақ нұсқаушы сұрақтарының көмегімен дұрыс шешімге келе алады.
11	FX	0,5	25-49	қанағаттанарлықсыз	1. Баяндауы мен суреттеуде олардың мағынасын түсінбестен көрсету; 2. Комиссия мүшелерінің қосымша сұрақтарына жауап бере алмауы.
12	F	0,0	0-24		1. Білім алушы теориялық және практикалық білімі мен дағдыларын нөлдік деңгейде көрсетті, этикаға сәйкес емес мінез-құлық пен қателіктерін түзете алмайтындығын көрсетті.

4. КЕШЕНДІ ЕМТИХАНҒА ҰСЫНЫЛҒАН ПӘНДЕР ТІЗІМІ

1. Туризмология негіздері
2. Туризмдегі стратегиялық менеджмент
3. Туризм маркетингі

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 7-сі

5. КЕШЕНДІ ЕМТИХАН ӨТКІЗІЛЕТІН ПӘНДЕРДІҢ МАЗМҰНЫ

5.1 Туризмология негіздері

«Туризмология негіздері» мақсаты – рекреациялық және туристік индустрияның негізгі ұғымдарын, сондай-ақ олардың жұмысын әртүрлі табиғи және әлеуметтік-экономикалық жағдайларда ұйымдастыру принциптерін зерттеу.

«Туризмология негіздері» пәні бойынша оқыту нәтижелері:

– Туризмнің қазіргі теориясын кеңістіктік және әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде сипаттау.

– Қолданыстағы нормативтік-құқықтық базаны, тұрақты туризмнің тұжырымдамасы мен принциптерін есте сақтау.

– Туризм саласындағы теориялық және әдістемелік білімді практикада қолдану.

5.1.1 Рекреациялық географияның негізін қалаушы ұғымдар

Бос уақыт, оның функциясымен адам өміріндегі орны. Бос уақыттағы уақыт аралығын анықтау. Бос және рекреациялық уақыт: ұғым, арақатынас, құрылым және қызметтер. Рекреациялық іс-әрекет туралы түсінік, оның территориялық бөлінуі – күнделікті, апталық, жылдық рекреация. Демалыс адам қызметінің бөлігі ретінде. Рекреация анықтамасы адамның тұрақты жерінен тыс жердегі қызметі ретінде. Туризм рекреацияның бөлігі ретінде. Демалыс – рекреация – туризм – экскурсия ұғымдарының ара қатынасы. Ғылыми-техникалық революция, оның оң және теріс көріністері. Адамның физикалық және психикалық күшін қалпына келтіру.

5.1.2 Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық іс-әрекетінің кеңістіктік-уақыттық ұйымдастырылуының негізі ретінде

Рекреациялық қажеттіліктер түсінігі. Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық іс-әрекетінің ұйымдастырылуының негізі. Қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктердің өзара әрекеті. Рекреациялық қажеттіліктерді зерттеудің бағыттары мен әдістері. Рекреациялық қажеттіліктерді зерттеудің әлеуметтану әдістері. Рекреанттар топтарының табиғи және әлеуметтік-экономикалық рекреациялық ресурстарға, рекреациялық аудандардың типтеріне, рекреациялық әрекеттер циклдеріне, демалыс орындарының архитектуралық-жобалық құрылымының ерекшеліктерін, демалысты өткізудің активтік деңгейіне, әлеуметтік контактілердің тығыздығына қарай таңдамалары туралы түсініктер.

5.1.3 Рекреациялық қызмет әлеуметтік-экономикалық өмір салты элементі ретінде

Рекреациялық іс-әрекет - әлеуметтік-экономикалық құбылыс және халықтың өмір сүруінің элементі ретінде. Мәні, құрылымы, классификациясы. Рекреациялық іс-әрекет психоэмоциялық құбылыс ретінде. Рекреациялық іс-әрекет – территориялық рекреациялық жүйелердегі (ТРЖ) жүйе құрушы фактор негізі ретінде. Еңбек тәртібі мен демалыс тәртібінің арақатынасы. Рекреациялық іс-әрекеттегі қоғамдық функциялардың негізгі топтарының сипаттамасы. Рекреациялық іс-әрекеттердің технологиялық функциялары. Рекреациялық іс-әрекеттердің жүйелері мен циклдері. Тәуліктік, демалыс және өмірлік циклдерінің құрылысы. Рекреациялық қызмет көрсету материалды емес өндіріс сферасының саласы ретінде. Рекреациялық жүйе және территориялық

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 8-сі

рекреациялық жүйелер түсініктерінің арақатынасы: сала және мекеме. Рекреациялық сала мен туризм индустриясы. Рекреациялық саланың арнайы ерекшеліктері.

5.1.4 Рекреациялық география - қоғамдық географиялық ғылымның жаңа саласы

Рекреациялық мәселелерді зерттеулердің «географиялығы». Рекреациялық зерттеудің пәнаралық сипаты. Рекреациялық география - қоғамдық-географиялық ғылым ретінде. Объектінің анықтамасы және зерттеудің пәні және территориялық рекреациялық жүйе туралы түсініктер (В.С. Преображенский, Л.И. Мухина, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин). Рекреациялық жүйенің антропоцентрикалық мәні. Рекреациялық географияның адам, қоғам және оның іс-әрекеті туралы білім жүйесінде алатын орны; қоғамдық, жаратылыстық, техникалық ғылым жүйелерінде алатын орны. Рекреациялық-географиялық зерттеулердің қажеттілігі. Рекреациялық географияда қолданылатын негізгі түсініктер. Рекреациялық іс-әрекеттердегі статистикалық есеп беру тәсілдері. Рекреациялық географияның міндеттері. Рекреациялық география және тәжірибе. ТРЖ, оны құрайтын жүйелер байланысы рекреациялық іс-әрекетердің жүйелік талдауы және оған қызмет көрсету пәні ретінде. В.М. Кривошееваның және И.И.Зоринның матрицасы. ТРЖ шағын жүйелерінің нақты өзара байланыстарын талдау.

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

Демалыс географиясы туралы түсінік. Рекреациялық және туризм географиясын зерттеудегі объекті мен пәндегі айырмашылықтар мен ұқсастықтар. Рекреациялық география мен туризм географиясы - ұғымдарының ара қатынасы. Туризм географиясында қолданылатын негізгі түсініктер мен атау сөздер. «Туризм» және «турист» атау сөздерінің шығу тегі. Туризм және туристер туралы қазіргі көзқарастар. Туризмнің жұмыстық және концептуалдық дефинициялары. Саяхаттаушы тұлғалар және уақытша келушілер. Демалыс және туризм дамуының алғышарттары мен ресурстары және рекреациялық потенциалы туралы түсінігі. Туристік-рекреациялық ресурстардың «аттрактивтілігі». «Рекреацияның шаруашылық потенциалы», туристік территориялардың таксономиялары туралы түсінігі. Туристік инфрақұрылым және туристік шаруашылық.

