

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 1-сі

«БЕКІТЕМІН»
 Басқарма Төрағасы – Ректор м.а.
 Л. Шалабаева
 «30» 10 2025 ж.



2025-2026 оқу жылына «6В11105 – Туристік дестинациялар менеджменті»
 білім беру бағдарламасының

**ҚОРЫТЫНДЫ АТТЕСТАТТАУ БОЙЫНША КЕШЕНДІ
 ЕМТИХАН БАҒДАРЛАМАСЫ**

(Туризмология негіздері, Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару,
 Туризм маркетингі)
2022 жылғы қабылдау үшін

Түркістан, 2025

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 2-сі

Кешенді емтихан бағдарламасы (Туризмология негіздері, Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару, Туризм маркетингі) «6В11105 – Туристік дестинациялар менеджменті» білім беру бағдарламасының негізінде құрастырылған.

Кешенді емтихан бағдарламасы «Туризм» мектебінің мәжілісінде қаралған.

«23» 10 2025 ж., № 3 хаттама

Мектеп директоры  С.Нахипбекова

Кешенді емтихан бағдарламасы Оқу-әдістемелік кеңес мәжілісінде қаралған.

«24» 10 2025 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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 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 Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару	11
5.3 Туризм маркетингі	13
6. Кешенді емтихан сұрақтары	16
7. Ұсынылатын әдебиеттер	20

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 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 толық әрі дұрыс баяндайды; 2. Теориялық білімді практикамен байланыстырады; 3. Терминологияны еркін меңгерген; 4. Себеп-салдарлық байланыс орнатады; 5. Болжам жасай алады; 6. Қосымша сұрақтарға сенімді жауап береді.
2	A-	3,67	90-94		1. Қазіргі теорияны ескере отырып, материалды дұрыс баяндайды; 2. Жауаптарын толық айтады, өз бетінше қорытынды жасап, жалпылай алады; 3. Терминологияны жақсы меңгерген; 4. Себеп-салдарлық байланыс орнатады; 5. Қосымша сұрақтарға толық жауап береді.
3	B+	3,33	85-89	жақсы	1. Материалды жақсы жеткізеді; 2. Жауаптарды толық айтады, өз бетінше қорытынды жасап, жалпылай алады; 3. Терминологияны меңгерген; 4. Логикалық ойлау жүйесіне 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. Терминология мен баяндау логикасында дәлсіздіктерге жол береді; 5. Қосымша сұрақтарға жауап береді.
5	B-	2,67	75-79		1. Негізгі материалды біледі, бірақ жауабы жүйесіз және логикасыз; 2. Терминдерді қолдануда 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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 6-сі

6	C+	2,33	70-74	қанағаттанарлық	<ol style="list-style-type: none"> 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		<ol style="list-style-type: none"> 1. Негізгі материалды толық меңгермеген; 2. Логикалық ойлау жүйесіне ие емес; 3. Жауабы қысқа; 4. Қосымша сұрақтарға толық жауап бермейді.
8	C-	1,67	60-64		<ol style="list-style-type: none"> 1. Негізгі материалды толық меңгермеген; 2. Дәлсіздіктер жібереді, қорытынды мен жалпылау жасай алмайды; 3. Логикалық ойлау жүйесіне ие емес; 4. Қосымша сұрақтарға жауап берудегі қателіктері бар.
9	D+	1,33	55-59		<ol style="list-style-type: none"> 1. Материалдың едәуір бөлігін білмейді; 2. Материалды нашар меңгерген; 3. Сұраққа жауап беру логикасын білмейді; 4. Қосымша сұрақтарға жауап беруде қиналады.
10	D	1,0	50-54		<ol style="list-style-type: none"> 1. Теория негіздерін білу және түсінуде елеулі дәлсіздіктер жібереді, түсінігінің үстірттігі материалды толық ұғынуға кедергі келтіреді, бірақ оқытушының жетелеуші сұрақтарының көмегімен дұрыс қорытынды жасай алады.
11	FX	0,5	25-49	қанағаттанарлықсыз	<ol style="list-style-type: none"> 1. Білімі жүйесіз, материалдың мәнін түсінбей баяндайды; 2. Комиссия мүшелерінің қосымша сұрақтарына жауап бере алмайды.
12	F	0,0	0-24		<ol style="list-style-type: none"> 1. Білім алушы өзінің теориялық және практикалық білімі мен дағдыларын нөлдік деңгейде көрсетті және қателіктерін түзете алмайтындығын байқатты.

