

Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан
Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова

«УТВЕРЖДЕНО»

Решением Правления

НАО «Карагандинский университет
имени академика Е.А. Букетова»

Протокол № 8 от « 24 » _____ 2024 г.



проф. Дулатбеков Н.О.

«УТВЕРЖДЕНО»

Решением Совета директоров

НАО «Карагандинский университет
имени академика Е.А. Букетова»

Протокол № 5 от « 21 » _____ 2024 г.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

7М11101 – Туризм

Уровень: Магистратура

Караганда
2024

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «7M11101 – Туризм»

«СОГЛАСОВАНО»

Директор Палаты предпринимателей Карагандинской области

Е.Д. Кульпеисов

2024 г.



«СОГЛАСОВАНО»

Директор ТОО «Luxe Travel»

А.К. Окенова

2024 г.



«СОГЛАСОВАНО»

Директор ТОО «NAZ TOUR KZ»

Н.И. Жакенова

2024 г.



Образовательная программа «7М11101-Туризм» разработана на основании:

- Закона Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III «Об образовании»;
- Приказа МОН РК №152 от 20.04.2011г. «Об утверждении Правил организации учебного процесса по кредитной технологии»;
- НРК от 16.03.2016г. Республиканской трехсторонней комиссии по социальному партнерству и регулированию социальных и трудовых отношений;
 - Приказа МОН РК №569 от 13.10.2018г. «Об утверждении Классификатора направлений подготовки кадров с высшим и послевузовским образованием»;
 - Государственного общеобязательного стандарта послевузовского образования РК, утвержденный приказом МНиВО РК №2 от 20.07.2022г.;
 - Стандарта «Педагог», утвержденный приказом МП РК №500 от 15.12.2022г.;
 - Профессионального стандарта для педагогов (профессорско-преподавательского состава) организаций высшего и (или) послевузовского образования, утвержденный приказом Министра науки и высшего образования Республики Казахстан № 591 от 20 ноября 2023 г.;
 - Профессиональных стандартов, утвержденных Приказами Председателя/Заместителя Председателя Правления Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен»:
 - 1) «Туризм» (Приложение №1 к приказу №3 от 17 января 2017 г.);
 - 2) «Управление развитием туристской индустрии в регионе / области» (Приложение №31 к приказу №262 от 26.12.2019 г.);
 - 3) «Управление туристским предприятием» (Приложение №39 к приказу №262 от 26.12.2019 г.);
 - 4) «Продвижение туристского продукта» (Приложение №40 к приказу №262 от 26.12.2019 г.);
 - 5) «Организация туристских услуг в сфере въездного и внутреннего туризма» (Приложение №33 к приказу №262 от 26.12.2019 г.);
 - 6) «Организация туристских услуг в сфере выездного туризма» (Приложение №34 к приказу №262 от 26.12.2019 г.);
 - 7) «Организация бронирования авиабилетов» (Приложение №32 к приказу №262 от 26.12.2019 г.);
 - Атласа новых профессий «Бренд-менеджер туристских дестинаций» (<https://www.enbek.kz/atlas/profession/311>).

Содержание

№	Паспорт образовательной программы	Страницы
1	Код и наименование образовательной программы	5
2	Код и классификация области образования, направлений подготовки	5
3	Группа образовательных программ	5
4	Объем кредитов	5
5	Форма обучения	5
6	Язык обучения	5
7	Присуждаемая степень	5
8	Вид ОП	5
9	Уровень по МСКО	5
10	Уровень по НРК	5
11	Уровень по ОРК	5
12	Отличительные особенности ОП	5
	ВУЗ-партнер (СОП)	
	ВУЗ-партнер (ДДОП)	
13	Номер приложения к лицензии на направление подготовки кадров	5
14	Наименование аккредитационного органа и срок действия аккредитации ОП	5
15	Цель ОП	5
16	Квалификационная характеристика выпускника	5
а)	Перечень должностей выпускника	5
б)	Сфера и объекты профессиональной деятельности выпускника	6
в)	Виды профессиональной деятельности выпускника	6
г)	Функции профессиональной деятельности выпускника	6
17	Формулировка результатов обучения на основе компетенций	8
18	Определение модулей дисциплин в соответствии с результатами обучения	9
19	Матрица достижимости результатов обучения	10
20	Согласование планируемых результатов обучения с методами обучения и оценивания в рамках модуля	15
21	Критерии оценивания достижимости результатов обучения	16
22	Модель выпускника	19