5.1.6 Қазіргі туризмнің жіктелуі

Қазіргі туризмнің жіктелуі, оның күрделілігі жалпыға бірдей көзқарастардың жоқтығы. Бұл жіктеулердің маңызы. Саяхат мақсатынан шығып отырған туризм жіктелуі туралы сұрақтың талқылануы. Рекреациялық, іскерлік, діни, этикалық туризм. Жалпылық, элитарлық, коммерциялық, әлеуметтік, ұйымдасқан, өзіндік, белсенді және белсенді емес, көліктік және экологиялық туризм.

5.1.7 Территорияны рекреациялық бағалау

Демалыс пен туризм дамуының табиғи және әлеуметтік-экономикалық алғышарттары, туристік-рекреациялық ресурстарға көшу. Табиғи, әлеуметтік-экономикалық, туристік-рекреациялық ресурстар, олардың туризм дамуындағы ролі мен маңызы. Туристік-рекреациялық ресурстардың маңызды сипаттамалары. Демалыс және туризм мақсаттары үшін туристік-рекреациялық ресурстарды бағалау және жарамдылығын анықтау – туризм географиясының басты міндеттерінің бірі. Бағалау

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 9-сі

шкалалары. Табиғи рекреациялық ресурстарды бағалаудың үш негізгі түрлері: медико-биологиялық, психологиялық-эстетикалық, технологиялық. Рекреациялық ресурстардың сапалық және балдық бағалау формалары. Бағалаудың әдістемелік көрсеткіштерін өңдеу бойынша Л.И. Мухинаның жұмыстары. Ю.А. Веденин, Н.И. Мирошниченко, Е.А. Котляров, Я. Варшинскийлардың ойлары. «Тартымдылық коэффициенті (жарамдылық)». Территорияның «жиынтық туристік-рекреациялық потенциалына» баға берудегі көзқарастар.

5.1.8 Туристік территорияны аудандастыру

Тиімді ғылыми-нақтыланған туристік территорияларды аудандастырудан халық шаруашылығының саласы ретінде туризмнің территориялық ұйымдастырылуы мен әсерлі дамуының тәуелділігі. Туристік аудандастыру мақсатында бұрынғы КСРО және Ресей үшін территорияны зерттеу дамуының тарихы. Н.С. Мироненко, И.Т.Твердохлебов, Б.Н. Лиханов, В.С. Преображенский, Е.А. Котляров еңбектері. Демалыс пен туризм үшін Қазақстан территориясын аудандастыру талпыныстары. Түсініктер ара қатынасы: «рекреациялық аудан», «туристік аудан», осы түсініктердің қысқаша эволюция тарихы. Туристік аудандарға тән ерекшеліктер мен олардың құрылу механизмі. Салалық (интегралдық) элеуметтік-экономикалық аудан ретінде туристік аудан туралы түсінік. Туристік аудандастырудың әдістері. Туристік аудандар таксономиясы.

5.1.9 Туризм анықтамасының мәні

Туризм күрделі кеңістіктік элеуметтік-экономикалық құбылыс пен күрделі қоғамдық шаруашылық жүйесі ретінде. Отандық және шетел ғалымдарының туризм анықтамасына концептуалды және мәндік әр түрлі көзқарастары. Дүниежүзілік Туристік Ұйыммен (ДТҰ) қабылданған қазіргі туризмнің концептуалды моделі («туризм индустриясы»), оның шағын жүйелері (элементтері) және олардың бір-бірімен, сыртқы ортамен байланыстары. Туристік жүйенің жұмыс механизмін түсіндіру. Туризм индустриясы туралы түсінік. Туристік кәсіпорындар туристік қызметтерді өндіретін туризм индустрия құрамының бір бөлігі ретінде. Туроператорлар мен турагенттер, туристік кәсіпорындар мен олардың қызметінің сипаттамасы. Өндірудің материалдық және материалдық емес сферасындағы кәсіпорындар, мекемелер мен ұйымдардың жиынтығы ретінде туризм индустриясының түсінгімен, олардың туристерге арналған тауарлар мен қызметтерді өндіру, бөлу, алмастыру және тұтынуды қамтамасыз етуі. Сондай-ақ туристік-рекреациялық ресурстарды пайдалану мен игеру және туризмнің материалдық-техникалық базаларын құруды қамтамасыз етеді.

5.1.10 Туристік нарықты функциялау

Туристік сұраныс, материалды-тұрмыстық және мәдени-танымдық қызығушылықтарды қанағаттандыра алатын, әр-түрлі қызметтер және тұтыну заттары кешеніне тұтынушы сұранысының жаңа формасы ретінде. Туристік өнім туралы түсінік. Туристік сұранысқа тән ерекшеліктер. Туристік сұраныс әсерінен қалыптасатын факторлар. Туристік ұсыныс туристік құндылықтардың және көрсетілетін туристік қызметтердің жиынтығы ретінде. Туристік ұсыныстар тәуелді болатын элементтер. Туристік аттрактивтілік қалыптасқан ұсыныс ретінде. Туристік нарық, оның ерекшеліктері. Туризмдегі алу-сату үдерісі.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 10-сі

5.1.11 Туристік шаруашылық

Туристік шаруашылық туристік ұсыныстың негізгі элементінің бірі ретінде және туристердің келуі мен кетуінде ынталандыруынан құралатын және дамитын әр түрлі секторлардың кешені ретінде. Тура және жанама туристік шаруашылық. Түнеу базасы, оның туризм дамуындағы маңызы және сипаттамасы. Тамақтану базасы, оның құрылымымен сипаты (гастрономиялық, сауда және қамтамасыз ету мекемелері). Коммуникациялық база, оның құрылымы (көліктік-коммуникациялық желісі, көлік құралдары, көлік қозғалысын ұйымдастыратын қызмет бөлімі, көлік және байланыстың техникалық базасы), сипаты. Қосымша база – туристік шаруашылықтың басты элементі ретінде, оның құрылымы мен сипаты. Туризмдегі материалдық-техникалық базаның даму мәселелері мен болашағы.

5.1.12 Туризм экономика саласы ретінде

Экономиканың саласы ретіндегі туризмнің ерекшеліктері: бір уақытта өнімнің өндірілуі мен сатылуы, туристік өнімнің бір жерде өндіріліп, пайдалануы, өндірілетін объектіге тұтынушыны қызмет көрсетілгенге дейін көлікпен тасымалдау, туристік өнімнің «өзін өзі шығаруы», тұтынылатын туристік агрегирдік ресурстардың өзіндік түрі. Туристік қызмет көрсетудің мәні мен мазмұны, ол күрделі кешенді, ұзақ мерзімді және уақыты мен орны әр түрлі өндірістің үрдісі, әр түрлі қызмет түрлері мен тауарлардың ұсынысы және сатылуы. Туризмдегі қызмет көрсету – бәсекелестік күрестегі ең күшті қару. Туристік қызмет көрсету сапасының критерийлері мен көрсеткіштері. Туристік қызмет көрсету сапасын балдық әдіспен бағалау.