4. КЕШЕНДІ ЕМТИХАНҒА ҰСЫНЫЛҒАН ПӘНДЕР ТІЗІМІ

1. Туризмология негіздері.
2. Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару.
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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 7-сі

5. КЕШЕНДІ ЕМТИХАН ӨТКІЗІЛЕТІН ПӘНДЕРДІҢ МАЗМҰНЫ

5.1 ТУРИЗМОЛОГИЯ НЕГІЗДЕРІ

«Туризмология негіздері» пәнінің 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 қарастыру.

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

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 8-сі

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 шкалалары. Табиғи рекреациялық ресурстарды бағалаудың үш негізгі түрлері: медико-биологиялық, психологиялық-эстетикалық,

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 9-сі

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) әлеуметтік-экономикалық аудан ретінде туристік аудан туралы түсінік. Туристік аудандастырудың әдістері. Туристік аудандар таксономиясы.

5.1.9 Туризм анықтамасының мәні

Туризм күрделі кеңістіктік әлеуметтік-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 түсінігімен, 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.

5.1.11 Туристік шаруашылық

Туристік шаруашылық туристік ұсыныстың негізгі элементінің бірі ретінде және туристердің келуі мен кетуінде ынталандыруынан құралатын және дамитын әр түрлі

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 10-сі

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.

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

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 11-сі

дамуының қазіргі тенденциялары және әлемдік туристік ағымдардың географиясы. Халықаралық туристік ұйымдар және туризм дамуындағы олардың ролі.

5.2 ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫН БАСҚАРУ

«Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару» пәнінің мақсаты:

– туризм саласындағы дестинацияларды тұрақты дамыту қағидаттарын, стратегиялық басқару тәсілдерін және экологиялық, әлеуметтік, экономикалық тепе-теңдікті қамтамасыз ету тетіктерін студенттерге меңгерту.

– туристік дестинацияларды тиімді басқарудың заманауи модельдері мен халықаралық тәжірибесін зертеу.

«Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару» пәні бойынша оқыту нәтижелері:

– экологиялық және әлеуметтік тұрақтылық мәселелерін шешудің жолдарын тиімді қолдану.

– туристік өнім мен қызметтерді тұрақты даму тұрғысынан жоспарлауды.

– тұрақты даму индикаторларын қолдана отырып, басқарушылық шешім қабылдау

– туризм саласында тұрақты даму жобаларын ұсыну мен қорғау

– туристік ұйымдармен, жергілікті қауымдастықтармен және мемлекеттік органдармен тиімді өзара әрекеттесу.

5.2.1 Туристік дестинация және тұрақты даму ұғымы

Туристік дестинация ұғымы және оның құрылымдық элементтері маңызы. Тұрақты даму ұғымының негізгі қағидаттарының ерекшеліктері. Туризм саласында тұрақты даму принциптері. Тұрақты туризм мен экотуризм байланысы. Қазақстандағы тұрақты туризмге көшу стратегиясы.

5.2.2 Туристік дестинацияның өмірлік циклі

Дестинацияның өмірлік циклінің кезеңдері. Батлердің өмірлік цикл теориясын талдау. Туристік дестинацияның даму сатысына әсер ететін факторлар. Өмірлік циклдің соңғы кезеңінде басқару шаралары. Қазақстандағы дестинациялар «жетілу» кезеңін талдау.

5.2.3 Туристік дестинацияны жоспарлау және стратегия жасау

Туристік дестинацияны жоспарлау сипаты. Стратегиялық жоспарлау кезеңдері. SWOT-талдау әдісінің дестинация басқарудағы ролі. Дестинацияны дамыту стратегиясын құруда мүдделі тараптар ерекшеліктері. Туризмді жоспарлау кезінде экологиялық шектеулерді талдау.

