

«ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМ ЖӘНЕ МЕЙМАНДОСТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ /
НАО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТИПРИИМСТВА» /
Non-Profit JSC «INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY»

«БЕКІТЕМІН» / «УТВЕРЖДАЮ» / «APPROVED»
Академиялық және ғылыми істер жөніндегі вице-ректор/
Вице-ректор по академической и научной деятельности/
Vice Rector on Academic and Scientific Affairs
Д. Шалабаева / L. Shalabayeva
«18.03» 2025 ж/г/у

ЭЛЕКТИВТІ ПӘНДЕР КАТАЛОҒЫ
КАТАЛОГ ЭЛЕКТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН
CATALOG OF ELECTIVE DISCIPLINES

2025-2028 оқу жылына / на 2025-2028 учебный год / for the 2025-2028 academic years

Білім беру бағдарламасы / Образовательная программа / Educational Program
«БВ11105 – Туристік дестинациялар менеджменті» / «БВ11105 – Менеджмент туристских дестинаций» /
«БВ11105 – Management of Tourism Destinations»

Қабылдану жылы / год приема / admission year: 2025

Әзірлеген / Разработана / Developed

Туризм мектебінің директоры /
Директор школы Туризма /
Director of the Tourism

Туризм мектебінің магистр оқытушысы /
Магистр преподаватель школы Туризма /
Master's degree teacher of the School of Tourism

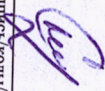
Келісілді / Согласовано / Agreed upon
Академиялық даму бөлімінің басшысы /
Руководитель отдела академического развития /
Head of Academic Development Department

ҚАРАСТЫРЫЛДЫ / РАССМОТРЕНА / CONSIDERED

Оқу-әдістемелік кеңес мәжілісінде қаралды және бекітілді / Рассмотрено и утверждено на заседании Учебно-методического совета /
Reviewed and approved at the meeting of the Educational and Methodological Council /
Хаттама / Протокол / Protocol № 8 от / from «17» 03 2025

Нахипбекова С.А.
(аты-жөні/ФИО/Name)

Аманғазыева А.А.
(аты-жөні/ФИО/Name)


(подпись/копы/signature)

Сыздықова Г.Ж.
(аты-жөні/ФИО/Name)


(подпись/копы/signature)

Ф-02-01/14

Жалпы білім беретін пәндер (ЖБП) циклі / Цикл общеобразовательных дисциплин (ООД) / Cycle of general education disciplines (GED)

Тандау компоненті (ТК) / Компонент по выбору (КВ) / Elective Courses (ЕС)

Модуль коды: MOD 4
Модуль атауы: Жалпы білім беру
Пәннің коды: KSZhKMN 1138
Пән атауы: Құқық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет негіздері
Ақ.кредиттер саны: 5
Триместр: 3

Код модуль: MOD 4
Название модуля: Общее образование
Код дисциплины: ОРАК 1138
Название дисциплины: Основы права и антикоррупционной культуры
Количество ақ.кредитов: 5
Триместр: 3

Module code: MOD 4
Module Name: General education
Code of Discipline: FOLAAC 1138
The name of the discipline: Fundamentals of Law and Anti-Corruption Culture
Ac. credits: 5
Trimestr: 3

Пәннің қысқаша мазмұны:

Пән Қазақстан Республикасының құқығы мен саяси-құқықтық жүйесі, адам және азаматтың құқықтары мен бостандықтары, сыбайлас жемқорлықтың туындау себептері мен мазмұны, оның көріну нысандары мен отан қарсы іс-қимыл туралы базалық білім беруге бағытталған. Оқыту нәтижесінде студент құқық салаларының негізгі ережелері мен қатидаларын қолдануды, сыбайлас жемқорлыққа саналы түрде қарсы тұру қабілеттерін меңгереді.

Оқу нәтижесі:

ОН₁ – Қазақстандық қоғамның даму тарихы заңдылықтарын, философиялық, этикалық, экологиялық және құқықтық нормаларды, экономика және қаржылық сауаттылық негіздерін, әлеуметтік-мәдени, саяси және психологиялық құндылықтарды, инклюзивті білім беру негіздерін меңгереді, кәсіби қызметте цифрлық

Қысқаша мазмұны:

Дисциплина направлена на предоставление базовых знаний о праве и политико-правовой системе Республики Казахстан, правах и свободах человека и гражданина, причинах и содержании возникновения коррупции, формах ее проявления и противодействия. В результате обучения студент овладевает применением основных принципов и положений отраслей права, умением сознательно противостоять коррупции.

Результаты обучения:

РО₁ – Владеет знаниями закономерностей исторического развития казахстанского общества, философскими, этическими, экологическими и правовыми нормами, основой экономики и финансовой грамотностью, социально-культурными, политическими и психологическими ценностями, основами инклюзивного образования, рационально использует цифровые

Summary of the discipline:

The discipline is aimed at providing basic knowledge about the law and the political and legal system of the Republic of Kazakhstan, human and civil rights and freedoms, causes and content of corruption, forms of its manifestation and counteraction. As a result of mastering the discipline, the student masters the application of the basic principles and provisions of the branches of law, the ability to consciously resist corruption.

Learning outcome:

LO₁ – Possesses knowledge of the patterns of historical development of Kazakhstani society, philosophical, ethical, environmental and legal norms, fundamentals of economics and financial literacy, socio-cultural, political and psychological values, fundamentals of inclusive education and effectively utilizes digital technologies in professional activities.

технологияларды ұтымды пайдаланады.		технология в профессиональной деятельности.
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature		
1. Баянов Е. Қазақстан Республикасының мемлекеті мен құқығының негіздері. 1-ші кітап: оқулық - Алматы: Эверо, 2022. -384 б. 2. Баянов Е. Қазақстан Республикасының мемлекеті мен құқығының негіздері. 2-ші кітап: оқулық - Алматы: Эверо, 2022. -368 б. 3. Өміржанов Е. Мемлекет және құқық теориясы: оқулық. -Алматы: Жеті жарғы, 2015. -176 б. 4. Идирисов К.З. Мемлекет пен құқықтың жалпы тарихы жана заман: оқу құралы. -Алматы: ЖК «LР-Zhasulan», 2019. -150 б. 5. Кемали, Е.С. Қазақстан Республикасының Сот және құқық қорғау органдары: оқулық. -Алматы: «Nurpress», 2018. -257 б. 6. Панияз Т.П. Құқық негіздері: оқу әдістемелік құралы. -Алматы: Эверо, 2022. -84 б. 7. Пирназарова К.С. Құқық негіздері пәнінен лекция және тапсырмалар жинағы: лекциялық жинақ. -Алматы: Пантар Трейд, 2021. -211 б. 8. Каулырова Т.Е. Гражданское право Республики Казахстан. раздел 6: Наследственное право, казузная технология: учебное пособие. - Астана. Фолиант, 2016. - 408 с. 9. Золотовский В.А. Правовое регулирование в сфере туризма: учебное пособие. -Москва: Юрайт, 2019. -247 с. 10. Буянова М.О., Казаков С.О., Панарина М.М. Трудовое право: учебник. - Москва: Юрайт, 2021. - 185 с. 11. Байтасова М.Ж. Құқық негіздері пәнінен кестелер жыйынтығы: Оқу-әдістемелік құрал. -Қостанай: А.Байтұрсынов атындағы КМУ, 2019. -126 б. http://tmebyk.kz		
Модуль коды: MOD 4 Модуль атауы: Жалпы білім беру Пәннің коды: ЕКВН 1141 Пән атауы: Экономика, кәсіпкерлік және қаржылық сауаттылық негіздері Ак.кредиттер саны: 5 Трimestр: 3		
Код модуль: MOD 4 Название модуля: Общее образование Код дисциплины: ОЕРВ 1141 Название дисциплины: Основы экономики, предпринимательства и финансовой грамотности Количество ак.кредитов: 5 Трimestр: 3		
Module code: MOD 4 Module Name: General education Code of Discipline: OEFEB 1141 The name of the discipline: Fundamentals of Economics, Entrepreneurship, and Financial Literacy Ac.credits: 5 Trimestr: 3		
Пәннің қысқаша мазмұны: Пән экономикалық процестер, кәсіпкерлік негіздері және қаржыны тиімді басқару туралы базалық білім беруге бағытталған. Бизнесі құру, тәуекелдерді басқару, кәсіпкерліктің құқықтық аспектілері, қаржылық жоспарлау, бюджеттеу және инвестициялау негіздері		
Краткое содержание дисциплины: Дисциплина направлена на формирование базовых знаний об экономических процессах, основах предпринимательской деятельности и принципах эффективного управления финансами. В рамках курса рассматриваются такие темы, как создание и развитие		Summary of the discipline: The discipline is aimed at developing basic knowledge about economic processes, the basics of entrepreneurial activity and the principles of effective financial management. The course covers topics such as business creation and development, risk management, legal