Паспорт образовательной программы

1. Код и наименование образовательной программы: 7М11101-Туризм
2. Код и классификация области образования, направлений подготовки: 7М11-Услуги, 7М111 - Сфера обслуживания
3. Группа образовательных программ: 7М111-Туризм
4. Объем кредитов: 120
5. Форма обучения: очная
6. Язык обучения: казахский, русский, английский
7. Присуждаемая степень: магистр наук по образовательной программе «7М11101-Туризм»
8. Вид ОП: действующая
9. Уровень по МСКО: 7
10. Уровень по НРК: 7
11. Уровень по ОРК: 7
12. Отличительные особенности ОП:
 - ВУЗ-партнер (СОП): Университет Кастамону (Турецкая Республика)
 - ВУЗ-партнер (ДДОП): -
13. Номер приложения к лицензии на направление подготовки кадров: KZ83LAA00018495, Приложение 016 от 28.07.2020г.
14. Наименование аккредитационного органа и срок действия аккредитации ОП: НАОКО, свидетельство №SA-A №0168/8, дата выдачи: 10.06.2019 г., срок действия: до 07.06.2024 г.
15. Цель ОП: Подготовка высококвалифицированных специалистов в области туризма, владеющих системным видением комплексного и эффективного управления бизнес-процессами в индустрии туризма.
16. Квалификационная характеристика выпускника
 - а) Перечень должностей выпускника:
 - руководитель (директор) туристской компании;
 - заместитель руководителя (директора) туристского предприятия;
 - начальник отдела туризма;
 - руководитель туристского информационного центра;
 - руководитель туристического агентства;
 - руководитель отдела маркетинга и рекламы в туристском предприятии;
 - начальник отдела бронирования авиабилетов;
 - менеджер по туризму;
 - организатор экскурсий;
 - руководитель кружка (клуба по интересам, коллектива, любительского объединения, секции, студии, туристской группы);

- туристический оператор;
- менеджер въездного и внутреннего туризма;
- менеджер выездного туризма;
- менеджер по продажам круизов.

б) Сфера и объекты профессиональной деятельности выпускника:

- управленческая;
- предпринимательская;
- коммерческая;
- научно-исследовательская.

Объектами профессиональной деятельности выпускника являются: органы государственного управления, связанные с организацией туризма; государственные и частные компании, занимающиеся туристским бизнесом; консалтинговые компании туристского профиля; научные учреждения социально-экономического, географического профиля, проектно-изыскательские и плановые организации, высшие учебные заведения.

в) Виды профессиональной деятельности выпускника: научно-исследовательская, образовательная (педагогическая), аналитическая, консультативная.

г) Функции профессиональной деятельности выпускника:

1) *проектная деятельность*:

– способность разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию;

– способность к разработке стратегий развития туристской деятельности на международном, республиканском и региональном (локальном) уровнях;

– готовность применять методы анализа, разработки и поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии;

2) *производственно-технологическая деятельность*:

– способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии;

– способность к оценке инновационно-технологических рисков в туристской индустрии;

– способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии;

3) *организационно-управленческая деятельность*:

– управление, организация, планирование и контроль за деятельностью информационного центра;

– владение приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии;

– способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику предприятия туристской индустрии;

– способность оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на

разных уровнях;

4) сервисная деятельность:

– способностью разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг туристской индустрии;

5) научно-исследовательская и педагогическая деятельность:

– готовность использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере туризма;

– способность ставить задачи и выбирать методы исследования, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в сфере туризма;

– готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций и публичных обсуждений;

– способностью к разработке и внедрению инновационных технологий в туристской индустрии;

– преподавание профильных дисциплин.