5.1.13 Туризм менеджменті туралы түсінік

Туризмдегі менеджмент міндеттері. Туризмдегі менеджмент ерекшелігі: тереңге тарауы және элементтерінің өзара байланысының күрделілігі, түсініксіз және қиын өлшенетін мақсаттар, аймаққа шектелуі түрдегі әсері, клиенттер жағынан күшті әсер, қалыптасу көзінен ажырамайтындығынан тұратын туристік өнімнің ерекшелігі, туристік өнімнің сыртқы әсері, туристік сұраныстың ерекшелігі (сезіну мен сақталуға мүмкін еместігі, туристік қызметті тұтынушылардың әртүрлілігі, елдегі қоғамдық факторлардың жоғарғы маңыздылығы), туристік қызметтің кешенділігі, туризмнің маусымдылығы. Кез келген туристік мекемені басқарудағы төрт осыған негізделген ерекшеліктер. Туристік фирмалардың мақсаты мен стратегиясы. Мақсаттың үш түрі: экономикалық, фирмалық, әлеуметтік. Құрылым туристік ұйымның маңызды элементі ретінде, ұйымдастыру құрылымдарының түрі. Инновациялық құрылым туралы түсінік.

5.1.14 Туризм маркетингі туралы түсінік

Х. Криппендорф және туризм маркетингі. Туризм маркетингі бұл туристік мекеменің іс-әрекетінің жүйелі түрде өзгеруі және координациясы, сонымен қатар туризм облысындағы жеке және мемлекеттік саясат. Туристік өнімнің ерекшеліктері мен анықталатын туристік маркетингтің ерекшелігі, туристік қызметті тұтынушы және оны өндірушінің арнайы ерекшеліктері. Туристік сұраныстың икемділігінің конъюктураға, табысқа, білім деңгейіне, бағаға, жарнамаға және тағы басқа факторларға тәуелділігі. Туристік маркетинг-бағдарламалары. Туристік маркетингтің стратегиялық мәні.

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 11-сі

5.1.15 Халықаралық туризм сыртқы экономикалық қатынастардың түрі ретінде

Халықаралық туризмнің арнайы ерекшеліктері, ішкі туризмнен айырмашылығы. Шетелдік туризмнің елдердің экономикалық дамуына әсері. Халықаралық туризмнің негізгі факторлары мен шарттары. Халықаралық туризмнің статистикасы. Халықаралық туризм дамуының қазіргі тенденциялары және әлемдік туристік ағымдардың географиясы. Халықаралық туристік ұйымдар және туризм дамуындағы олардың ролі.

5.2. Туризмдегі стратегиялық менеджмент

«Туризмдегі стратегиялық менеджмент» мақсаты – туризм кәсіпорнын басқаруда, оның қызметінің тиімділігін арттыру үшін студенттерде теориялық білім мен практикалық дағдылар жүйесін қалыптастыру.

«Туризм менеджменті» пәні бойынша оқыту нәтижелері:

-Менеджмент функцияларының мәні мен өзара байланысы, ұйымдық құрылымдар, туристік индустриядағы басқарудың принциптері, әдістері, жүйесінің дамуы мен ерекшеліктерін қарастыру.

-Туризм және қонақжайлылық ұйымдарының қызметін жоспарлау, туристік нарықтағы тұтынушылық мотивацияны басқару мәселелері, ұйымдардың бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізу тәсілдері және туризм индустриясы кәсіпорындарының экономикалық қауіпсіз қызметінің стратегиясын түсіндіру.

-Туристік индустриядағы ұйымдастырушылық құрылымдар және басқару әдістері қарастыру.

- Басқару шешімдерінің жіктелік түрлерін, шешімді қабылдау тәсілдерін, басқару шешімдерінің ерекшеліктерін анықтау.

5.2.1 Менеджмент жүйесінің дамуы және оның туристік индустриядағы ерекшеліктері

Менеджмент түсінігі. Менеджмент ұғымын анықтаудың негізгі тәсілдері. Менеджмент қызмет түрі (функциясы) ретінде. Менеджмент ғылым ретінде. Менеджмент академиялық пән ретінде. Менеджменттің мәні мен ролін анықтау тәсілдері. “Туристік индустрия” түсінігі. Менеджмент жүйесі мен ғылыми басқару мектебінің эволюциясы. Басқару мектептері.

5.2.2 Менеджменттің заманауи тәсілдері

«Жүйе» терминінің анықтамалары. Менеджменттегі жүйелік тәсіл. Процестік тәсіл.. Басқарудағы ситуациялық тәсіл. Ұйымның ашық жүйе ретіндегі моделі. Жүйелік және ситуациялық тәсілдердің ерекшеліктері.

5.2.3 Басқарушылық шешімдерді әзірлеу

Басқару шешімдерінің түрлері.Басқару шешімдерін әзірлеу процесінің технологиясы. Туристік индустрияда қызметті бақылау және үйлестіру. Интуитивті шешімдер. Пайымдауға негізделген шешімдер. Ұтымды шешімдер. Туристік индустрияда басқару шешімдерінің жіктелу белгілері . Басқарушылық шешімдерді әзірлеу процесі кезеңдері. Басқарушылық шешімдер қабылдаудың тұжырымдамалық моделінің негізіндегі тұжырымдар. Шетелдік ұйымдарда басқару шешімдерін қабылдауда қолданылатын

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 12-сі

тәсілдер мен модельдер. Шешім қабылдау кезіндегі ерекше жағдайлар. Басқарушылық шешімдер қабылдаудағы қателіктер. Үйлестіру қызметі. Ұйымның субъектілері мен басқару объектілерінің бірлескен қызметін іске асырудың, үйлестірудің және реттеудің негізгі принциптері.

5.2.4 Туристік индустриядағы басқару әдістері мен стильдері

Басқару әдістері. Басқарудың экономикалық әдістері. Материалдық мотивация түрлері. Басқарудың ұйымдастырушылық және әкімшілік әдістері. Басқарудың элеуметтік-психологиялық әдістері. Топтық жұмыс әдістері. • Ұйымның қаржылық жағдайы; Тұтынушылар ұйымдар және өткізу нарықтары; Ішкі бизнес-процестер; Ұйымның және оның қызметкерлерінің дамуы. Туризм индустриясы ұйымдарындағы кірістерді басқарудың Жеке мүмкін тәсілдері. Басқару стильдері. Көшбасшылық стильдер. Авторитарлық стиль. Демократиялық стиль.

5.2.5 Туристік индустриядағы билік, ықпал, көшбасшылық

Туристік индустриядағы билік пен ықпал ету нысандары. Көшбасшылық теориясын қолданудың жалпы мәселелері. Биліктің жеке негізі. Анықтамалық билік. Басшының сараптамалық күші. Заңды билік. Ақпараттың күші. Билікке деген қажеттілік. Биліктің ұйымдастырушылық негізі. Әріптестік ықпал ету нысандары. Серіктестік ықпалдың негізгі тәсілі. Көшбасшы. Көшбасшылық қабілеттері. Көшбасшылықтың тиімділігін анықтайтын белгілер, дағдылар. Көшбасшылық қасиеттер жиынтығы. Мінез-құлық тәсілі. Туризм индустриясындағы көшбасшылық мәселелері.