карастырылады. Білім алушылар жеке қаржыны басқару, экономикалық шешімдер қабылдау, кәсіпкерлік дағдыларды меңгеру және бизнес-идеяларды жүзеге асыру тәсілдерін меңгереді. Оқу нәтижесі: ОН – Қазақстандық қоғамның даму тарихы заңдылықтарын, философиялық, этикалық, экологиялық және құқықтық нормаларды, экономика және қаржылық сауаттылық негіздерін, әлеуметтік-мәдени, саяси және психологиялық құндылықтарды, инклюзивті білім беру негіздерін меңгереді, кәсіби қызметте цифрлық технологияларды ұтымды пайдаланады.	бизнес, управление рисками, правовые аспекты предпринимательства, основы финансового планирования, бюджетирования и инвестирования. Обучающиеся осваивают навыки управления личными финансами, принятия экономически обоснованных решений, развивают предпринимательское мышление и участв реализовывать бизнес-идеи. Результаты обучения: РО – Владеет знаниями закономерностей исторического развития казахстанского общества, философскими, этическими, экологическими и правовыми нормами, основой экономики и финансовой грамотностью, социально-культурными, политическими и психологическими ценностями, основами инклюзивного образования, рационально использует цифровые технологии в профессиональной деятельности.	aspects of entrepreneurship, fundamentals of financial planning, budgeting and investing. Students master the skills of personal finance management, making economically sound decisions, develop entrepreneurial thinking and learn how to implement business ideas. Learning outcome: LO – Possesses knowledge of the patterns of historical development of Kazakhstani society, philosophical, ethical, environmental and legal norms, fundamentals of economics and financial literacy, socio-cultural, political and psychological values, fundamentals of inclusive education and effectively utilizes digital technologies in professional activities.
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature		
1. Туризм және қонақжайлық индустриясындағы кәсіпкерлік [Метін]: оқу құралы / Н.Т. Батырова. - Алматы: Лантар Трейд, 2023. - 168 б. 1 2. Мейрамхана және мейманхана бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері: оқулық құрал / Ж.К. Мирзамбекова, Е.А. Шахметова, Д. Шарпанкулова. - Алматы: ТОО «Лантар Трейд», 2018. - 203 б. 2 3. Мейрамхана және мейманхана бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері: оқу құралы / Т.В. Имангулова, Г.М. Ушқулакова. - Алматы: КазСТА, 2021. - 72 б. 2 4. Туристік бизнесі жоспарлау және ұйымдастыру [Метін]: оқу құралы / Тулыбаева А.Т, Ушқулакова Г.М. Имангулова Т.В. - Алматы: КазСТА, 2021. - 176 б. 5 5. Кәсіпкерлікті ұйымдастыру [Метін]: оқу құралы / Жетпісова Ә.Б, Серикова Г.Т, Сақауова Г.А. Оразбаева К.Н. - Алматы: Эверо, 2022. - 248 б. 30 6. Мейрамхана ісі және мейманхана бизнесі мәдениеті [Метін]: оқу құралы / Еспенбетов Н.С, Елгенова А.С. Омарова Н.А. - Алматы: КазСТА, 2021. - 72 б. 5 7. Основы предпринимательской деятельности в ресторанном и гостиничном бизнесе [Текст]: учебное пособие / Шахметова Е.А, Шарпанкулова Ж. Мизамбекова Ж.К. - Алматы: Лантар Трейд, 2018. - 220 с. 5 8. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме [Текст]: учебник / Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов - Москва: Инфра-М, 2019. - 189 с. 2 9. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме [Текст]: учебное пособие / Г.А. Гомилевская, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов - Владивосток: ВГУЭС, 2016. - 144 с. 1 10. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Текст]: учебное пособие / А.Ю. Баранова - Москва: Инфра-М, 2021. - 180 с. 11. Маркетинг В предпринимательской деятельности [Текст]: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев - 6-е изд., стереотип. - Москва: Дашков и «К», 2019. - 266 с. 12. Планирование и организация туристского бизнеса [Текст]: учебно-методическое пособие / Шаймова А.Н. Баяндинова А.М. - Алматы: Эверо, 2022. - 204 с. 1. Мейрамхана және мейманхана бизнесіндегі кәсіпкерлік қызмет негіздері : оқу құралы / Т. В. Имангулова, Г. М. Ушқулакова. — Алматы : Қазақтың спорт және туризм академиясы, 2021. — 71 с. — ISBN 978-601-7964-70-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPK SMART : [сайт]. — URL: https://www.ipkbooks.ru/133707.html 2. Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика. 10-басылым. / Куратко Д.Ф. - Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018 жыл - 480 бет. ISBN 978-601-7943-13-4 https://oreni.kz/kz/books/22 3. Халықаралық бизнес: Жаһандық нарықтағы бәсеке. 12-басылым. / Хилл Чарльз, Халт Томас - Алматы: Ұлттық аударма бюросы. - 2019. - 720 бет. ISBN 978-601-7943-44-8 https://oreni.kz/kz/books/50 4. Организация туристского бизнеса: учебное пособие / Н. Ю. Веселова. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2009. — 267 с. — Текст : электронный //		

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/9588.html>

5. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебное пособие / Корнеев В.С., Семенова Л.В. — Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2008. — 172 с. — ISBN 978-5-88874-904-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

Модуль коды: MOD 4

Модуль атауы: Жалпы білім беру

Пәннің коды: EOTKN 1140

Пән атауы: Экология және өмір тіршілігі қауіпсіздігі негіздері

Ақ.кредиттер саны: 5

Триместр: 3

Код модуля: MOD 4

Название модуля: Общее образование

Код дисциплины: OEBZh 1140

Название дисциплины: Основы экологии и безопасности жизнедеятельности

Количество ақ.кредитов: 5

Триместр: 3

Module code: MOD 4

Module Name: General education

Code of Discipline: FOEALS 1140

The name of the discipline: Fundamentals of Ecology and Life Safety

Ac.credits: 5

Trimestr: 3

Пәннің қысқаша мазмұны:

Пән экологиялық танымды қалыптастырады, қоршаған ортаның жай-күйін және қауіпті факторлардың адамға әсер ету дәрежесін бағалау және табиғатты ұтымды пайдалану аспектілерін қолдануды үйретеді. Курс барысында білімгер экологиялық проблемалар бойынша мәліметтерді цифрлық технологияларды қолдана отырып жинауға, оларды сыни көзқараспен талдауға, өз бетінше шешімдер қабылдауға машықтанып, экологиялық қағидағарды сақтай отырып, командада жұмыс істеу қабілеттілігін қалыптастырады.

Оқу нәтижесі:

ОН₁ – Қазақстандық қоғамның даму тарихы заңдылықтарын, философиялық, этикалық, экологиялық және құқықтық нормаларды, экономика және қаржылық сауаттылық негіздерін, әлеуметтік-мәдени, саяси және

Қысқаша мазмұны:

Дисциплина формирует знание экологических законов, учит оценивать состояние окружающей среды и степень воздействия на человека опасных факторов, применять аспекты рационального природопользования. В ходе освоения курса обучающийся приобретает навыки сбора данных об экологических проблемах с применением цифровых технологий, критического их анализа, самостоятельного принятия решений, формирует способность работать в команде с соблюдением экологических принципов

Результаты обучения:

РО₁ – Владеет знаниями закономерностей исторического развития казахстанского общества, философскими, этическими, экологическими и правовыми нормами, основой экономики и финансовой грамотностью,

Summary of the discipline:

The discipline forms knowledge of environmental laws, teaches to assess the state of the environment and the degree of human exposure to dangerous factors, to apply aspects of environmental management. In the course of mastering the discipline, the student acquires the skills to collect data on environmental problems using digital technologies, critically analyze them, make independent decisions and form the ability to work in a team in compliance with environmental principles.

Learning outcome:

LO₁ – Possesses knowledge of the patterns of historical development of Kazakhstan society, philosophical, ethical, environmental and legal norms, fundamentals of economics and financial literacy, socio-cultural, political and psychological values, fundamentals of inclusive

психологиялық құндылықтарды, инклюзивті білім беру негіздерін меңгереді, кәсіби қызметте цифрлық технологияларды ұтымды пайдаланады.