5.2.4 Тұрақты туризмнің экологиялық аспектілері

Экологиялық тұрақтылық. Туризмнің қоршаған ортаға әсері. Туристік дестинацияларды экологиялық тұрғыда қорғау жолдары. «Жасыл сертификаттау» бағдарламаларының мәні. Экотуризм тұрақты дамуға ықпал әсері.

5.2.5 Туризмнің әлеуметтік-мәдени тұрақтылығы

Туризмнің әлеуметтік әсері. Мәдени мұраны қорғау стратегиясын талдау. Жергілікті қауымдастықтардың туризмдегі ролі. Мәдениетаралық коммуникация және оның тұрақтылыққа әсері. Қазақстандағы мәдени туризм мысалдары.

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 12-сі

5.2.6 Туризмнің экономикалық тұрақтылығы

Туризм экономикаға қосатын үлесі. экономикалық тұрақтылықтың негізгі көрсеткіштері. Туризмнен түскен табысты қайта инвестициялау маңызын сипаты. Жеке және мемлекеттік сектордың туризмді тұрақты дамытудағы рөлі. Қазақстан экономикасында туризмнің үлесін анықтау.

5.2.7 Туристік дестинацияларды басқарудың институционалдық негіздері

Дестинацияны басқару ұйымдарының (DMO) маңызы. Мемлекеттік және жеке басқару құрылымдарының ерекшеліктері, айырмашылығы. Туризм саласындағы мемлекеттік саясаттың бағыттары. Халықаралық ұйымдардың (UNWTO, WTTC) тұрақты туризмдегі орны. Қазақстанда дестинацияларды басқару жүйесінің стратегиясы.

5.2.8 Маркетинг және тұрақты дестинация имиджі

Дестинация маркетингі ұғымы. Тұрақты имидж қалыптастырудың ерекшеліктері. Туристік бренд пен тұрақты даму арасындағы байланыс. Цифрлық маркетинг тұрақты туризмге әсер ету сипаты. Қазақстан дестинацияларының имидждік мәселелері.

5.2.9 Туристік инфрақұрылым және оның тұрақтылығы

Туристік инфрақұрылымның негізгі элементтері. Инфрақұрылымның экологиялық тұрақтылығын қамтамасыз ететін факторлар. Энергия тиімділігі мен қалдықсыз технологиялардың рөлі. Тұрақты көлік жүйесінің туризмдегі маңызы. Қазақстандағы туристік инфрақұрылымның даму деңгейі.

5.2.10 Қауіпсіздік және тәуекелдерді басқару

Туристік дестинациядағы қауіпсіздік факторлары. Табиғи және әлеуметтік тәуекелдерді басқару әдістері. Дағдарыс жағдайында дестинацияның бейімделу стратегиясы. Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз етудің халықаралық стандарттары. Қазақстандағы қауіпсіз туризм тәжірибесі.

5.2.11 Туристік ресурстарды тұрақты пайдалану

Табиғи және мәдени ресурстардың түрлері. Ресурстарды тұрақты пайдаланудың принциптері. Артық пайдаланудың экологиялық және экономикалық салдары. Қорықтар мен ұлттық парктердегі тұрақты туризм тәжірибесі. Ресурстарды қалпына келтіру шаралары.

5.2.12 Дестинацияның әлеуметтік-экономикалық мониторингі

Мониторинг ұғымы және оның маңызы. Негізгі индикаторлар мен көрсеткіштер. Туризм статистикасының дереккөздері. Тұрақты даму индекстері мен бағалау әдістері. Қазақстандағы дестинацияларды бағалау жүйесін түсіндіру.

5.2.13 Қалалық және ауылдық дестинациялардың тұрақты дамуы

Қалалық туризмнің ерекшеліктері. Ауылдық туризмнің тұрақты дамудағы рөлі. Инновациялық жобалар арқылы дестинацияны дамыту. Ауылдық туризмдегі жергілікті тұрғындардың қатысуы. Қазақстандағы ауылдық туризм мысалдары.