5.2.6 Туристік индустриядағы менеджмент функциялары

Басқару функцияларының мәні. Туризм саласындағы жоспарлау қызметтері. Туризм саласындағы қызметті ұйымдастыру. Туристік индустрияны ұйымдастыру деңгейі. Болжам. Болжау. И.Г. Мельникова ұсынған Болжам түрлерінің классификациясы. Болжамды әзірлеу кезеңдері. Туристік индустрия ұйымдарының қызметін жоспарлаудың өзіндік ерекшеліктері. Туризм индустриясын ұйымдастыруды жоспарлаудың негізгі міндеттері. Жоспарлау әдістері. Жоспар жүйесінің негізгі мақсаты. Ұйымдастыру. Басқарудың ұйымдық құрылымы. Халықаралық деңгейде туристік индустрияны басқаруды ұйымдастырудың үш моделі.

5.2.7 Туристік кәсіпорын қызметінің ұйымдық-құқықтық негіздері

Туристік кәсіпорын шаруашылық жүргізуші субъект ретінде. Туристік кәсіпорынның микро және макроортасының сипаттамасы. Туристік кәсіпорынның миссиясы мен мақсаттарын анықтау. Туристік кәсіпорынның ұйымдық-құқықтық нысанын таңдауды анықтайтын факторлар

Құрылтай құжаттарын әзірлеу, кәсіпорынды мемлекеттік тіркеу және ұйымдастырушылық рәсімдеу. Туристік кәсіпорынның кеңсесіне және қызметкерлеріне қойылатын талаптар. Туристік кәсіпорынның қызметін тоқтату.

5.2.8 Турды қалыптастыру, жылжыту және іске асыру

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 13-сі

Турды жобалау және оның мәні, маңыздылығы. Турды қалыптастыру процесі. Жылжыту іс-шараларын жоспарлау ерекшеліктері. Турды жүзеге асыруды ұйымдастыру. Туроперейтингті бақылау және бағалау.

5.2.9 Туризмдегі келісім-шарттық қатынастар

Туристік ұйым мен тасымалдаушы арасындағы қатынастар. Әр түрлі туристік ұйымдар арасындағы қатынастар Туроператор мен қонақ үйлер арасындағы қатынастар (басқа орналастыру құралдары). Туроператорлар мен сақтандыру компаниялары арасындағы қатынастар. Туроператор мен оның серіктестері - қызметтердің жекелеген түрлерінің тікелей орындаушылары арасындағы өзге де қатынастар. Туристік ұйым мен турист арасындағы қарым-қатынас. Құқықтық актілер. Туризм саласындағы шарттар жүйесі. Туристік қызмет субъектілерінің қауіпсіздігін қамтамасыз етуге бағытталған шарттар (сақтандыру шарты, ақылы күзет қызметтерін көрсету шарты).

5.2.10 Туристік индустрия кәсіпорындарының стратегиясы және тактикасы, өндірістік бағдарлама

Туристік индустрия кәсіпорындарындағы стратегиялық басқарудың мәні мен жалпы схемасы. Туристік индустриядағы қызметті стратегиялық талдау. Туристік индустрия кәсіпорындары пайдаланатын стратегиялар. Ұйымның өндірістік бағдарламасы. Өндірістік бағдарламаны жоспарлау. Туристік индустрия ұйымдарындағы стратегиялық талдаудың анықтамасы, объектісі, субъектісі, нысанасы, мақсаттары мен міндеттері. Франчайзинг стратегиялары.

5.2.11 Туристік индустрия ұйымдарында персоналды басқару

Туристік индустрия ұйымдарының менеджмент жүйесіндегі персоналды басқарудың ішкі жүйесінің рөлі. Туристік индустрия кәсіпорындарының персоналды басқарудың негізгі функциялары. Персоналды басқарудың ішкі жүйесінің терминологиясы мен құрамы. Кадр саясаты және персоналды басқару стратегиясы. Кадрлық әлеует. Еңбек нарығын талдау.

5.2.12 Туристік қызметтер нарығы және туристік қызметтерді тұтынушының мінез-құлық ерекшеліктері

Туристік қызметтер нарығында тұтынушылық мотивацияны басқару. Туристік қызметтер нарығында тұтынушылық мотивацияны қалыптастыру факторлары. Туризм түрлерінің жіктелуі. Туристік және рекреациялық ресурстар. Туристік-экскурсиялық ресурстар. Туристік қызметтер ерекшеліктері. Туристік қызмет көрсетудің мәні мен мазмұны.

5.2.13 Туризм менеджментінің шетелдік тәжірибесі

Сервистік экономика жағдайындағы басқару. Турфирмаларда басқаруды ұйымдастыру.

Қонақ үйлердегі менеджментті ұйымдастыру. Туризм индустриясындағы желілік бизнестің ерекшеліктері. Туризм индустриясындағы басқарушы компаниялар.

5.2.14 Қонақ үй персоналды басқару

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 14-сі

Қызмет көрсету саласын ұйымдастырудағы адамның рөлі. Қонақ үй персоналын басқару.

Қонақжайлылық саласындағы кәсіби басқарушы-менеджерлерге қойылатын заманауи талаптар.

Қонақ үй персоналын басқарудағы және ынталандырудағы коммуникациялар. Жанжалдарды басқару.

5.2.15 Қонақ үй қауіпсіздігін басқару

Туризмдегі "қауіпсіздік" түсінігі. Қонақ үй қауіпсіздігі жүйесін құрудың негізгі принциптері. Қонақ үй бөлмелеріндегі ұрлық пен вандализмнің алдын-алу әдістері. Туроператорлар мен турагенттердің қызметінде қауіпсіздік техникасы жөніндегі нормалар, ережелер. Манилдық декларация. Инженерлік қызметтің техникалық бөлімшелері.

5.3 Туризм маркетингі

Пәннің мақсаты - студенттерге туризм индустриясына тән маркетинг білімі мен дағдыларын қамтамасыз ету, маркетингтік стратегияларды сәтті әзірлеу, жүзеге асыра алу, клиенттерді тарту және туристік кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін жақсарту жолдарын үйрету.

«Туризм маркетингі» пәнін оқыту нәтижелері:

- студенттерді маркетинг негіздерімен, соның ішінде туризм индустриясында қолданылатын принциптермен, тұжырымдамалармен және құралдармен таныстыру.

- студенттердің туризм саласының ерекшелігін, мақсатты аудиторияны және бәсекеге қабілетті ортаны ескере отырып, маркетингтік стратегияларды әзірлеу қабілетін дамыту.