17. Формулировка результатов обучения на основе компетенций

Тип компетенций	Код результата обучения	Результат обучения (по таксономии Блума)
1. Поведенческие навыки и личностные качества: (Soft skills)	PO 1	Владеет основными понятиями, теориями и подходами к изучению общества и его подсистем и применяет методы получения педагогической и психологической информации для формирования навыков критического мышления и способности его применения к сфере педагогической деятельности
	PO 2	Применяет современные образовательные технологии
	PO 3	Готов к коммуникациям для решения задач в области психологии управления
	PO 4	Умеет свободно, доступно и убедительно коммуницировать в вербальной и невербальной форме на трех языках для решения задач профессиональной деятельности
2. Цифровые компетенции: (Digital skills)	PO 6	Определяет теорию и методологию коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, теоретико-прикладные положения по исследованию экономической, правовой и организационной проблем системы управления инновационными проектами в научной деятельности, особенно в рамках цифровой трансформации отраслей экономики.
	PO 7	Применяет инновационные технологии в туристской деятельности, разрабатывает авторские концепции развития SMART-туризма и критерии для оценки степени цифровизации туристских дестинаций.
3. Профессиональные компетенции: (Hard skills)	PO 5	Компетентен в использовании профессиональных терминов на английском языке и в отборе языковых средств при переводе специализированных текстов
	PO 8	Демонстрирует концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии, основные источники и методологию изучения экономики туризма, тенденции и перспективы развития туристской индустрии на глобальном и локальном уровнях
	PO 9	Диагностирует и выявляет различные типы проблемных ситуаций в туристском бизнесе, разрабатывает меры по их предупреждению и преодолению, планирует и осуществляет контроль за реализацией проекта в туристском бизнесе
	PO 10	Разрабатывает туристские брендовые продукты продвижения дестинации, отвечающих требованиям потребителям, оценивает экономическую эффективность туристских брендовых продуктов продвижения дестинации
	PO 11	Анализирует социально-экономические, мотивационные и ситуационные факторы поведения потребителей на туристском рынке, определяет эффективные приемы и методы воздействий на поведение потребителей
	PO 12	Применяет на практике базовые и теоретические знания по стратегическому маркетингу и туризму, анализирует туристско-рекреационные потребности, а также туристскую активность населения, виды туристской деятельности, особенности развития туристской инфраструктуры
	PO 13	Владеет теоретическими и методическими основами экономико-математического анализа, моделирования и прогнозирования процессов в туризме

18. Определение модулей дисциплин в соответствии результатами обучения

Код результата обучения	Наименование модуля	Наименование дисциплин	Объем (ECTS)
PO 1	Философско-исторические аспекты социально-гуманитарных знаний	История и философия науки	4
PO 2		Педагогика высшей школы	4
PO 3		Психология управления	4
PO 2, PO 4		Педагогическая практика	4
PO 4	Профессиональные языки	Иностранный язык (профессиональный)	4
PO 5		Профессиональная иностранная терминология в туризме (на английском)	5
		Деловое общение на иностранном языке (на английском)	
PO 6	Инновационное развитие экономики	Управление проектами	5
		Коммерциализация результатов научной и научно-технической деятельности	
		Управление инновационными бизнес-проектами	
PO 7		Инноватика в туризме	5
		Цифровизация и SMART-туризм	
		Гостиничный бизнес и туристские операционные системы	
PO 8	Теоретические и методологические проблемы индустрии туризма	Современные исследования индустрии туризма	5
PO 7, PO 9		Научные методы исследования (на английском языке)	5
PO 9		Управление бизнес-процессами в индустрии туризма	5
PO 8, PO 11	Стратегический маркетинг в туристских организациях и тенденции развития мирового туризма	Туристско-рекреационные ресурсы Казахстана: состояние и оценка потенциала (на английском)	4
PO 12		Мотивация туризма и путешествий (на английском)	
		Стратегический маркетинг в туризме	6
		Стратегии развития туристской индустрии в регионах и мира	
		PO 13	Маркетинг услуг (на английском)
Экономико-математический анализ в туризме			
PO 5, PO 10	Теоретические и методологические проблемы индустрии туризма (продолжение модуля)	Методы и способы анализа данных туристских интернет-сайтов	4
		Управление человеческими ресурсами в туристской индустрии (на английском)	
		Брендинг туристских дестинаций (на английском)	
Продвижение турпродукта в социальных сетях (на английском)			
PO 5, PO 8		Этика (на английском)	6
		Тенденции развития глобального туризма (на английском)	
	Устойчивое развитие туризма (на английском)		
PO 5, PO 8, PO 12	Научно-исследовательская работа	Развитие сельского туризма (на английском)	24
		Научно-исследовательская работа магистранта, включая прохождение стажировки и выполнение магистерской диссертации	
PO 8, PO 12		Исследовательская практика	14
PO 7, PO 8, PO 9, PO 10, PO 11, PO 12, PO 13	Итоговая аттестация	Оформление и защита магистерской диссертации	8