социально-культурным, психологическими ценностями, основами инклюзивного образования, рационально использует цифровые технологии в профессиональной деятельности.

education and effectively utilizes digital technologies in professional activities.

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Abdullova, A.A. Ecology and sustainable development: Textbook / A.A. Abdullova - Алматы: Эверо, 2022. - 164 с. ISBN 978-601-342-475-0
 2. Environmental Policy in Kazakhstan: Outlines and Prospects: Textbook / Author comp - B.T. Zhymagulov, A.A. Skakova - Nur-Sultan city: ОЮЛ «Ассоциация экологических органи-заций Казахстана», 2021. - 217 с. ISBN 978-601-8084-5
 3. Баубеков С.Ж., Дүйсенбаева С.Т. Табиғатты қорғаудағы экология негіздері: оқулық / Дүйсенбаева С.Т. Баубеков С.Ж. - Алматы: Эверо, 2022. - 308 б. ISBN 978-601-240-990-1
 4. Бейсенова, Р.Р. Экология және тұрақты даму пәнінен лекциялар жинағы: оқу құралы / Р.Р. Бейсенова. - Алматы: Эверо, 2022. - 148 б. ISBN 978-601-240-294-0
 5. Божбанов А.Ж., Джакупова И.Б. Экология және тұрақты даму: оқу құралы / Джакупова И.Б. Божбанов А.Ж. - Алматы: Эверо, 2022. - 288 б. ISBN 978-601-352-254-8
 6. Иштаева, Ф. Экология: оқу құралы / Ф. Иштаева, Ш. Набидоллина, Ж. Молдағалиева. - Астана: Фолиант, 2016. - 160 б. ISBN 978-601-302-436-3
 7. Косолапова Н.В., Прокопенко Н.А., Побежимова Е.Л. Безопасность жизнедеятельности. Практикум: учебное пособие / Прокопенко Н.А., Побежимова Е.Л. Косолапова Н.В. - 4-е изд. - Москва: Академия, 2020. - 144 с. ISBN 978-5-4468-9423-9
 8. Қазақстандағы Экологиялық Саясат: Негіздері мен Перспективалары: оқу құралы / Құрастырған: Б.Т. Жұмагулов, А.А. Скакова. - Нұр-Сұлтан: «Қазақстанның экологиялық ұйымдар қауымдастығы» ЗТБ, 2021. - 243 б. ISBN 978-601-06-80-84
 9. Оразбаева Р.С., Инкарова Ж.И., масалимов Ж.К., Бакешова Ж.У. Экология и устойчивое развитие: учебно-методическое пособие / Инкарова Ж.И., масалимов Ж.К., Бакешова Ж.У. Оразбаева Р.С. - Алматы: Эверо, 2022. - 640 с. ISBN 978-601-06-1265-5
 10. Хван Т.А., Хван П.А. Безопасность жизнедеятельности: учебное пособие / Хван П.А., Хван Т.А. - 9- изд. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. - 443 с. ISBN 978-5-222-18237-6
 11. Экологическая политика в Казахстане: Основы и перспективы: учебное пособие. - Нұр-Сұлтан: ОЮЛ «Ассоциация экологических организаций Казахстана», 2021. - 235 с. ISBN 978-601-8084-5
 12. Каракеев, И.И. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум / И.И. Каракеев. - 3-е издание. - Москва: Юрайт, 2021. - 313 с. ISBN 978-5-534-04629-8
 13. Косолапова Н.В., Прокопенко Н.А., Побежимова Е.Л. Безопасность жизнедеятельности : учебник / Прокопенко Н.А., Побежимова Е.Л. Косолапова Н.В. - 5-е изд. - Москва: Издательский центр «Академия», 2022. - 288 с. ISBN 978-5-0054-0483-1
- Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources
<https://kazout-association.com/>
<https://www.unwto.org/ru/>
<https://www.gov.kz/memeke/>

Бейіндеуші пәндер циклі (БП) / Цикл профилирующих дисциплин (ПД) / Cycle of Profiling disciplines (PD)
Таңдау компоненті (ТК) / Компонент по выбору (КВ) / Component of choice (CC)

Траектория 1 - Инновациялық менеджмент / Инновационный менеджмент/ Innovation Management

Модуль коды: Mod 13
 Модуль атауы: Инновациялық менеджмент модулі
 Пәнінің коды: IMN 2313
 Пән атауы: Инновациялық менеджмент негіздері
 Кредиттер саны: 5
 Триместр: 6

Код модуль: Mod 13
 Название модуля: Модуль инновационного менеджмента
 Код дисциплины: OIM 2313

Название дисциплины: Основы инновационного менеджмента
Количество кредитов: 5
Триместр: 6

Module code: Mod 13
Module Name: Innovation management module
Code of Discipline: FOIM 2313
The name of the discipline: Fundamentals of Innovation Management
Credits: 5
Trimestr: 6

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән ұйымдардағы инновациялық процестерді басқарудың принциптерін, әдістері мен құралдарын, инновация тұжырымдамаларын және олардың бәсекегестік артықшылықтарды құрудағы рөлін, сондай-ақ инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру, ігерілету және коммерциаландыру үшін инновациялық өнімнің өмірлік циклінің негізгі кезеңдерін, технологиялық және маркетингтік құралдарды зерттейді. Игерудің мақсаты мен нәтижесі ұйымда инновацияларды сәтті енгізу үшін қажетті персоналды басқару және басқару дағдыларын дамыту.

Оқу нәтижесі: ОН₁₀ — Жобаны басқарудың креативті әдістерін, қатыстыстарды басқарудың тиімді стратегияларын мен әдістерін пайдалана отырып, инновациялық жобаларды әзірлеу мен іске асыруда білім мен түсінікті қолдану, сондай-ақ нарықта инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру және ігерілету үшін тұтынушылардың маркетингтік талаптары мен қажеттіліктерін талдау.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина изучает принципы, методы и инструменты управления инновационными процессами в организациях, концепции инноваций и их роль в создании конкурентных преимуществ, а также основные этапы жизненного цикла инновационного продукта, технологические и маркетинговые инструменты для создания, продвижения и коммерциализации инновационных продуктов и услуг. Цель и результаты освоения развивать навыки руководства и руководства персоналом, необходимые для успешного внедрения инноваций в организации.

Результаты обучения: РО₁₀ — Применять знания и понимание в разработке и реализации инновационных проектов, используя креативные методы управления проектами, эффективные стратегии и методы управления конфликтами, а также анализировать маркетинговые требования и потребности клиентов, для создания и продвижения инновационных продуктов и услуг на рынке.

Summary of the discipline: The discipline studies the principles, methods and tools for managing innovation processes in organizations, the concepts of innovation and their role in creating competitive advantages, as well as the main stages of the life cycle of an innovative product, technological and marketing tools for the creation, promotion and commercialization of innovative products and services. The goal and learning outcome of the discipline is to develop the leadership and personnel management skills necessary for the successful implementation of innovations in the organization.

Learning outcome: LO₁₀ – Applying knowledge and understanding in the development and implementation of innovative projects, to use creative project management methods, effective conflict management strategies and methods and analyze customer marketing requirements and needs to create and promote innovative products and services in the market.

- Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature**
1. Дементьева А.Г. и др. Инновационное предпринимательство: Уч. / - М.:Магистр, 2019 - 568 с.
 2. Бобович Б.В. Управление отходами: Уч. пос. / - 3 изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2021 - 107 с
 3. Информационные и коммуникационные технологии: учебное пособие – 299 с.
 4. Инновации в туризме и сервисе. - 2-е изд., доп. и перераб. - Ростов-на-Дону: ИКП «МарТ», 2010. - 244 с.
 5. Валеева Е.О. Современные технологии организации туристской деятельности: учебное пособие / Валеева Е.О. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2023. — 196 с.
 6. Инновационный менеджмент: учебное пособие для СПО / М.Ф. Иванов [и др.]. — Саратов : Профобразование, 2022. — 171 с.