- туризм саласындағы бизнес мақсаттарына жету үшін жарнама, жылжыту, баға белгілеу және тарату сияқты маркетингтік құралдарды пайдалану дағдыларын қалыптастыру.

- студенттердің туризм индустриясындағы нарық пен тұтынушылық сұранысты талдау білімдері мен дағдыларын қалыптастыру.

- студенттердің туристік және қонақ үй салаларында брендті басқару дағдыларын игеруін қамтамасыз ету және компания брендин құруға және нығайтуға үйрету.

5.3.1. Туризмдегі маркетингтің мәні, мазмұны және негізгі түсініктері.

Маркетингтің әлеуметтік-экономикалық мәні. Маркетинг экономикалық процесс, экономикалық функция және тұжырымдама ретінде. Қызмет маркетингінің ерекшелігі. Туризмдегі маркетингтің мәні мен мазмұны. Туризмдегі маркетингтің функциялары.

5.3.2. Туризмдегі маркетинг тұжырымдамасы.

Маркетинг теориясы мен практикасын дамыту. Туризмдегі маркетингтік қызмет тұжырымдамалары. Туризмдегі маркетинг деңгейлері және үйлестіру. Ұлттық деңгейдегі туризм маркетингі. Мемлекеттің туристік саясаты. Туристік кәсіпорын-маркетинг тұжырымдамасын жүзеге асырудың негізгі буыны. Туристік кәсіпорындардың маркетингін дамытудың заманауи тенденциялары. Маркетингтік қатынастар тұжырымдамасы. Туризмде маркетингті қолданудың негізгі шарттары және оның негізгі

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 15-сі

принциптері. Туристік кәсіпорында маркетинг тұжырымдамасын жүзеге асыру технологиясы.

5.3.3. Туристік кәсіпорынның маркетингтік ортасы.

Маркетинг ортасы туралы түсінік. Маркетингтің ішкі ортасын талдау. Маркетингтің ішкі ортасын талдау бағыттары. Маркетингтің ішкі ортасының ережелері, нормалары мен құндылықтары жүйесі. Маркетингтің сыртқы ортасын зерттеу. Макроорта (микроорта) және тікелей орта. Сыртқы ортаның динамизм жүйесі. Туристік нарықтың құрылымын, оның сыйымдылығын талдау және конъюнктураны бағалау.

5.3.4. Туризм және қонақжайлылық кәсіпорындарының маркетингтік ақпарат жүйесі.

Маркетингтік ақпараттың жіктелуі. Ішкі маркетингтік ақпарат жүйесі. Сыртқы маркетингтік ақпарат жүйесі. Бастапқы маркетингтік ақпаратты жинау жүйесі. Бастапқы маркетингтік деректерді жинаудың негізгі әдістері. Имитациялық модельдеу. Маркетингтік ақпарат көзі ретінде сараптамалық бағалау. Маркетингтік зерттеулердегі фокус-топ әдісі. Маркетингтік ақпаратты талдау жүйесі. Талдау түрлері. Миға шабуыл әдісі. Болжаудың типтік әдістері.

5.3.5. Маркетингтік зерттеулердің мазмұны мен бағыттары.

Маркетингтік зерттеулердің мәні мен міндеттері. Маркетингтік зерттеулердің әдістемелік негіздері. Маркетингтік зерттеу әдістерінің жүйесі. Маркетингтік зерттеулерге қойылатын талаптар. Маркетингтік зерттеулердің кезендері. Маркетингтік зерттеулердің ережелері мен процедуралары. Мақсаттар мен міндеттерді тұжырымдау. Ақпарат жинау және оны талдау. Зерттеу нәтижелерін ұсыну. Маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыру формалары мен бағыттары. Қысқаша негізгі элементтер. Маркетингтік зерттеулердің бағыттары.

5.3.6. Туристік қызметтерді тұтынушыларды маркетингтік зерттеулер.

Тұтынушыға бағдарлану – маркетингтің негізгі принципі. Туристік қызметтерді тұтынушыларға әсер ететін факторлар. Тұтынушылардың мінез-құлқының мотивтері. Адамның өмірлік циклінің кезендері. Өмір салтын талдаудың компоненттері. Туристік қызметтерді сатып алу туралы шешім қабылдау процесінің сипаттамасы және тұтынушылардың қанағаттану / қанағаттанбау дәрежесін бағалау.

5.3.7. Нарықты сегменттеу, мақсатты сегменттерді таңдау және өнімді орналастыру.

Сегменттеу - ең перспективалы мақсатты нарықты таңдау құралы және сегменттеу белгілері ретінде. Туристік нарықты сегменттеу. Туристік нарықты бірнеше принциптер бойынша сегменттеу. ДСҰ бөлетін 4 сегмент бойынша туристік нарықты сегменттеу. Мақсатты нарықты таңдау. Нарық сегментінің әлеуеті. Нарық сегментінің қолжетімділігін бағалау. Нарықтың маңыздылығын бағалау. Нарық сегментін дамыту мүмкіндіктерін талдау.

5.3.8. Туристік кәсіпорынның өнім стратегиясы.

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 16-сі

Туристік өнімнің құрылымы. Туристік өнімді орналастыру. Туристік өнімді орналастыру стратегиясын таңдау. Туристік өнімнің өмірлік циклі. Өнім стратегиясын қалыптастыру және ұсынылатын өнімдердің құрылымын оңтайландыру. Өнім топтарының жіктелуі. Өмірлік цикл кезеңдеріне байланысты нарыққа жаңа өнімдерді енгізу. Маркетингтік қызметтегі жаңа өнімдер. Нарыққа жаңа тауарларды енгізудің сәтсіздігінің ықтимал себептері. "Маркалы каннибализм". Өнімнің дизайнын әзірлеу және оны тексеру. Жаңа туристік өнімді өнімді әзірлеу мен нарыққа енгізудің негізгі кезеңдері.

5.3.9. Туристік кәсіпорынның маркетингтік баға стратегиясы.

Туристік кәсіпорынның маркетингтік кешеніндегі баға. Баға белгілеу процесіне әсер ететін туризм саласына тән ерекшеліктер. Баға стратегиясын әзірлеу кезеңдері. Баға процесінің сыртқы факторлары. Баға стратегиясының маңызды факторлары. Баға мақсаттарын қою. Баға әдістерін таңдау. Шығындар негізінде баға белгілеу. Бәсекелестік деңгейіне бағытталған баға белгілеу. Сұранысқа бағытталған баға. Баға стратегиясын анықтау және іске асыру. Қолданылатын баға стратегияларының жіктемесі.

5.3.10. Туристік кәсіпорынның сату саясаты.

Сату стратегиясын қалыптастыру. Сату стратегиясын әзірлеу процесінің кезеңдері. Сату стратегиясының мақсаттарын қою. Тарату арналарын және оларды басқару әдістерін таңдау. Сату желісінің жұмысын талдау және бақылау. Туристік өнімді өткізу арналары. Тарату арналарының деңгейлері. Тік маркетингтік жүйелер. Агенттік келісім. Лицензиялық келісім. Франчайзинг. Делдалдарды таңдау және олармен жұмыс істеудің қолайлы түрін анықтау. Тарату арнасы үшін делдалдарды таңдау критерийлері.