19. Матрица достижимости результатов обучения

№ п/п	Наименование дисциплин	Краткое описание дисциплины (30-40 слов)	Кол-во кредитов	Формируемые результаты обучения (коды)												
				PO 1	PO 2	PO 3	PO 4	PO 5	PO 6	PO 7	PO 8	PO 9	PO 10	PO 11	PO 12	PO 13
Цикл базовых дисциплин Вузовский компонент																
D1	История и философия науки	Целью дисциплины является изучение философских явлений научного познания в его склонности к развитию и изменяющемуся социокультурному профилю. В результате изучения дисциплины формируются знания об особенностях научного познания, роли науки в культуре современной цивилизации, навыки философского мышления у обучающихся.	4	+												
D2	Педагогика высшей школы	Изучается с целью формирования представлений о современной парадигме высшего образования и теории научной деятельности в высшей школе. Рассматриваются вопросы о педагогике, воспитании профессионалов-специалистов, профессиональных навыках преподавания в образовательных организациях, педагогическом контроле и оценки знаний в высшей школе.	4		+											
D3	Психология управления	Изучается с целью формирования знаний о психологических закономерностях управленческой деятельности, специфике использования социально-психологических знаний в структуре деятельности менеджера, навыков анализа социально-психологических принципов, лежащих в основе эффективного управления, теоретических положений и актуальных проблем психологии управления; особенностей психологии управления; личностных особенностей руководителя.	4			+										
D4	Иностранный язык (профессиональный)	Изучается с целью развития умений и навыков иноязычной речевой деятельности в предметной области для эффективной коммуникации в ситуациях профессионального общения. Курс предназначен для обучения приемам работы со специализированной литературой, практике устного и письменного двустороннего перевода. Рассматриваются вопросы особенностей иностранного языка для специальных целей и норм профессиональной речи.	4				+									
Цикл базовых дисциплин Компонент по выбору																
D5	Профессиональная иностранная терминология в туризме (на английском)	Изучается с целью формирования знаний по применению понятийно-категориального аппарата на иностранном языке для решения исследовательских и маркетинговых задач; организации научно-исследовательской и профессиональной	5					+								

		деятельности на теоретико-методологической основе лингвистических и экономических наук; использования иностранного языка как средства общения в маркетинговой среде.																
	Деловое общение на иностранном языке (на английском)	Изучается с целью формирования знаний по организации деловой коммуникации на английском языке, использования диалогической и монологической речи в специализированных ситуациях, связанных с экономической деятельностью; развития навыка по стилистически грамотному, логически правильному изложению ответа на вопросы на иностранном языке.	5						+									
D6	Управление проектами	Дисциплина направлена на формирование базовых знаний и навыков в области планирования, управления ресурсами, оценки рисков и контроля за исполнением проектов. Магистранты познакомятся с инструментами и техниками управления проектами, среди которых - диаграмма Ганта, Scrum и Agile, а также с основами командной работы и управления конфликтами.	5						+									
	Коммерциализация результатов научной и научно-технической деятельности	Изучается с целью формирования навыков по коммерческому применению результатов интеллектуальной деятельности и внедрению научных разработок и технологий в производство, подготовке научных проектов для получения финансирования, а также по взаимодействию в наукоемком высокотехнологичном секторе.	5						+									
	Управление инновационными бизнес-проектами	Изучается с целью формирования навыков по вопросам эффективного управления проектами, содержащими инновационную составляющую. Рассматриваются ключевые принципы определения цели, предметных областей и структуры инновационного проекта; алгоритм решения задач, возникающих в ходе реализации инновационного проекта.	5						+									
D7	Инноватика в туризме	Изучается с целью формирования представлений об основах оценки инновационной бизнес-среды организации, в особенности в рамках ее туристской деятельности; совершенствования навыков разработки и оценки эффективности используемых инновационных технологий на туристском предприятии; развития компетенций по исследованию прогрессивных инновационных технологий в туризме.	5						+									
	Цифровизация и SMART-туризм	Изучается с целью формирования знаний по разработке авторских концепций развития SMART-туризма и критерий оценки степени цифровизации туристских дестинаций; развития цифровых компетенций по использованию SMART-решений в туризме, оценки уровня цифровизации туристских дестинаций.	5						+									
	Гостиничный бизнес и туристские операционные системы	Целью дисциплины является предоставление магистрантам понимания основ гостиничного бизнеса и туристских операций. Включает в себя изучение основных элементов гостиничного менеджмента, среди которых - прием и размещение гостей, управление персоналом, обслуживание, маркетинг и продажи.	5						+									