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources

<https://kaztour-association.com/>
<https://www.unwto.org/tu>
<https://www.gov.kz/temleket/>

Модуль коды: Mod 13

Модуль атауы: Инновациялық менеджмент модулі

Пәннің коды: TDM 2314

Пән атауы: Туризмдегі Digital маркетинг

Кредиттер саны: 5

Триместр: 6

Код модуль: Mod 13

Название модуля: Модуль инновационного менеджмента

Код дисциплины: DMT 2314

Название дисциплины: Digital маркетинг в туризме

Количество кредитов: 5

Триместр: 6

Module code: Mod 13

Module Name: Innovation management module

Code of Discipline: DMT 2314

The name of the discipline: Digital Marketing in Tourism

Credits: 5

Trimestr: 6

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән туристік салада қолданылатын цифрлық маркетингтің әдістері мен құралдарын зерттеуге бағытталған. Курс аясында студенттер туристік қызметтер мен көрікті жерлерді ілгерілету, туристерді тарту және олар үшін бірегей тәжірибе жасау үшін заманауи технологияларды пайдалануды үйренеді. Зерттеудің нәтижесі студенттердің туристік қызметтерді ілгерілету үшін тәжірибеде қолдануға болатын цифрлық маркетинг саласындағы дағдылар мен білімді игеруі болып табылады.

Оқу нәтижесі: ОН₁₀ —Жобаны басқарудың креативті әдістерін, қалыптастырды басқарудың тиімді стратегиялары мен әдістерін пайдалана отырып, инновациялық жобаларды әзірлеу мен іске асыруда білім мен түсінікті қолдану, сондай-ақ нарықта инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру және ілгерілету үшін тұтынушылардың маркетингтік талаптары мен қажеттіліктерін талдау.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина направлена на изучения методов и инструментов цифрового маркетинга, применяемых в туристской отрасли. В рамках курса студенты узнают исползования современных технологий для продвижения туристских услуг и достопримечательностей, привлечения туристов и создания уникального опыта для них. Результатом изучения является приобретение студентами навыков и знаний в области цифрового маркетинга, которые могут быть применены на практике для продвижения туристских услуг.

Результаты обучения: РО₁₀ – Применять знания и понимание в разработке и реализации инновационных проектов, исползуя креативные методы управления проектами, эффективные стратегии и методы управления конфликтами, а также анализировать маркетинговые

Summary of the discipline: The discipline is aimed at studying the methods and tools of digital marketing used in the tourism industry. During the course, students learn the use of modern technology to promote tourist services and attractions, attract tourists and create a unique experience for them. The learning outcome of the discipline is the acquisition by students of skills and knowledge in the field of digital marketing, which can be applied in practice to promote tourist services.

Learning outcome: LO₁₀ – Applying knowledge and understanding in the development and implementation of innovative projects, to use creative project management methods, effective conflict management strategies and methods and analyze customer marketing requirements and needs to create and promote innovative products and services in the market.

	требования и потребности клиентов, для создания и продвижения инновационных продуктов и услуг на рынке.	
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature 1. Дементьева А.Г. Инновационное предпринимательство: Уч. 2019 2. Мизамбекова Ж.К. Мусаева В.С. Шаршанкулова Д. Основы индустрии гостеприимства. Учебное пособие, Алматы : Лантар Трейд, 2020. – 564 с. 3. Кнышова Е.Н. Менеджмент гостеприимства. Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 304 с-ISBN 978-5-8199-0106 4. Баранова А.Ю. Организация предприним. деят. в сфере туризма: Уч.пос. Москва : ИНФРА-М, 2021 5. Можаяева Н.Г. -М.:форум. Индустрия гостеприимства. Практикум 2020 Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources https://kaztpot-association.com/ https://www.shmwto.org/tu https://www.gov.kz/temlekey/		
Модуль коды: Mod 13 Модуль атауы: Инновациялық менеджмент модулі Пәннің коды: КМ 3315 Пән атауы: Креативті менеджмент Кредиттер саны: 5 Триместр: 7		
Код модуля: Mod 13 Название модуля: Модуль инновационного менеджмента Код дисциплины: КМ 3315 Название дисциплины: Креативный менеджмент Количество кредитов: 5 Триместр: 7		
Module code: Mod 13 Module Name: Innovation management module Code of Discipline: CM 3315 The name of the discipline: Creative management Credits: 5 Trimestr: 7		
Пәннің қысқаша мазмұны: Пән ұйымдардағы шығармашылық процестерді басқарудың принциптерін, әдістері мен құралдарын зерттейді, шығармашылық пен инновацияға байланысты тәуекелдерді басқару әдістерін қарастырады, сападағы тенденцияларды талдайды және шығармашылық идеялар мен жобаларды енгізудің әртүрлі	Краткое содержание дисциплины: Дисциплина изучает принципы, методы и инструменты управления креативными процессами в организациях, рассматривают методы управления рисками, связанными с креативностью и инновациями, анализируют тенденции в индустрии и исследуют	Summary of the discipline: The discipline studies the principles, methods and tools of managing creative processes in organizations, considers methods of managing risks associated with creativity and innovation, analyzes trends in the industry and explores various approaches to the implementation of

тәсілдерін зерттейді. Игерудің мақсаты мен нәтижесі ұйымдарда шығармашылық және инновациялық жобаларды құру және басқару үшін қажетті көшбасшылық, коммуникация және басқару дағдыларын дамыту.

Оқу нәтижесі: ОН₁₀ — Жобаны басқарудың креативті әдістерін, қактығыстарды басқарудың тиімді стратегияларын мен әдістерін пайдалана отырып, инновациялық жобаларды әзірлеу мен іске асыруда білім мен түсінікті қолдану, сондай-ақ нарықта инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру және ігерілету үшін тұтынушылардың маркетингтік талаптары мен қажеттіліктерін талдау.

различные подходы к внедрению креативных идей и проектов. Цель и результат освоения развивать навыки лидерства, коммуникации и управления, необходимые для создания и управления творческими и инновационными проектами в организациях.

Результаты обучения: РО₁₀ – Применять знания и понимание в разработке и реализации инновационных проектов, используя креативные методы управления проектами, эффективные стратегии и методы управления конфликтами, а также анализировать маркетинговые требования и потребности клиентов, для создания и продвижения инновационных продуктов и услуг на рынке.

creative ideas and projects. The goal and learning outcome of the discipline is to develop leadership, communication and management skills necessary for the creation and management of creative and innovative projects in organizations.
Learning outcome: LO₁₀ – Applying knowledge and understanding in the development and implementation of innovative projects, to use creative project management methods, effective conflict management strategies and methods and analyze customer marketing requirements and needs to create and promote innovative products and services in the market.

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Кимяев Д.И. Информационные технологии в туристической индустрии : учебное пособие / Кимяев Д.И., Костин Г.А., Курлов В.В.. — Санкт-Петербург : Троллицкий мост, 2023. — 208 с.
2. Маркетинг: ч. / В.В. Кисилишна - М.: ИД ФОРМ: ИНФРА-М, 2020 - 464 с.
3. Токтарова В.И. Цифровой сторителлинг : учебник / Токтарова В.И., Семенова Д.А.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 317 с.
4. Сяо Н. Алгоритмы ГИС / Сяо Н.. — Москва : ДМК Пресс, 2021. — 328 с.

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources
<https://kaztour-association.com/>
<https://www.shwto.org/cu>
<https://www.gov.kz/temleke/>

Модуль коды: Mod 13

Модуль атауы: Инновациялық менеджмент модулі

Пәннің коды: РМ 3316

Пән атауы: Продакт менеджмент

Кредиттер саны: 5

Семестр: 7

Код модуля: Mod 13

Название модуля: Модуль инновационного менеджмента

Код дисциплины: РМ 3316

Название дисциплины: Продакт менеджмент

Количество кредитов: 5

Триместр: 7

Module code: Mod 13

Module Name: Innovation management module

Code of Discipline: PM 3316

The name of the discipline: Product Management

Credits: 5

Trimester: 7

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән туристік өнімдер мен қызметтерді олардың пайласын арттыру және туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін басқаруды, туристік өнімдер мен қызметтердің өмірлік циклін басқаруды, соның ішінде сатулы бақылау мен талдауды, маркетингтік науқандардың тиімділігін бағалауды және алынған нәтижелер негізінде инновациялық өнімдер мен қызметтерді өзгерту немесе жақсарту туралы шешім қабылдауды зерттейді. Иерудің мақсаты мен нәтижесі - туристердің әртүрлі санаттарының қажеттіліктері мен үміттерін түсіну және тиісті өнімдер мен қызметтерді әзірлеу.