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 13-сі

5.2.14 Инновациялар және «ақылды» туризм

«Smart tourism» мәні мен сипаты. Ақпараттық технологиялардың дестинацияны басқару қызметінің сипаттамасы. Big Data және цифрлық карталардың маңызы. Инновациялық шешімдердің тұрақты дамуға әсері. Қазақстанда «ақылды туризм» жобаларының мысалдары.

5.2.15 Тұрақты туризмді дамытудағы халықаралық тәжірибе

Әлемдік тұрақты туризмнің көшбасшы елдерінің, 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. Еуропа мен Азия елдерінің дестинация басқару үлгілері. Халықаралық серіктестіктердің ролі.

5.3 ТУРИЗМ МАРКЕТИНГІ

«Туризм маркетингі» пәнінің мақсаты – студенттерге туризм және қонақжайлылық индустриясына тән маркетинг білімі мен дағдыларын қамтамасыз ету, маркетингтік стратегияларды сәтті әзірлеу, жүзеге асыра алу, клиенттерді тарту және туристік және қонақ үй кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін жақсарту жолдарын үйрету.

«Туризм маркетингі» пәні бойынша 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 принциптері. Туристік кәсіпорында маркетинг тұжырымдамасын жүзеге асыру технологиясы.

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 14-сі

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 кезеңдері. 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 кезеңдері. 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

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

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 15-сі

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.

5.3.13. Көрмелер мен жәрмеңкелер

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

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 16-сі

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 функциясы мен 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;
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-

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 17-сі

географиялық ғылым ретінде;

15. Рекреациялық географияда қолданылатын негізгі түсініктер;
16. Рекреациялық іс-әрекеттердегі статистикалық есеп беру тәсілдері;
17. Территориялық рекреациялық жүйелер ТРЖ, оны құрайтын жүйелер байланысы рекреациялық іс-әрекеттердің 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 географиясында қолданылатын негізгі ұғымдар мен терминдер. «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;
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 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;

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

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 18-сі

39. Туризмдегі менеджмент міндеттері;
40. Кез келген туристік мекемені басқарудағы 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;
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 қазіргі жағдайы мен дамуындағы негізгі үрдістерді статистикалық деректер негізінде талдап, дәлелді қорытындылар жасаңыз;
49. Халықаралық туризм дамуының қазіргі тенденциялары және әлемдік туристік ағымдардың географиясы;
50. Халықаралық туристік ұйымдар және туризм дамуындағы олардың ролі.

6.2. «Туристік дестинациялардың тұрақты дамуын басқару» пәні бойынша кешенді емтихан сұрақтары:

1. Тұрақты туризм ұғымы және оның қалыптасу тарихы;
2. Тұрақты туризмнің негізгі қағидаттары мен мақсаттары;
3. БҰҰ-ның тұрақты даму мақсаттарындағы туризмнің ролі;
4. Туристік дестинация ұғымы және оның құрылымдық элементтері;
5. Туристік дестинацияның өмірлік циклі теориясы (Р.Батлер үлгісі) ;
6. Туристік дестинацияларды басқару жүйесінің мәні мен маңызы;
7. Экологиялық, әлеуметтік және экономикалық тұрақтылық ұғымдары;
8. Тұрақты туризм мен жауапты туризм арасындағы айырмашылық;
9. Туристік дестинацияның тартымдылығын бағалау әдістері;
10. Туризм саласындағы халықаралық ұйымдардың (UNWTO, UNEP, UNESCO) қызметі;
11. Туристік дестинацияны стратегиялық жоспарлау ұғымы;
12. Дестинацияларды басқарудағы мүдделі тараптар (stakeholders) ролі;
13. DMO (Destination Management Organization) қызметінің негізгі бағыттары;
14. Туристік дестинациялардың маркетингтік стратегиялары;
15. Бенчмаркинг пен бәсекелестік артықшылықты анықтау тәсілдері;
16. Туристік бренд және имидж қалыптастыру ерекшеліктері;
17. Дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру факторлары;
18. Дестинацияларды басқаруда цифрлық технологиялардың ролі;
19. Қоғамдастықты тарту және жергілікті тұрғындардың қатысуы;
20. Туризм индустриясын басқаруда мемлекеттік және жеке сектор серіктестігі;
21. Табиғи ресурстарды тұрақты пайдалану қағидалары;
22. Экологиялық туризмнің тұрақты даму үлгісіндегі орны;
23. Ұлттық парктер мен қорықтарды тұрақты басқару тәсілдері;
24. Туристік жүктеме (carrying capacity) ұғымы және оны бағалау 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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 19-сі