		Особое внимание уделяется логистике туристских операций, планированию туров, управлению цепочками поставок и работе с партнерами.																
Цикл профилирующих дисциплин Вузовский компонент																		
D8	Современные исследования индустрии туризма	Изучается с целью формирования знаний по вопросам использования современных методов анализа и алгоритмов проведения исследований в индустрии туризма. В результате изучения дисциплины формируются знания об основах проведения современных исследований индустрии туризма; практические навыки проведения исследований в туризме на основе применения современного инструментария.	5															
D9	Методы научных исследований (на английском)	Изучается с целью формирования знаний о методологии и инструментах научных исследований. Включает в себя изучение ключевых методов сбора данных, анализа и интерпретации результатов, а также техники разработки и обоснования гипотез. Особое внимание уделяется написанию научных статей, составлению научных отчетов и оформлению исследовательских проектов.	5															
D10	Управление бизнес-процессами в индустрии туризма	Дисциплина способствует формированию знаний об управлении ключевыми бизнес-процессами в туризме. Охватывает организацию деятельности туроператоров, планирование туристских услуг, управление взаимоотношениями с клиентами и партнерами, а также внедрение технологий для повышения эффективности бизнес-деятельности.	5															
Цикл профилирующих дисциплин Компонент по выбору																		
D11	Туристско-рекреационные ресурсы Казахстана: состояние и оценка потенциала (на английском)	Изучается с целью развития теоретико-практических навыков проведения оценки уровня туристско-рекреационного потенциала регионов Казахстана. В результате изучения дисциплины формируются теоретические знания об аспектах оценки туристско-рекреационного потенциала территорий; совершенствуются навыки проведения количественного и качественного анализа рекреационных ресурсов страны.	5															
	Мотивация туризма и путешествий (на английском)	Изучается с целью формирования знаний и методологических основ мотивации потребителей туристских услуг, развития профессиональных навыков анализа. Рассматриваются концептуальные основы мотивации туризма и путешествий; мотивационные факторы, влияющие на покупательскую способность потребителей туристских услуг.	5															
D12	Стратегический маркетинг в туризме	Изучается с целью формирования знаний по анализу внешней и внутренней среды туристского предприятия в рамках его стратегического развития; получения навыков систематизации и обобщения информации о состоянии маркетинговой среды туристского предприятия; навыков разработки маркетинговых стратегий на туристском предприятии.	6															

	Стратегии развития туристской индустрии в регионах мира	Изучается с целью формирования комплексного представления об основных направлениях и стратегиях развития туризма в мире; получения навыков анализа особенностей существующих стратегий развития туризма в различных странах мира; развития профессиональных компетенций в части использования инструментов разработки стратегий в туризме.	6																+	
	Маркетинг услуг (на английском)	Изучается с целью формирования знаний о специфике маркетинга в сфере услуг. Охватывает основные принципы маркетинга, стратегии позиционирования, продвижения и продажи услуг. В результате изучения дисциплины магистранты научатся использовать инструменты маркетингового анализа, а также разрабатывать комплексные маркетинговые планы.	6																+	
D13	Экономико-математический анализ в туризме	Изучается с целью формирования знаний и умений по применению на практике методов математического моделирования для решения туристских задач. В результате изучения дисциплины магистранты овладевают теоретическими основами проведения экономико-математического анализа в туризме; практическими навыками моделирования экономических процессов и применения математических методов для их анализа.	4																+	
	Методы и способы анализа данных туристских интернет-сайтов	Изучается с целью формирования навыков анализа и подключения счетчиков на туристских интернет-сайтах; усвоения основных принципов использования современных маркетинговых инструментов для сбора данных с туристских сайтов; получения практических навыков анализа данных для последующей унификации и повышения эффективности интернет-страниц туристского предприятия.	4																+	
	Управление человеческими ресурсами в туристской индустрии (на английском)	Изучается с целью формирования знаний о принципах и методах управления человеческими ресурсами в контексте туристской индустрии. Охватывает вопросы найма, обучения и мотивации персонала. Особое внимание уделяется вопросам трудовых отношений, оценки эффективности сотрудников, а также созданию позитивной рабочей среды в индустрии, где качество обслуживания является ключевым фактором успеха.	4																+	
D14	Брендинг туристских дестинаций (на английском)	Изучается с целью формирования навыков по анализу и управлению современными туристскими брендами. В результате изучения дисциплины магистранты знакомятся с сущностью, видами и функциями брендинга туристских дестинаций, его основными формами и технологиями; совершенствуют практические навыки формирования и развития туристского бренда.	4															+		
	Продвижение турпродукта в социальных сетях (на английском)	Изучается с целью формирования комплексного представления об инструментах продвижения турпродукта в социальных сетях и развития навыков продвижения турпродуктов на примере социальных сетей Instagram и Facebook. Рассматривается специальная терминология в области продвижения в социальных	4																+	