Оқу нәтижесі: ОН₁₀ — Жобаны басқарудың креативті әдістерін, қажытыстарды басқарудың тиімді стратегиялары мен әдістерін пайдалана отырып, инновациялық жобаларды әзірлеу мен іске асыруда білім мен түсінікті қолдану, сондай-ақ нарықта инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру және ілгерілету үшін тұтынушылардың маркетингтік талаптары мен қажеттіліктерін талдау.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина изучает управление туристскими продуктами и услугами для максимизации их прибыли и удовлетворения потребностей туристов, управление жизненным циклом туристских продуктов и услуг, включая мониторинг и анализ продаж, оценку эффективности маркетинговых кампаний и принятие решений об изменении или улучшении инновационных продуктов и услуг на основе полученных результатов. Цель и результат освоения - понимать потребности и ожидания различных категорий туристов и разрабатывать соответствующие продукты и услуги.

Результаты обучения: РО₁₀ – Применять знания и понимание в разработке и реализации инновационных проектов, используя креативные методы управления проектами, эффективные стратегии и методы управления конфликтами, а также анализировать маркетинговые требования и потребности клиентов, для создания и продвижения инновационных продуктов и услуг на рынке.

Summary of the discipline: The discipline studies the management of tourist products and services to maximize their profits and meet the needs of tourists, the management of the life cycle of tourist products and services, including monitoring and analysis of sales, evaluating the effectiveness of marketing campaigns and making decisions about changing or improving innovative products and services based on the results obtained. The goal and learning outcome of the discipline is to understand the needs and expectations of various categories of tourists and develop appropriate products and services.

Learning outcome: LO₁₀ – Applying knowledge and understanding in the development and implementation of innovative projects, to use creative project management methods, effective conflict management strategies and methods and analyze customer marketing requirements and needs to create and promote innovative products and services in the market.

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Ермаханова Ф. Сапаны басқару және менеджмент жүйелері. Оқу құралы.
2. Менеджмент в туристских организациях: Уч.пос. / П.В.Большаник-М.:НИЦ ИНФРА-М,2019.-193 с.
3. Өндірістік менеджмент. Оқу құралы. 2015.Ғ. Салыков, Н. Әжмұрат
4. Менеджмент в социал. и эконо. сист.: Уч.пос./С.Д.Резник-2 изд.-М:ИЦ РИОР:НИЦ ИНФРА-М,2021-207с
5. Практикум по менеджменту туризма. Ситуации и тесты: Уч. пос./Н.А. Зайцева-2 изд.-М.:Форум,2021-168с.
6. Сивявцев Т.Д. Организационная диагностика и проектирование сервисных организаций : учебное пособие / Сивявцев Т.Д. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 245 с.

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources
<https://kaztour-association.com/>
<https://www.untwo.org/tu>

Модуль коды: Mod 13
Модуль атауы: Инновациялық менеджмент модулі
Пәннің коды: КВ 3317
Пән атауы: Конфликттерді басқару
Кредиттер саны: 5
Трimestр: 8

Код модуля: Mod 13
Название модуля: Модуль инновационного менеджмента
Код дисциплины: УК 3317
Название дисциплины: Управление конфликтами
Количество кредитов: 5
Трimestр: 8

Module code: Mod 13
Module Name: Innovation management module
Code of Discipline: CM 3317
The name of the discipline: Conflict management
Credits: 5
Trimestr: 8

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән қалыптастырудың мәнін, олардың ықтимал себептері мен салдарын, оларды шешудің әдістерін түсінуге үйретеді. Курс сонымен қатар қалыптастырудың алдын алу және он ұйымдастырушылық мәдениетті қалыптастыру стратегияларын қамтиды. Пәннің мақсаты мен нәтижесі - студенттердің ұйымдастырушылық жағдайларды тиімді шешуге мүмкіндік беретін білімдерін, дағдыларын қалыптастыру.

Оқу нәтижесі: ОН₁₀ — Жобаны басқарудың креативті әдістерін, қалыптастыруды басқарудың тиімді стратегияларын мен әдістерін пайдалана отырып, инновациялық жобаларды әзірлеу мен іске асыруда білім мен түсінікті қолдану, сондай-ақ нарықта инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру және ілгерілету үшін тұтынушылардың маркетингтік талаптары мен қажеттіліктерін талдау.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина обучает пониманию сути конфликтов, их возможных причин и последствий, а также методов и техник для их разрешения. Курс также охватывает стратегии предотвращения конфликтов и создания позитивной организационной культуры. Цель и освоение дисциплины - формирование у студентов знаний, умений и навыков, позволяющих эффективно решать конфликтные ситуации в организации.

Результаты обучения: РО₁₀ – Применять знания и понимание в разработке и реализации инновационных проектов, используя креативные методы управления проектами, эффективные стратегии и методы управления конфликтами, а также анализировать маркетинговые требования и потребности клиентов, для создания и продвижения инновационных продуктов и услуг на

Summary of the discipline: The discipline teaches to understand the essence of conflicts, their possible causes and consequences, methods for resolving them. The course also includes strategies for conflict prevention and the formation of a positive organizational culture. The purpose and result of mastering the discipline is the formation of students' knowledge, skills that allow them to effectively resolve conflict situations in the organization.

Learning outcome: LO₁₀ – Applying knowledge and understanding in the development and implementation of innovative projects, to use creative project management methods, effective conflict management strategies and methods and analyze customer marketing requirements and needs to create and promote innovative products and services in the market.

	рынке.	
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature 1. Баумгартен, Л.В. Менеджмент в туристской индустрии: учебник - Москва: Инфра-М, 2019. - 236 с. 2. Большаник, П.В. Менеджмент в туристских организациях : учебное пособие - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 193 с. 3. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. / В.М.Пишулов - 3 изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М,2021 - 284 с.(ВО)(П) 4. Баранова А.Ю. Организация предприним.деят. в сфере туризма: Уч.пос. Москва : ИНФРА-М, 2021 Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources https://kaztour-association.com/ https://www.untwo.org/tu https://www.gov.kz/memleket/		
Модуль коды: Mod 13 Модуль атауы: Инновациялық менеджмент модулі Пәннің коды: ІК 3318 Пән атауы: Инновацияларды коммерцияландыру Кредиттер саны: 5 Триместр: 8		
Код модуля: Mod 13 Название модуля: Модуль инновационного менеджмента Код дисциплины: КІ 3318 Название дисциплины: Коммерциализация инноваций Количество кредитов: 5 Триместр: 8		
Module code: Mod 13 Module Name: Innovation management module Code of Discipline: COI 3318 The name of the discipline: Commercialization of Innovations Credits: 5 Trimestr: 8		

Ф-02-01/14

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән жана идеяларды, технологияларды, өнімдер мен қызметтерді туризм саласындағы табысты бизнес-жобаларға айналыдыру процестері мен әдістерін зерттейді. Туристік компаниялар мен кәсіпкерлер үшін жана мүмкіндіктер жасауға мүмкіндік беретін Туризмдегі инновациялардың әртүрлі аспектілерін зерттеуді қамтиды. Игерудің максаты мен нәтижесі-жана туристік өнімдер мен қызметтерді құру, маркетингті, қаржыны, құқықтық аспектілерді және т. б. қоса алғанда, коммерциализацияу стратегияларын анықтау.

Оқу нәтижесі: ОН₁₀ — Жобаны басқарудың креативті әдістерін, қаттығыстарды басқарудың тиімді стратегиялары мен әдістерін пайдалана отырып, инновациялық жобаларды әзірлеу мен іске асыруда білім мен түсінікті қолдану, сондай-ақ нарықта инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру және ілгерілету үшін тұтынушылардың маркетингтік талаптары мен қажеттіліктерін талдау.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина изучает процессы и методы превращения новых идей, технологий, продуктов и услуг в прибыльные бизнес-проекты в сфере туризма. Включает в себя изучение различных аспектов инноваций в туризме, позволяющее создавать новые возможности для туристских компаний и предпринимателей. Цель и результат освоения - создавать новые туристские продукты и услуги, определить стратегии коммерциализации, включая маркетинг, финансы, юридические аспекты и т.д.

Результаты обучения: РО₁₀ – Применять знания и понимание в разработке и реализации инновационных проектов, используя креативные методы управления проектами, эффективные стратегии и методы управления конфликтами, а также анализировать маркетинговые требования и потребности клиентов, для создания и продвижения инновационных продуктов и услуг на рынке.

Summary of the discipline: The discipline studies the processes and methods of turning new ideas, technologies, products and services into profitable business projects in the field of tourism. It includes the study of various aspects of innovation in tourism, which allows creating new opportunities for tourism companies and entrepreneurs. The goal and learning outcome of the discipline is to create new tourist products and services, to define commercialization strategies, including marketing, finance, legal aspects, etc.