25. Климаттың өзгеруі және оның туризмге әсері;
26. «Жасыл» туризм және экологиялық сертификаттау жүйелері;
27. Туризмнің жергілікті қоғамға әлеуметтік әсері;
28. Мәдени мұра объектілерін қорғау және туризм;
29. Этнотуризм мен ауылдық туризмнің тұрақты даму мүмкіндіктері;
30. Туризмдегі гендерлік және әлеуметтік теңдік мәселелері;
31. Жергілікті мәдениетті коммерцияландыру тәуекелдері;
32. Туристік этика және жауапты мінез-құлық кодексі (UNWTO Global Code of Ethics);
33. Қоғамдық сана мен экологиялық мәдениетті қалыптастыру;
34. Туристік білім беру мен кадр даярлаудың тұрақты даму үлгісіндегі рөлі;
35. Жергілікті қауымдастықтың туризмнен экономикалық пайда алу жолдары;
36. Мәдени және экологиялық волонтерлік туризм тәжірибесі;
37. Қалдықтарды басқару және энергия үнемдеу тәжірибесі туризмде;
38. Экологиялық менеджмент жүйелері (ISO 14001, EMAS);
39. Табиғи және мәдени мұраны сақтау мәселелері;
40. Туризмдегі көміртек ізі мен оны азайту шаралары;
41. Туризмнің аймақтық экономикаға әсерін бағалау әдістері;
42. Тұрақты туризмді қаржыландыру көздері мен инвестициялау тетіктері;
43. Туризмдегі мемлекеттік реттеу және құқықтық негіздер;
44. Қазақстандағы туристік дестинацияларды басқару жүйесінің қазіргі жағдайы;
45. Мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялар («Kazakhstan 2050» және т.б.);
46. Кәсіпкерлік пен шағын бизнес рөлі тұрақты туризмде;
47. Инновациялық туризм түрлері және олардың даму перспективалары;
48. Smart-дестинациялар мен цифрлық платформалардың артықшылықтары;
49. Тұрақты даму көрсеткіштерін мониторингтеу және бағалау жүйесі;
50. Қазақстанның ұлттық парктері мен туризм кластерлерін тұрақты дамыту мысалдары.

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;
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;

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 20-сі

18. Маркетингтік стратегиялар түрлері мен ерекшеліктері;
19. Туристік қызметтегі SMS маркетингі ролі;
20. Туристік компаниялардың брендин қалыптастыру стратегиясы;
21. Туристік қызметтерді сату тәсілдерін таңдаудағы негізгі факторлар;
22. Туризмде маусымдықты басқару және онда маркетингтің ролі;
23. Туристік нарықтағы инновацияның ролі;
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 ролі;
36. Туристік қызметтерді сату кезінде жеке сату техникасы;
37. Туристік қызметтегі PR стратегиясының ролі;
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;
46. Агенттік келісімнің негізгі шарттары және лицензиялық келісімді (франчайзинг);
47. Сатып алу мінез-құлқына әсер ететін әлеуметтік және психологиялық факторлар;
48. Сатуды ынталандыру құралдары (формалары);
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 имени Л.Н.Гумилева, 2017.- 385 с.
2. Баяндинова А.М, Подсухина О.В. Основы туризмологии: учебное пособие.- Алматы: Эверо, 2022.- 216 с.