		сетях, особенности SMM для туристских продуктов.															
	Этика в туризме (на английском)	Изучается с целью ознакомления магистрантов с основами этических принципов и норм в туристском бизнесе. Курс включает в себя изучение основных подходов к этике, рассмотрение этических дилемм в различных контекстах туристского бизнеса. Особое внимание уделяется разработке этических решений, анализу реальных кейсов в туризме, а также формированию навыков критического мышления.	4					+						+			
D15	Тенденции развития глобального туризма (на английском)	Изучается с целью формирования знаний о перспективах и современных тенденциях развития международного туризма в условиях глобализации и цифровизации. Рассматриваются вопросы современного состояния туристской индустрии в разрезе регионов мира; проводится анализ перспективных тенденций развития туризма в условиях глобализации и цифровизации сферы услуг.	6					+			+						
	Устойчивое развитие туризма (на английском)	Изучается с целью формирования теоретических основ устойчивого развития туризма, понимание ключевых различий между экотуризмом и устойчивым туризмом; понимания сущности элементов устойчивого развития туризма и отраслевых критериев GSTC; ознакомления с теоретическими аспектами формирования устойчивых дестинаций в мире.	6					+			+						
	Развитие сельского туризма (на английском)	Изучается с целью формирования знаний о практиках развития сельского туризма. Курс рассматривает особенности сельской среды, ее культурные и природные ресурсы, а также стратегии привлечения туристов в сельские районы. Изучаются методы создания и продвижения туристских продуктов, ориентированных на сельские территории, аспекты устойчивого развития, а также экологические вопросы.	6					+			+						

20. Согласование планируемых результатов обучения с методами обучения и оценивания в рамках модуля

Результаты обучения	Планируемые результаты обучения по модулю	Методы обучения	Методы оценивания
PO1	Владеет основными понятиями, теориями и подходами к изучению общества и его подсистем и применяет методы получения педагогической и психологической информации для формирования навыков критического мышления и способности его применения к сфере педагогической деятельности	Интерактивная лекция	Тест
PO2	Применяет современные образовательные технологии	Кейс-методы	Коллоквиум
PO3	Готов к коммуникациям для решения задач в области психологии управления	Проектное обучение	Подготовка проекта
PO4	Умеет свободно, доступно и убедительно коммуницировать в вербальной и невербальной форме на трех языках для решения задач профессиональной деятельности	Дискуссия	Презентации
PO5	Компетентен в использовании профессиональных терминов на английском языке и в отборе языковых средств при переводе специализированных текстов	Дискуссия	Коллоквиум
PO6	Определяет теорию и методологию коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, теоретико-прикладные положения по исследованию экономической, правовой и организационной проблем системы управления инновационными проектами в научной деятельности	Перевернутый класс (Flipped Class)	Коллоквиум
PO 7	Применяет инновационные технологии в туристской деятельности	Проектное обучение	Подготовка проекта
PO8	Демонстрирует концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии, основные источники и методологию изучения экономики туризма, тенденции и перспективы развития туристской индустрии на глобальном и локальном уровнях	Кейс-методы	Катанотест
PO9	Диагностирует и выявляет различные типы проблемных ситуаций в туристском бизнесе, разрабатывает меры по их предупреждению и преодолению, планирует и осуществляет контроль за реализацией проекта в туристском бизнесе	Интерактивная лекция	Тест
PO10	Разрабатывает туристские брендовые продукты продвижения дестинации, отвечающих требованиям потребителей, оценивает экономическую эффективность туристских брендовых продуктов продвижения дестинации	Интерактивная лекция	Тест
PO11	Анализирует социально-экономические, мотивационные и ситуационные факторы поведения потребителей на туристском рынке, определяет эффективные приемы и методы воздействий на поведение потребителей	Интерактивная лекция	Тест
PO12	Применяет на практике базовые и теоретические знания по стратегическому маркетингу и туризму, анализирует туристско-рекреационные потребности, а также туристскую активность населения, виды туристской деятельности, особенности развития туристской инфраструктуры	Дискуссия	Презентации
PO13	Владеет теоретическими и методическими основами экономико-математического анализа, моделирования и прогнозирования процессов в туризме	Интерактивная лекция	Коллоквиум