Learning outcome: LO₁₀ – Applying knowledge and understanding in the development and implementation of innovative projects, to use creative project management methods, effective conflict management strategies and methods and analyze customer marketing requirements and needs to create and promote innovative products and services in the market.

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч. пос. / В.М.Пишулов - 3 изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М,2021 - 284 с.(ВО)(П)
2. Демментьева А.Г. Инновационное предпринимательство: Уч. 2019
3. Мизамбекова Ж.К. Мусаева В.С. Шаршанкулова Д. Основы индустрии гостеприимства. Учебное пособие, Алматы : Лантар Трейд, 2020. — 564 с.
4. Кышшова Е.Н. Менеджмент гостеприимства. Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 304 с-ISBN 978-5-8199-0106
5. Баранова А.Ю. Организация предприним. деят. в сфере туризма: Уч. пос. Москва : ИНФРА-М, 2021
6. Можалева Н.Г. -М.: Форум. Индустрия гостеприимства: Практикум 2020

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources

<https://kaztour-association.com/>

<https://www.шпво.огу/ru>

<https://www.gov.kz/memeke/>

Траектория 2 - Брендинг негіздері/ Основы брендинга /Basics of Branding

Модуль коды: Mod 14

Модуль атауы: Бренд менеджмент модулі

Пәннің коды: BN 2313

Пән атауы: Брендинг негіздері

Кредиттер саны: 5

Триместр: 6

Код модуля: Mod 14
 Название модуля: Модуль бренд менеджмента
 Код дисциплины: OB 2313
 Название дисциплины: Основы брендинга
 Количество кредитов: 5
 Триместр: 6
 Module code: Mod 14
 Module Name: Brand management module
 Code of Discipline: BOB 2313
 The name of the discipline: Basics of Branding
 Credits: 5
 Trimestr: 6

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән туризм саласындағы маркетингтік жүйелік қызмет ретінде брендинг туралы түсінікті қалыптастыра отырып, қазіргі әлемнің экономикалық және әлеуметтік-мәдени процестеріндегі брендингтің рөлін ашады. Пәнді итерудің мақсаты мен нәтижесі бренді қалыптастыра отырып оларды іске асырудың теориялық принциптерін, әдістерін зерттеу және шетелдік тәжірибені отандық туризмде іске асырудағы практикалық дағдыларды игеру болып табылады.

Оқу нәтижесі: ОН₉ – Ішкі және халықаралық нарықта туристік дестинацияларды ігерілетуде бенчмаркинг әдістерін қолдана отырып, туристік дестинация брендінің құру дағдыларын, оның имиджі қалыптастыру мен ігерілетудегі рөлі мен маңыздылығын түсіну.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина раскрывает роль брендинга в экономических и социокультурных процессах современного мира, формируя понимание брендинга как маркетинговой системы деятельности в сфере туризма. Целью и результатом освоения дисциплины является изучение теоретических принципов, методов их реализации с формированием бренда и приобретение практических навыков реализации зарубежного опыта в отечественном туризме.

Результаты обучения: РО₉ – Использовать навыки создания бренда туристской дестинации, понимание его роли и значимости в формировании и продвижения имиджа, применяя методы бенчмаркинга в продвижении туристских дестинаций на внутреннем и международном рынке.

Summary of the discipline: The discipline reveals the role of branding in the economic and socio-cultural processes of the modern world, forming an understanding of branding as a marketing system activity in the field of tourism. The purpose and learning outcome of the discipline is the study of theoretical principles, methods of their implementation with the formation of a brand and the acquisition of practical skills in the implementation of foreign experience in domestic tourism

Learning outcome: LO₉ – To use the skills of creating a brand of a tourist destination, understanding its role and significance in the formation and promotion of an image, using benchmarking methods in promoting tourist destinations on the domestic and international market.

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Бейжанова, А.Т., Турлыбекова, Н.М. Брендинг : Оқу құралы. - Алматы: Қазақ университеті, 2016. - 266 б. - ISBN 978-601-04-1855-4.
2. Артимбаев, А.Е. Елдің брендингі және халықаралық РР. Оқу-әдістемелік құрал. - Алматы: Университеті, 2020. - 48б.
3. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 184с. - ISBN 978-5-394-01149-8.
4. Раззакова, Д.И., Асанова, Т.А. Сауда маркаларын басқару және брендинг: (дәріс кешені): Оқу-әдістемелік құрал. - Алматы: «Туран» Университеті, 2020. - 80б.

5. Рожков, И.Я., Кисмерешкин, В.Г. Бренддинг: учебник для бакалавров. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 331 с. - (Серия: Бакалавр. Углубленный курс). - ISBN 978-5-9916-3284-3.

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources
<https://kaztour-association.com/>
<https://www.ulpwto.org/tu>
<https://www.gov.kz/temleket/>

Модуль коды: Mod 14

Модуль атауы: Бренд менеджмент модулі

Пәннің коды: MZB 2314

Пән атауы: Маркетингтік зерттеулер және бенчмаркинг

Кредиттер саны: 5

Триместр: 6

Код модуль: Mod 14

Название модуля: Модуль бренд менеджмента

Код дисциплины: MIB 2314

Название дисциплины: Маркетинговые исследования и бенчмаркинг

Колличество кредитов: 5

Триместр: 6

Module code: Mod 14

Module Name: Brand management module

Code of Discipline: MIB 2314

The name of the discipline: Marketing Research and Benchmarking

Credits: 5

Триместр: 6

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән маркетингтік зерттеулер және бенчмаркинг туралы түсінікті қалыптастыра отырып, бенчмаркетингті іске асыруда қолданбалы зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқарудағы кәсіби, сандық және сапалық деректерді жинауды талдамалық материалдардың негізін алады. Пәнді итерудің мақсаты мен нәтижесі бенчмаркинг жүргізуі ұйымдастыру, ақпараттарды жинақтау және нарықтардың мазмұны мен құрылымы, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру және өнімді тиімді жылжыту, сұранысқа бағдарланған кәсіпорындарды басқаруда озық тәжірибені пайдалану дағдыларын итеру.	Қысқаша мазмұны: Пән маркетингтік зерттеулер және бенчмаркинг туралы түсінікті қалыптастыра отырып, бенчмаркетингті іске асыруда қолданбалы зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқарудағы кәсіби, сандық және сапалық деректерді жинауды талдамалық материалдардың негізін алады. Пәнді итерудің мақсаты мен нәтижесі бенчмаркинг жүргізуі ұйымдастыру, ақпараттарды жинақтау және нарықтардың мазмұны мен құрылымы, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру және өнімді тиімді жылжыту, сұранысқа бағдарланған кәсіпорындарды басқаруда озық тәжірибені пайдалану дағдыларын итеру.	Краткое содержание дисциплины: Дисциплина раскрывает основы аналитических материалов в проведении прикладных исследований в реализации бенчмаркетинга и сборе профессиональных, количественных и качественных данных в управлении бизнес-процессами, формируя представление о маркетинговых исследованиях и бенчмаркинге. Цель и результат освоения дисциплины организация проведения бенчмаркинга, обобщение информации и содержание и структура рынков, удовлетворение потребностей потребителей и эффективное продвижение продукции, приобретение навыков использования передового опыта в управлении предприятиями, ориентированными на спрос.
Оқу нәтижесі: ОН₉ – Ішкі және халықаралық нарықта	Қысқаша мазмұны: Пән маркетингтік зерттеулер және бенчмаркинг туралы түсінікті қалыптастыра отырып, бенчмаркетингті іске асыруда қолданбалы зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқарудағы кәсіби, сандық және сапалық деректерді жинауды талдамалық материалдардың негізін алады. Пәнді итерудің мақсаты мен нәтижесі бенчмаркинг жүргізуі ұйымдастыру, ақпараттарды жинақтау және нарықтардың мазмұны мен құрылымы, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру және өнімді тиімді жылжыту, сұранысқа бағдарланған кәсіпорындарды басқаруда озық тәжірибені пайдалану дағдыларын итеру.	Summary of the discipline: The discipline reveals the basis of analytical materials in conducting applied research in the implementation of benchmarking and collecting professional, quantitative and qualitative data in business process management, forming an idea of marketing research and benchmarking. The purpose and learning outcome of the discipline is the organization of benchmarking, generalization of information and the content and structure of markets, satisfaction of consumer needs and effective promotion of products, acquisition of skills to use best practices in the management of demand-oriented enterprises.
Оқу нәтижесі: ОН₉ – Ішкі және халықаралық нарықта	Қысқаша мазмұны: Пән маркетингтік зерттеулер және бенчмаркинг туралы түсінікті қалыптастыра отырып, бенчмаркетингті іске асыруда қолданбалы зерттеулер жүргізу және бизнес-процестерді басқарудағы кәсіби, сандық және сапалық деректерді жинауды талдамалық материалдардың негізін алады. Пәнді итерудің мақсаты мен нәтижесі бенчмаркинг жүргізуі ұйымдастыру, ақпараттарды жинақтау және нарықтардың мазмұны мен құрылымы, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру және өнімді тиімді жылжыту, сұранысқа бағдарланған кәсіпорындарды басқаруда озық тәжірибені пайдалану дағдыларын итеру.	Learning outcome: LO₉ – To use the skills of creating

туристік дестинацияларды ілгерілетуде бенчмаркинг әдістерін қолдана отырып, туристік дестинация брендіні құру дағдыларын, оның имиджді қалыптастыру мен ілгерілетудегі рөлі мен маңыздылығын түсіну.