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 21-сі

3. Бегалинова, Қ. С., & Сайлауова, С. Қ. Туризм индустриясын басқару. – Алматы: Эверо, 2022.
4. Мұхтарова, Г. Ш. Тұрақты туризм: теория және тәжірибе. – Нұр-Сұлтан: Қазақ университеті, 2021.
5. Kozak, M., & Buhalis, D. (Eds.). Managing Tourist Destinations: Sustainable Perspectives. – Routledge, 2019.
6. UNWTO. Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. – Madrid, 2018.
8. Weaver, D. B. Sustainable Tourism: Theory and Practice. – Elsevier, 2020.
9. Butler, R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. – The Canadian Geographer, 1980.
10. Bramwell, B., & Lane, B. Sustainable Tourism and the Governance of Tourism Destinations. – Journal of Sustainable Tourism, 2011.
11. Қазақстан Республикасының 2019–2025 жылдарға арналған туризмді дамыту мемлекеттік бағдарламасы. – Астана, 2019.
12. Имангулова Т.В., Жақсыбекова Д.К., Туризмдегі жобаларды басқару: оқу құралы, 2021.
12. Рахимбаев А.Б. Маркетинг теориясы және практикасы. Оқу құралы. 2019.
13. Кенжин Ж.Б. Маркетинг. Оқу құралы. 2020.
14. Лукина А. Маркетинг товаров и услуг. Учебное пособие. 2021.
15. Коль О.Д. Маркетинг в туристской индустрии. 2021.
16. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг . 2021.

Қосымша әдебиеттер:

1. Имангулова Т.В, Жақсыбекова Д.К. Туризмология негіздері: оқу құралы.- Алматы: ҚазСТА, 2016.- 124 б.
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, Игнатева В.В, Петрова Г.В. Организация туристской индустрии: учебник.- 4-е изд.- Москва: М.:Издательский центр "Академия", 2021.- 320 с.
4. Анарбаев А.К. Туризм: оқу құралы.- Түркістан: Тұран, 2017.- 114 б.
5. Баранова А.Ю. Теория развития экономических интересов объектов туризмологии: монография.- Москва: Инфра-М, 2017.- 150 с.
6. Грошев И.В. Туризм для лиц пожилого возраста: монография.- Москва: Инфра-М, 2020.- 303 с.
7. Hall, C. M., Gössling, S. Sustainable Tourism: Policy and Practice. – Routledge, 2018.
8. Шаяхметова, Г. Т. Аймақтық туризм және дестинацияларды басқару. – Алматы: Қазақ университеті, 2020.
9. UN Environment & UNWTO. Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. – Madrid, 2005.
10. Middleton, V. T. C., & Clarke, J. Marketing in Travel and Tourism. – Routledge, 2021.
11. Қазақ туризм ұлттық компаниясының ресми есептері мен аналитикалық шолулары (www.qaztourism.kz).
12. OECD. Tourism Trends and Policies. – Paris, 2022.

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 30.10.2025 ж.	Басылым № 2	22 беттің 22-сі

13. WTTC. Travel & Tourism Economic Impact Report – Kazakhstan. – London, 2023.

14. Шаекина Ж.М., Қойтанова Ә.Ж. Туризм маркетингі. Оқулық. Алматы: ЖШС РПБК «Дәуір». 2012ж.

15. Т.М.Братенкова. Маркетинг в туристической индустрии : тексты лекций для студентов специальности 1-89 02 02 «Туризм и природопользование» / Т. М. Братенкова. – Минск : БГТУ, 2014. – 127 с.

https://elib.belstu.by/bitstream/123456789/14013/1/bratenkova_marketing-v-turisticheskoi-industrii.pdf;

16. «Бастау Бизнес» жобасы аясында кәсіпкерлік негіздерін оқыту Б 26 бойынша оқу құралы / «Атамекен» ҰҚП. – Астана: «Шаңырақ-Медиа» ЖШС, 2018, – 250 б.

17. Маркетинг товаров и услуг: Уч.пос. / А.В.Лукина, - 2 изд.-М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М,2021.-239 с.(СПО)(П).