21. Критерии оценивания достижимости результатов обучения

Коды РО	Критерии
PO1	Знает: основные понятия, теории и подходы к изучению общества, основные положения содержания высшего образования, современные дидактические концепции в высшей школе; особенности проектирования и организации педагогического и психологического процессов в вузе, современные образовательные технологии; основы педагогического мастерства и психологической техники, менеджмента в образовании, управления процессом формирования и развития личности обучающихся.
	Умеет: способности к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; способности использования в управленческой деятельности, знаний в области теории и практики; формулировать и решать задачи, возникающие в педагогическом процессе и требующие углубленных педагогических знаний; анализировать и осмысливать реалии современной теории и практики обучения в высшей школе; диагностировать и консультировать студентов с учетом профиля будущей профессиональной деятельности.
	Владеет: навыками применения теоретических и практических знаний для анализа объекта исследования, ведения; основными понятиями, теориями и подходами к изучению общества и его подсистем и применяет методы получения педагогической и психологической информации для формирования навыков критического мышления и способности его применения к сфере педагогической деятельности.
PO2	Знает: современные методики и технологии преподавания.
	Умеет: использовать информационные ресурсы для решения задач учебно-воспитательного характера.
	Владеет: навыками передачи знания в соответствии с требованиями современного образования.
PO3	Знает: основные положения и особенности деятельности практического психолога в сфере управленческой деятельности; способы и приемы повышения эффективности организации.
	Умеет: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; способность использования в управленческой деятельности, знаний в области теории и практики организации потенциальных возможностей в организационной сфере; о возможностях применения изученных материалов в практической деятельности психолога в управленческой сфере и в области разрешения конфликтных ситуаций между субъектами взаимодействия; о допустимых границах и способах влияния на сотрудников; о процедуре и закономерностях медиативного разрешения конфликтов.
	Владеет: навыками работы с участниками конфликтующих сторон, организационной системы, оказания им психологической помощи в управленческой сфере; готовность к коммуникациям для решения задач в области психологии управления; умение учитывать интересы, позиции и мотивы сотрудников; разрешение профессиональных конфликтов в организации.
PO4	Знает: иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; свободно и адекватно выражает свои мысли в беседе и понимает речь собеседника на иностранном языке; ведет письменное общение на иностранном языке, составляет деловые письма; применяет методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности.
	Умеет: точно использовать научную терминологию на иностранном языке, стилистически грамотно, логически правильно излагает ответ на вопросы; самостоятельно формирует выводы и обобщения.
	Владеет: выраженной способностью самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации; проявление познавательной активности, самостоятельности, творчества, умение отвечать на нестандартные вопросы и др.
PO5	Знает: знания по организации деловой коммуникации на английском языке.
	Умеет: использовать диалогический и монологический речи в специализированных ситуациях, связанных с экономической деятельностью; организовывать научно-исследовательскую и профессиональную деятельность на теоретико-методологической основе лингвистических и экономических наук.
	Владеет: навыками использования профессиональных терминов на английском языке.
PO6	Знает: основные методы и модели коммерциализации технологий, принципы влияния новых технологий на конкурентную ситуацию в бизнесе; суть и взаимосвязи этапов коммерциализации результатов НИОКР и технологий.
	Умеет: проводить анализ предлагаемых результатов НИОКР для их использования в собственном бизнесе; находить новые технологические возможности для развития собственного бизнеса.
	Владеет: навыками управления коммерциализацией результатов НИОКР и технологий.
PO7	Знает: сущность категории «инновации», типологию инноваций; содержание инновационного процесса и его этапы; цели и задачи инновационной деятельности в туристских фирмах; оценку эффективности инноваций в туризме.