5.3.11. Туристік кәсіпорынның маркетингтік коммуникациялық стратегиясы.

Маркетингтік коммуникациялардың мәні және байланыс кешенінің элементтері. Маркетингтік коммуникациялар кешені. Мақсатты байланыс аудиториялары. Байланыс кешенінің элементтері. Байланыс кешенінің негізгі элементтері. Коммуникациялық стратегияны әзірлеу. Коммуникациялық стратегияны әзірлеу кезеңдері. Адресаттың анықтамасы және байланыс мақсаттары. Маркетингтік коммуникацияның типтік мақсаттары. Компанияның оң имиджін қалыптастыру ережелері. Байланыс кешенінің құрылымын таңдау. Жарнаманың артықшылықтары мен кемшіліктері. Бюджетті әзірлеу және коммуникациялық стратегияның нәтижелерін талдау. Туристік кәсіпорынның маркетингінде жеке сату. Жеке сатудың коммуникациялық ерекшеліктері. Нарыққа әсер ету құралы ретінде сатуды ынталандыру. Сатушыларды ынталандыру әдістері.

5.3.12. Маркетингтік коммуникациялар кешеніндегі жарнама.

Туризм саласындағы туристік жарнаманың ерекшеліктері. Туристік жарнама түрлері. Туристік жарнаманы тарату құралдары. Қазіргі жарнама процесі мен жарнамалық компаниялардың сипаттамасы. Жарнамалық қызметті және жарнамалық зерттеулерді жүзеге асырудың негізгі кезеңдері. Жарнаманың мақсаттарын анықтау және жарнама туралы шешім қабылдау. Жарнаманы тарату құралдарын таңдау. Жарнамалық бюджетті әзірлеу. Жарнамаға арналған қаражаттың жалпы көлемін анықтау. Жарнамалық қызметтің тиімділігін бағалау.

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 17-сі

5.3.13. Көрмелер мен жәрменкелер.

Көрме іс-шараларының сипаттамасы. Туризм саласындағы негізгі көрме-жәрмеңке іс-шараларының түрлері, ерекшелігі және сипаттамасы. Көрме іс-шараларының жіктелуі. Туристік фирманың көрме жұмысына қатысу процесі. Көрме іс-шараларының кезеңдері мен мақсаттары. Көрме іс-шараларының дайындық-ұйымдастыру кезеңі. Компанияның көрмеге қатысу нәтижелерін талдау. Туристік кәсіпорынның көрме - жәрмеңке іс-шараларына қатысу тиімділігін бақылау мен бағалаудың негізгі элементтері. Көрме қорын безендіру. Көрме кезінде турфирма қызметкерлерінің жұмысы.

5.3.14. Туристік кәсіпорынның фирмалық стилі және ондағы маркетингтік бақылауды ұйымдастыру.

Фирмалық стильді қалыптастырудың негізгі ұғымдары, мақсаттары. Фирмалық стил элементтері. Брендті тасымалдаушылар және сауда белгісі. Тауар таңбасын қолдануға заңнамалық құқықтар. Тауар белгісінің функциялары. Туристік кәсіпорында маркетингті ұйымдастыру. Туристік кәсіпорындағы маркетинг бөлімінің ұйымдастырушылық құрылымдарының негізгі нұсқалары. Маркетингтік бақылау жүйелері.

5.3.15. Маркетингтік стратегияны қалыптастыру.

Маркетингті стратегиялық жоспарлаудың мәні. Ситуациялық талдау. Туризм саласындағы бәсекелестік артықшылықтар. Кәсіпорынның мақсаттарын жоспарлау. Туристік кәсіпорындардың типтік мақсаттары. Балама стратегияларды әзірлеу. "Өнім-нарық" матрицасына негізделген балама стратегияларды бағалау. Нарық үлесіне байланысты стратегияны таңдау. Стратегия шабуыл, қорғаныс немесе ұстау, шегіну стратегиясы, жаппай және шоғырланған маркетинг стратегиясы. Стратегияны бағалау. Компанияның бәсекелестік артықшылықтары, оның күшті жақтары. Маркетинг бағдарламасын әзірлеу. Маркетинг кешенінің жеке нақты стратегияларын іске асыру бойынша нақты маркетингтік іс-шаралар жиынтығы. Маркетингтік бюджетті құру. Бюджетті қалыптастыру әдістері.

6. КЕШЕНДІ ЕМТИХАН СҰРАҚТАРЫ

6.1. «Туризмология негіздері» пәні бойынша кешенді емтихан сұрақтары:

1. Бос уақыт, оның функциясымен адам өміріндегі орны;
2. Рекреациялық іс-әрекет туралы түсінік, оның территориялық бөлінуі – күнделікті, апталық, жылдық рекреация;
3. Рекреация анықтамасы адамның тұрақты жерінен тыс жердегі қызметі ретінде;
4. Демалыс – рекреация – туризм – экскурсия ұғымдарының ара қатынасы;
5. Рекреациялық қажеттіліктер түсінігі. Рекреациялық қажеттіліктер рекреациялық іс-әрекетінің ұйымдастырылуының негізі;
6. Қоғамдық, топтық және жеке рекреациялық қажеттіліктердің өзара әрекеті. Рекреациялық қажеттіліктерді зерттеудің бағыттары мен әдістері;
7. Рекреациялық іс-әрекет психоэмоциялық құбылыс ретінде;
8. Рекреациялық іс-әрекет – территориялық рекреациялық жүйелердегі (ТРЖ) жүйе құрушы фактор негізі ретінде;