Результаты обучения: РО₉ – Использовать навыки создания бренда туристской дестинации, понимание его роли и значимости в формировании и продвижения имиджа, применяя методы бенчмаркинга в продвижении туристских дестинаций на внутреннем и международном рынке.

a brand of a tourist destination, understanding its role and significance in the formation and promotion of an image, using benchmarking methods in promoting tourist destinations on the domestic and international market.

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Пишулов В.М. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. / - 3 изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 284 с.
2. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. / - 3 изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 366с
3. Баумгартен Л.В. Менеджмент в туристской индустрии: Уч. / - М.: Вуз.уч., НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 236 с.
4. Ключевская И.С. Маркетинг гостиничного предприятия: Уч.пос. / - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 236 с
5. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практик. / - М.: Вуз.уч., НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 216с.

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources

<https://kaztour-association.com/>
<https://www.unwto.org/tu>
<https://www.gov.kz/temleket/>

Модуль коды: Mod 14

Модуль атауы: Бренд менеджмент модулі

Пәннің коды: ІКТ 3315

Пән атауы: Имиджді қалыптастыру технологиясы

Кредиттер саны: 5

Трimestр: 7

Код модуля: Mod 14

Название модуля: Модуль бренда менеджмента

Код дисциплины: ТҒІ 3315

Название дисциплины: Технологии формирования имиджа

Количество кредитов: 5

Трimestр: 7

Module code: Mod 14

Module Name: Brand management module

Code of Discipline: IFT 3315

The name of the discipline: Image Formation Technology

Credits: 5

Trimestr: 7

Пәннің	қысқаша	мазмұны:	Пән	туризм	Краткое содержание дисциплины:	Дисциплина	Summary of the discipline:	The discipline determines
--------	---------	----------	-----	--------	--------------------------------	------------	----------------------------	---------------------------

саласындағы имидж туралы түсінік қалыптастыра отырып, қызмет көрсету саласындағы, әлеуметтік-мәдени, ұйымдастырушылық-басқарушылық процестеріндегі имидждің рөлін анықтайды. Пәнді игерудің мақсаты мен нәтижесі белгілі бір тұлғаны, тауарды, қызметті, ұйымды, қаланы, аумақты модельдеуде, туындаған мәселелерді ғылыми-зерттей отырып, шешу жолдарын және имидж технологиясын қалыптастырудағы кәсіби дағдыларды игереді. Оқу нәтижесі: ОН₆ – Ішкі және халықаралық нарықта туристік дестинацияларды ілгерілетуде бенчмаркинг әдістерін коддана отырып, туристік дестинация брендіні құру дағдыларын, оның имиджді қалыптастыру мен ілгерілетудегі рөлі мен маңыздылығын түсіну.	определяет роль имиджа в сфере услуг, социально-культурных, организационно-управленческих процессов, формируя представление об имидже в сфере туризма. Цель и результат освоения дисциплины овладевает профессиональными навыками в моделировании конкретной личности, товара, услуги, организации, города, территории, формирования путей решения возникающих проблем и имиджевой технологии. Результаты обучения: РО₆ – Использовать навыки создания бренда туристской дестинации, понимание его роли и значимости в формировании и продвижения имиджа, применяя методы бенчмаркинга в продвижении туристских дестинаций на внутреннем и международном рынке.	the role of the image in the service sector, socio-cultural, organizational and managerial processes, forming an idea of the image in the tourism sector. The purpose and learning outcome of the discipline is mastering professional skills in modeling a specific person, product, service, organization, city, territory and forming ways to solve emerging problems and image technology. Learning outcome: LO₆ – To use the skills of creating a brand of a tourist destination, understanding its role and significance in the formation and promotion of an image, using benchmarking methods in promoting tourist destinations on the domestic and international market.
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature 1. Изтегеуова, Л.И. Имидж технологиясы : Монография. - Астана: «Тұран-Астана» университетінің баспаханасы, 2019. - 100 б. - ISBN 978-601-7871-68-0. 2. Тлепбергенова, А.А. Страновой имидж : Учебное пособие для студентов бакалавров университетов, обучающихся по специальности «Журналистика», «Связь с общественностью» / Казахский национальный университет им. аль-Фараби. - Алматы: Казак университеті, 2011. - 78 с. - ISBN 978-601-247-286-8. 3. Ихсангалиева, Г.К. Когнитивные и психологические механизмы формирования имиджа Казахстана: Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук (10.02.19). / Науч. конс. Н.Ж. Шаймерденова; КазНУ им. аль-Фараби. - Алматы, 2010. - 256с. 4. Насимова Г.Ө. т.б. Қазақстан Республикасы имиджін қалыптастырудағы саяси институттардың рөлі. / Г.Ө. Насимова, М.Ө. Насимов, Р.Б. Сейсебаева. - Алматы: Казак университеті, 2011. - 406. - ISBN 970-601-247-293-6. 5. Изтегеуова, Л.И. Имидж технологиясы : Монография. - Астана: «Тұран-Астана» университетінің баспаханасы, 2019. - 100 б. - ISBN 978-601-7871-68-0 Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources https://kaztour-association.com/ https://www.pnwto.org/tu https://www.gov.kz/memleket/ Модуль коды: Mod 14 Модуль атауы: Бренд менеджмент модулі Пәннің коды: БКВ 3316 Пән атауы: Бренд коммуникацияларын басқару Кредиттер саны: 5 Триместр: 7 Код модуль: Mod 14 Название модуля: Модуль бренд менеджмента Код дисциплины: ЦВК 3316		

Название дисциплины: Управление бренд коммуникациями
Количество кредитов: 5
Триместр: 7

Module code: Mod 14
Module Name: Brand management module
Code of Discipline: BCM 3316
The name of the discipline: Brand Communications Management
Credits: 5
Trimestr: 7

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән әртүрлі коммуникация арналары арқылы мақсатты аудитория арасында брендтің имиджін және қабылдауын басқару үшін қолданылатын стратегияларды, тактикаларды және әдістерді зерттеуге бағытталған. Пәнді игеру мақсаты мен нәтижесі - брендінг саласында білім мен дағдыларды қалыптастыру және дамыту, студенттердің брендтерді, сондай-ақ бренд-коммуникацияларды құру және басқару бойынша кәсіби көзқарасын қалыптастыру Оқу нәтижесі: ОН₉ – Ішкі және халықаралық нарықта туристік дестинацияларды ілгерілетуде бенчмаркинг әдістерін қолдана отырып, туристік дестинация брендін құру дағдыларын, оның имиджді қалыптастыру мен ілгерілетудегі рөлі мен маңыздылығын түсіну.	Краткое содержание дисциплины: Дисциплина направлена на изучение стратегий, тактик и методов, используемых для управления имиджем и восприятием бренда среди целевой аудитории через различные каналы коммуникации. Цель и результат освоения дисциплины - формирование и развитие знаний и навыков в области брендінг, формирование профессионального отношения студентов к созданию и управлению брендами, а также бренд-коммуникациями Результаты обучения: РО₉ – Использовать навыки создания бренда туристской дестинации, понимание его роли и значимости в формировании и продвижения имиджа, применяя методы бенчмаркинга в продвижении туристских дестинаций на внутреннем и международном рынке.	Summary of the discipline: The Discipline aims to study the strategies, tactics and techniques used to manage the image and perception of the brand among the target audience through different communication channels. The goal and result of mastering the discipline is the formation and development of knowledge and skills in the field of branding, the formation of students' professional vision of creating and managing brands, as well as brand communications Learning outcome: LO₉ – To use the skills of creating a brand of a tourist destination, understanding its role and significance in the formation and promotion of an image, using benchmarking methods in promoting tourist destinations on the domestic and international market.
---	---	--

Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature

1. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч. пос. / В.М.Пищулов - 3 изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021 - 284 с. (ВО)(П)
2. Дементьева А.Г. Инновационное предпринимательство: Уч. 2019
3. Годин, А.М. Брендінг: Учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 184с. - ISBN 978-5-394-01149-8.
4. Разакова, Д.И., Асанова, Т.А. Сауда маркаларын басқару және брендінг: (дәріс жешені): Оқу-әдістемелік құрал. - Алматы: «Тұран» Университеті, 2020. - 80б.
5. Рожков, И.И., Кисмерешкин, В.Г. Брендінг: Учебник для бакалавров. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 331с. - (Серия: Бакалавр. Углубленный курс). - ISBN 978-5-9916-3284-3.

Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources

<https://kazipout-association.com/>
<https://www.ipwto.org/tu>
<https://www.gov.kz/temleke/>

Модуль коды: Mod 14

Модуль атауы: Бренд менеджмент модулі
Пәннің коды: АВКІ 3317
Пән атауы: Аумақтық брендингі қалыптастыру және ігерілету
Кредиттер саны: 5
Триместр: 8

Код модуль: Mod 14
Название модуля: Модуль бренд менеджмента
Код дисциплины: ФРТВ 3317
Название дисциплины: Формирование и продвижение территориального брендинга
Количество кредитов: 5
Триместр: 8

Module code: Mod 14
Module Name: Brand management module
Code of Discipline: FAPOTB 3317
The name of the discipline: Formation and promotion of territorial branding
Credits: 5
Trimestr: 8

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән туризм саласындағы өңірлік брендингтің негізгі ұғымдарын қалыптастыра отырып, қазіргі таңдағы өңірді, қаланы, елді мекемеді дамытудағы өңірлік брендингі қалыптастыру мен жылжыту маныздылығын айқындайды. Пәнді игерудің мақсаты мен нәтижесі отандық және халықаралық өңірлік брендинг тәжірибесін зерттей отырып, гуманитарлық және қолданбалы аспектілерінде коммуникациялық тұтынушылық жобалық креативті әдіснамалар мен әдістемелерді жан-жақты зерделеу игеру.	Краткое содержание дисциплины: Дисциплина раскрывает роль брендинга в экономических и социокультурных процессах современного мира, формируя понимание брендинга как маркетинговой системной деятельности в сфере туризма. Целью и результатом освоения дисциплины является изучение теоретических принципов, методов их реализации с формированием бренда и приобретение практических навыков реализации зарубежного опыта в отечественном туризме.	Summary of the discipline: The discipline reveals the role of branding in the economic and socio-cultural processes of the modern world, forming an understanding of branding as a marketing system activity in the field of tourism. The purpose and learning outcome of the discipline is the study of theoretical principles, methods of their implementation with the formation of a brand and the acquisition of practical skills in the implementation of foreign experience in domestic tourism. Learning outcome: LO₉ – To use the skills of creating a brand of a tourist destination, understanding its role and significance in the formation and promotion of an image, using benchmarking methods in promoting tourist destinations on the domestic and international market.
Оқу нәтижесі: ОН₉ – Ішкі және халықаралық нарықта туристік дестинацияларды ігерілетуде бечмаркинг әдістерін қолдана отырып, туристік дестинация брендинг құру дағдыларын, оның имиджді қалыптастыру мен ігерілетудегі рөлі мен маныздылығын түсіну.	Результаты обучения: РО₉ – Использовать навыки создания бренда туристской дестинации, понимание его роли и значимости в формировании и продвижения имиджа, применяя методы бечмаркинга в продвижении туристских дестинаций на внутреннем и международном рынках.	
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature 1. Галанов В.А. Логистика: учебник - 2-е изд. - Москва: Инфра-М, 2021. - 272 с. 2. Канке А.А. Логистика: учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошова. - 2-е изд., испр. - Москва: Инфра-М, 2021. - 384 с.		

3. Логистика для бакалавров: учебник / Под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора Карповой С.В. - Москва: Инфра-М, 2018. - 323 с.
4. Логистика практикум для бакалавров: учебное пособие / под общей редакцией доктора экономических наук, профессор С.В. Карповой. - Москва: Инфра-М, 2020. - 139 с.
5. Севастьянов Д.В. Страноведение и международный туризм: учебник; 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2019. - 317 с.

<https://kaztour-association.com/>

<https://www.shwto.org/tu>

<https://www.gov.kz/memleket/>

Модуль коды: Mod 14

Модуль атауы: Бренд менеджмент модулі

Пәннің коды: TSP 3318

Пән атауы: Туризмдегі SMM және PR

Кредиттер саны: 5

Триместр: 8

Код модуля: Mod 14

Название модуля: Модуль бренд менеджмента

Код дисциплины: SPT 3318

Название дисциплины: SMM и PR в туризме

Количество кредитов: 5

Триместр: 8

Module code: Mod 14

Module Name: Brand management module

Code of Discipline: SAPT 3318

The name of the discipline: SMM and PR in tourism

Credits: 5

Trimester: 8

Пәннің қысқаша мазмұны: Пән әлеуметтік желілер мен БАҚ-та туристік компания брендінің құруға, қолдауға және ілгерілетуге бағытталған. SMM және PR компания мен аудитория арасында сенімді қарым-қатынас орнатуға бағытталған әлеуметтік медиа маркетингі мен коммуникацияның әртүрлі әдістері мен стратегияларын қамтиды. Ігерудің мақсаты мен нәтижесі компанияларға назар аударуға, әлеуметтік желілерде өз аудиториясын арттыруға, имиджін жақсартуға және туристік қызметтерді сатуды арттыруға көмектесу болып табылады.

Оқу нәтижесі: ОН₉ – Ішкі және халықаралық нарықта туристік дестинацияларды ілгерілетуде бенчмаркинг әдістерін қолдана отырып, туристік дестинация брендінің

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина направлена на создание, поддержание и продвижение бренда туристской компании в социальных сетях и СМИ. SMM и PR включает в себя различные методы и стратегии маркетинга в социальных сетях и коммуникаций, которые направлены на установление доверительных отношений между компанией и аудиторией. Цель и результат освоения является помогать компаниям привлекать внимание, увеличивать свою аудиторию в социальных сетях, улучшить имидж и увеличивать продажи туристских услуг.

Результаты обучения: РО₉ – Использовать навыки создания бренда туристской дестинации, понимание его роли и значимости в формировании и продвижения

Summary of the discipline: The discipline is aimed at creating, maintaining and promoting the brand of a travel company in social networks and the media. SMM and PR includes various methods and strategies of marketing in social networks and communications, which are aimed at establishing a trusting relationship between the company and the audience. The goal and learning outcome of the discipline is to help companies attract attention, increase their audience in social networks, improve their image and increase sales of tourist services.

Learning outcome: LO₉ – To use the skills of creating a brand of a tourist destination, understanding its role and significance in the formation and promotion of an image, using benchmarking methods in promoting

күру дағдыларын, оның имиджді қалыптастыру мен ігерілетудегі рөлі мен маңыздылығын түсіну.	имиджа, применяя методы бенчмаркинга в продвижении туристских дестинаций на внутреннем и международном рынках.	tourist destinations on the domestic and international market.
Негізгі және қосымша әдебиеттер / Основная и дополнительная литература / Main and Additional literature 1. Купцова Е. В. Бизнес-планирование: учебник и практикум.- Москва: Юрайт, 2019.- 435 с. 2. Скобкин С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма: учебник.- 2-е изд.- Москва: Юрайт, 2019.- 442 с. 3. Менеджмент в туризме: Уч. / Под ред. Богданова Е. И. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021.- 152 с. 4. Зайцева Н. А. Практикум по менеджменту туризма. Ситуации и тесты: Уч. пос. -2 изд.- М.: Форум, 2021.- 168с. 5. Большаник П. В. Менеджмент в туристских организациях: Уч. пос. -М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019.- 193 с. Электрондық құралдар / Электронные источники / Electronic sources https://kaztour-association.com/ https://www.unwto.org/tu https://www.gov.kz/temleket/		