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 18-сі

9. Еңбек тәртібі мен демалыс тәртібінің арақатынасы;
10. Рекреациялық іс-әрекеттегі қоғамдық функциялардың негізгі топтарының сипаттамасы;
11. Рекреациялық қызмет көрсету материалды емес өндіріс сферасының саласы ретінде;
12. Рекреациялық жүйе және территориялық рекреациялық жүйелер түсініктерінің арақатынасы: сала және мекеме;
13. Рекреациялық сала мен туризм индустриясы. Рекреациялық саланың арнайы ерекшеліктері;
14. Рекреациялық зерттеудің пәнаралық сипаты. Рекреациялық география - қоғамдық-географиялық ғылым ретінде;
15. Рекреациялық географияда қолданылатын негізгі түсініктер;
16. Рекреациялық іс-әрекеттердегі статистикалық есеп беру тәсілдері;
17. ТРЖ, оны құрайтын жүйелер байланысы рекреациялық іс-әрекетердің жүйелік талдауы және оған қызмет көрсету пәні ретінде;
18. Демалыс географиясы туралы түсінік. Рекреациялық және туризм географиясын зерттеудегі объекті мен пәндегі айырмашылықтар мен ұқсастықтар;
19. «Туризм» және «турист» атау сөздерінің шығу тегі;
20. Туризм және туристер туралы қазіргі көзқарастар;
21. Саяхаттаушы тұлғалар және уақытша келушілер;
22. Демалыс және туризм дамуының алғышарттары мен ресурстары және рекреациялық потенциалы туралы түсінігі;
23. Туристік-рекреациялық ресурстардың «аттрактивтілігі»;
24. Қазіргі туризмнің жіктелуі, оның күрделілігі жалпыға бірдей көзқарастардың жоқтығы;
25. Рекреациялық, іскерлік, діни, этикалық туризм;
26. Демалыс пен туризм дамуының табиғи және әлеуметтік-экономикалық алғышарттары, туристік-рекреациялық ресурстарға көшу;
27. Табиғи, әлеуметтік-экономикалық, туристік-рекреациялық ресурстар, олардың туризм дамуындағы ролі мен маңызы;
28. Демалыс және туризм мақсаттары үшін туристік-рекреациялық ресурстарды бағалау және жарамдылығын анықтау – туризм географиясының басты міндеттерінің бірі. Бағалау шкалалары;
29. Табиғи рекреациялық ресурстарды бағалаудың үш негізгі түрлері: медико-биологиялық, психологиялық-эстетикалық, технологиялық;
30. Тиімді ғылыми-нақтыланған туристік территорияларды аудандастырудан халық шаруашылығының саласы ретінде туризмнің территориялық ұйымдастырылуы мен әсерлі дамуының тәуелділігі;
31. Түсініктер ара қатынасы: «рекреациялық аудан», «туристік аудан», осы түсініктердің қысқаша эволюция тарихы;
32. Туризм индустриясы туралы түсінік. Туристік кәсіпорындар туристік қызметтерді өндіретін туризм индустрия құрамының бір бөлігі ретінде;
33. Туроператорлар мен турагенттер, туристік кәсіпорындар мен олардың қызметінің сипаттамасы;
34. Туристік сұраныс, материалды-тұрмыстық және мәдени-танымдық

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 19-сі

қызығушылықтарды қанағаттандыра алатын, әр-түрлі қызметтер және тұтыну заттары кешеніне тұтынушы сұранысының жаңа формасы ретінде;

35. Туристік сұраныс әсерінен қалыптасатын факторлар;

36. Туристік ұсыныс туристік құндылықтардың және көрсетілетін туристік қызметтердің жиынтығы ретінде;

37. Туристік шаруашылық туристік ұсыныстың негізгі элементінің бірі ретінде және туристердің келуі мен кетуінде ынталандыруынан құралатын және дамитын әр түрлі секторлардың кешені ретінде;

38. Экономиканың саласы ретіндегі туризмнің ерекшеліктері: бір уақытта өнімнің өндірілуі мен сатылуы, туристік өнімнің бір жерде өндіріліп, пайдалануы;

39. Туризмдегі менеджмент міндеттері;

40. Кез келген туристік мекемені басқарудағы төрт осыған негізделген ерекшеліктер. Туристік фирмалардың мақсаты мен стратегиясы;

41. Құрылым туристік ұйымның маңызды элементі ретінде, ұйымдастыру құрылымдарының түрі. Инновациялық құрылым туралы түсінік;

42. Туризм маркетингі бұл туристік мекеменің іс-әрекетінің жүйелі түрде өзгеруі және координациясы, сонымен қатар туризм облысындағы жеке және мемлекеттік саясат;

43. Туристік өнімнің ерекшеліктері мен анықталатын туристік маркетингтің ерекшелігі, туристік қызметті тұтынушы және оны өндірушінің арнайы ерекшеліктері;

44. Туристік маркетингтің стратегиялық мәні;

45. Халықаралық туризмнің арнайы ерекшеліктері, ішкі туризмнен айырмашылығы;

46. Шетелдік туризмнің елдердің экономикалық дамуына әсері;

47. Халықаралық туризмнің негізгі факторлары мен шарттары;

48. Халықаралық туризмнің статистикасы;

49. Халықаралық туризм дамуының қазіргі тенденциялары және әлемдік туристік ағымдардың географиясы;

50. Халықаралық туристік ұйымдар және туризм дамуындағы олардың ролі.

6.2. «Туризмдегі стратегиялық менеджмент» пәні бойынша кешенді емтихан сұрақтары:

1. Туризм басқару объектісі ретінде: туризмнің негізгі түсініктері мен басқару категориялары.

2. Туризм менеджментін дамытудың негізгі кезеңдері.

3. Ғылыми басқару мектептері.

4. Туризмді басқару жүйесі.

5. Экономика мен туризмнің өзара әрекеті.

6. Туризмнің басқару объектісі ретіндегі ерекшеліктері.

7. Туристік сұраныстың ерекшелігі.

8. Туристік аймақ.

9. Туристік ұйымдар: құрылымы.

10. Туристік кәсіпорындар: бастапқы және қайталама қызметтер.

11. Туристік делдалдар.

12. Туристік ұйымдардың функциялары.

13. Менеджмент принциптері: басқарудың жалпы және жеке принциптері.

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 20-сі

14. Туризмді басқару құрылымы: түсінігі, элементтері, деңгейлері.
15. Туристік ұйымдағы көлденең және тік еңбек бөлінісі.
16. Ресми және бейресми ұйымдар.
17. Менеджмент функцияларының мәні мен байланысы.
18. Жоспарлау функциясының мәні.
19. Жоспарлау принциптері. Жоспарлау процесі. Жоспарлардың формалары мен түрлері.
20. Ұйымдастырушылық функция.
21. Мотивация басқару функциясы ретінде: түрлері мен теориялары.
22. Бақылау функциясы: кезеңдері мен түрлері.
23. Менеджерге қойылатын талаптар: билік, ықпал, менеджердің беделі.
24. Басқару стилі. Демократиялық басқару стилі.
25. Авторитарлық басқару стилі.
26. Либералды басқару стилі.
27. Басқару шешімдерінің мазмұны мен түрлері.
28. Басқару шешімдерін қабылдау процесі.
29. Шешім қабылдау әдістері.
30. Басқару әдістерінің түсінігі және оларды жіктеу.
31. Басқарудың ұйымдастырушылық және әкімшілік әдістері.
32. Басқарудың экономикалық әдістері.
33. Басқарудың әлеуметтік-психологиялық әдістері.
34. Өзін-өзі басқару.
35. Іскерлік кездесулер: міндеттері, жіктелуі.
36. Іскерлік кеңестерді ұйымдастыру және өткізу технологиясы.
37. Іскерлік келіссөздер: дайындық, мінез-құлық ережелері.
38. Келіссөздер кезінде жиі кездесетін қателіктер.
39. Жанжалдың табиғаты, моделі және себептері.
40. Қақтығыстардың түрлері.
41. Қақтығыстарды шешудің әдістері мен стратегиялары.
42. Қақтығыстарды басқарудағы әдеттегі қателіктер.
43. Стресстің мәні: түрлері, себептері.
44. Стресстің даму кезеңдері мен белгілері.
45. Іскерлік қарым-қатынастың мәні, оның формалары.
46. Туристік қызметтегі қарым-қатынас өнері: қарым-қатынасты ұйымдастыру.
47. Персоналды басқару
48. Қызметкерлерді бағалау әдістері.
49. Қызметкерлердің қозғалысы және кәсіби дамуы.
50. Туризм менеджментінің әлеуметтік тиімділігі.

6.3 «Туризм маркетингі» пәні бойынша кешенді емтихан сұрақтары:

1. Туризмдегі маркетингтің анықтамасы мен маңыздылығы.
2. Маркетинг теориясы мен практикасының даму шарттары.
3. Туризм саласындағы маркетингтік зерттеулердің мақсаттары мен түрлері.
4. Бастапқы және екінші ретті маркетингтік ақпаратты жинау жүйесі.
5. Туризмдегі сегменттеу қағидалары мен әдістері.

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 21-сі

6. Туристік нарықтарды сегменттеу кезінде қолданылатын негізгі белгілер.
7. Туристік өнімді жылжытудың негізгі құралдары.
8. Туризмдегі онлайн маркетингтің рөлі мен артықшылықтары.
9. Жарнама түрлері және олардың туристік қызметтер нарығындағы рөлі.
10. Туризм маркетингінің тұжырымдамасы мен мәні.
11. Туризмдегі маркетингтің ерекшеліктері.
12. Туризмдегі әлеуметтік медиа маркетингі маңызы.
13. Туристік қызметтегі ремаркетингтің ерекшеліктері.
14. Туризм саласындағы электрондық коммерцияның маңыздылығы.
15. Туризмдегі реферальды (анықтамалық) маркетингтің ерекшеліктері.
16. Туризм саласындағы халықаралық маркетинг тұжырымдамасы.
17. Туристік бизнестегі желілік маркетинг маңыздылығы.
18. Маркетингтік стратегиялар түрлері мен ерекшеліктері.
19. Туристік қызметтегі SMS маркетингі ролі.
20. Туристік компаниялардың брендін қалыптастыру стратегиясы.
21. Туристік қызметтерді сату тәсілдерін таңдаудағы негізгі факторлар.
22. Туризмде маусымдықды басқару және онда маркетингтің рөлі.
23. Туристік нарықтағы инновацияның рөлі.
24. Туристік компаниялардың маркетингтік стратегияларына әсер ететін ішкі және сыртқы факторлар.
25. Туризмде жылжыту әдістері.
26. Туризмдегі интернет-маркетингтің ерекшеліктері.
27. Туристік бизнестегі мобильді маркетингтің ерекшеліктері.
28. Мейрамханаларда, қонақүйлерде және туристік фирмаларда жарнамалық баннерді пайдалану.
29. Брендинг стратегиясының негізгі функциялары.
30. Туризмдегі қызмет көрсету сапасы және оның тұтынушылардың қанағаттануына әсері.
31. Туризмдегі цифрлық маркетингтің ерекшеліктері.
32. Туристік қызметтегі баға саясатының ерекшеліктері.
33. Туристік компанияларда маркетингтік стратегияны әзірлеу процесі.
34. Туристік қызметтерді жарнамалаудың негізгі құралдары.
35. Туристік бизнесті жүргізудегі әлеуметтік медианың рөлі.
36. Туристік қызметтерді сату кезінде жеке сату техникасы.
37. Туристік қызметтегі PR стратегиясының рөлі.
38. Туристік өнімді әзірлеу кезінде тұтынушылардың мінез-құлқын талдау маңыздылығы.
39. Туристік қызметтердегі маркетингтік коммуникацияның негізгі бағыттары.
40. Туристік агенттіктерде тұтынушылардың адалдығын арттыру стратегиясы.
41. Туристік кәсіпорында маркетингті ұйымдастыру.
42. Маркетингтік бақылау жүйелері.
43. Әлеуметтік - этикалық маркетинг тұжырымдамасын классикалық маркетинг тұжырымдамасымен салыстыру.
44. Туризм нарықтарының әртүрлі критерийлер бойынша жіктемесі.
45. Мақсатты нарықты сегментациялауды және мақсатты сегментті таңдау.

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 22-сі

46. Агенттік келісімнің негізгі шарттары және лицензиялық келісімді (франчайзинг).

47. Сатып алу мінез құлқына әсер ететін әлеуметтік және психологиялық факторлар.

48. Сатуды ынталандыру құралдары (формаларының).

49. Дүниежүзілік туристік ұйым атап өткен туризм маркетингінің үш негізгі функциясы.

50. Брендинг ұғымдары, оның мақсаттары мен қалыптасу элементтері.

7. ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР

Негізгі әдебиеттер:

1. Ешенкулова Г.И. Основы туризмологии: учебник.- Астана: ЕНУ инеми 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.

3. Уч. 2019 - 236 с.(П) / Л.В.Баумгартен - М.:Вуз.уч.,НИЦ ИНФРА-М. Менеджмент в туристских организациях: Уч.пос. 2019.-193 с..-(ВО)(П)/ П.В.Большаник-М.:НИЦ ИНФРА-М,

4. Менеджмент негіздері. Оқулық. Б.Жакенова., Л.Мақсатова. 2018. 248б

5.Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. 2021 - 284 с.(ВО)(П) / В.М.Пищулов - 3 изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М,

6. Менеджмент туризма: Учебник, 2021.- 282с. / - Мотышина М.С., Большаков А.С., Михайлов В.И.: Издательство Юрайт. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. 2021.-366с(О) / Н.А.Зайцева, - 3 изд.-М.:НИЦ ИНФРА-М,

7. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. 2019.- 282с. / - Мотышина М.С. : Издательство Юрайт.

8. Менеджмент гостеприимства: Уч.пос. 2021.-512 с..-(СПО)(П)/ Е.Н.Кнышова-М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М,

9. Менеджмент в социально-культурной сфере. Учебник и практикум. 2021.- 370 с./ С.Г. Коленько.- Москва: Юрайт

10. Практикум по менеджменту туризма. Учебное пособие. 2021.- 168 с. / Зайцева Н.А.- 2-е изд., испр.- Москва: Инфра-М,

11. Менеджмент. Теория и практика Казахстана. Тулембаева А.Н. Учебное пособие. 2015.- 572 с./- Алматы: Алматы Менеджмент Университет,

12. Имангулова Т.В., Жаксыбекова Д.К., Туризмдегі жобаларды басқару: оқу құралы, 2021.

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

Қосымша әдебиеттер:

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

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 28.10.2024 ж.	Басылым № 2	23 беттің 23-сі

2. Доскараев Б.М, Иргебаев М.И, Алтынбек Е.Т. Туризмнің жалпы негіздері: оқу құралы.- Алматы: Лантар Трейд, 2021.- 110 б.
3. Акентьева С.И, Игнатова 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.