	<p>Умеет: применять на практике инновационные методы работы; управлять инновационной деятельностью в туристской фирме; оценивать эффективность инноваций в туризме; разрабатывать цели и задачи инновационной деятельности в туризме.</p> <p>Владеет: навыками разработки проектов по основным направлениям туристской деятельности; применения современных информационных технологий при разработке новых культурных продуктов; разработки отдельных разделов проектов региональных программах развития туристской отрасли.</p>
PO8	<p>Знает: методы анализа, поиска, моделирования конструктивных решений; методологию их выбора и принятия конструктивных решений в деятельности предприятий туристской индустрии концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии, основные направления развития теории и методов исследований в сфере туризма систему социально-экономических параметров развития туристской индустрии; показателей эффективности и результативности деятельности предприятий туристской индустрии; перечня, содержания и правил составления отчетных материалов по результатам научного исследования.</p> <p>Умеет: осуществлять обоснованный выбор исследовательского инструментария для принятия конструктивных решений в деятельности предприятий туристской индустрии; ставить задачи и выбирать методы исследования экономики и социологии туризма, проводить исследования, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в сфере туризма оценивать эффективность и результативность туристской деятельности; составлять аналитические материалы и формы отчетности по научным изысканиям по результатам выполненных исследований, в том числе в виде публичных выступлений и обсуждений.</p> <p>Владеет: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ в туристской индустрии, навыками отстаивания своей точки зрения навыками принятия обоснованных конструктивных решений в деятельности предприятий туристской индустрии через грамотный выбор исследовательского инструментария; навыками постановки задач, а также выбора методов исследования; навыками проведения исследований в области экономики и социологии туризма с использованием выбранных методов владения принципами и технологией планирования и организации социально-экономических исследований в туристской индустрии; методологией составления аналитических материалов и форм отчетности по научным изысканиям по результатам выполненных исследований.</p>
PO9	<p>Знает: порядок открытия туристского предприятия, структуру, функции и особенности туристской индустрии; источники, принципы и порядок финансирования туристской индустрии; особенности формирования предпринимательской среды в туристской индустрии; теоретические основы управления персоналом туристского предприятия; теоретические основы организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей; экономические и правовые аспекты предпринимательства в туризме; основы организации и планирования деятельности предприятий туризма.</p> <p>Умеет: анализировать факторы социально-экономической эффективности деятельности предприятий туристской индустрии; определять экономическую эффективность работы предприятия туристской индустрии; оперировать экономическими показателями деятельности предприятий туристской индустрии; обосновывать стратегию и тактику экономического развития предприятия туристской индустрии в условиях рыночного реформирования; анализировать экономические проблемы на предприятиях туристской индустрии и находить пути их решения; решать типовые экономические задачи хозяйственной деятельности в туристской индустрии; создавать простейшие системы и структуры управления в предполагаемых формах турбизнеса.</p> <p>Владеет: применения нормативно-правовой базы в туристской деятельности; методами и технологиями мониторинга рынка туристских услуг; навыками координации деятельности по оптимизации использования ресурсов предприятий туристской индустрии; методиками планирования, управления, контроля, методами расчета оптимальных затрат для осуществления производственно-технологической деятельности в туризме; навыками работы с современными информационными технологиями, необходимыми для организации и осуществления предпринимательской деятельности в туризме; навыками разработки инноваций в турбизнесе: в создании турпродукта, в обслуживании туристов, в организации деятельности туристского предприятия; методическим и методологическим аппаратом, позволяющим исследовать, анализировать и прогнозировать явления в области предпринимательской деятельности.</p>
PO10	<p>Знает: сущность понятия «бренд места»; типологию и тенденции развития территориальных брендов; зарубежный опыт брендинга туристской дестинации, кодирование ее идентичности; основные проблемы в процессе брендинга туристской дестинации; особенности маркетинговой деятельности в продвижении брендов туристской дестинации; сущность, понятие и особенности концепции проектирования туристских брендовых продуктов продвижения туристской дестинации; элементы и структуру бренда территории (слоган или девиз, отражающий специфические особенности территории; логотип района или географический символ района, его товарный знак); методику составления бренда туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка; национальные особенности различных сегментов потребительского рынка в восприятии тех или иных туристских брендов дестинации.</p> <p>Умеет: составлять и реализовывать туристские бренды территорий; решать проектные ситуации ориентируясь, исключительно, на клиента; быстро и решительно корректировать проекты, исходя из изменившейся ситуации; применять приобретенные знания и навыки из области новых информационных технологий в своей профессиональной деятельности при решении общих и прикладных брендовых задач.</p> <p>Владеет: навыками владения технологией разработки брендов туристской дестинации; методологией и методикой проведения брендинга территории;</p>

	навыками взаимодействия в системе брендов туристской дестинации; основными навыками брендового проектирования.
PO11	Знает: методы структуризации потребностей; систему методов изучения и прогнозирования будущих нужд, запросов и предпочтений потенциальных потребителей; модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него; последовательность проведения анализа возможностей освоения рынка; современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей; потребности покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного их удовлетворения; цели приобретения товаров, услуг целевыми сегментами; систему ценностей потребителей, их намерения и особенности поведения; социально-психологические аспекты работы с потребителем; особенности процесса принятия решения о покупке.
	Умеет: выявлять факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в целом; воздействовать на мотивацию покупателя; разрабатывать соответствующую маркетинговую стратегию по оптимизации потребительского поведения; выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей.
	Владеет: научного анализа природы поведения потребителей.
PO12	Знает: функций маркетинга, форм и видов маркетинговой ориентации предприятия туристской индустрии; видов маркетинговых стратегий, решений и методов их разработки; основ продвижения туристского продукта в сфере туристской индустрии.
	Умеет: разрабатывать планы по преодолению кризисных ситуаций на рынке, связанных с изменением покупательского спроса, действиями конкурентов и внешней рыночной конъюнктуры, а также принимать меры по их предупреждению; формировать соответствующие маркетинговые стратегии и решения; обеспечивать координацию маркетинговых действий со всеми функциональными подразделениями туристской организации и субъектами туристского рынка по продвижению турпродукта в сфере туристской индустрии до конечных потребителей.
	Владеет: навыками проведения количественного и качественного анализа рекреационных ресурсов страны; разработки и реализации производственных программ и стратегий в маркетинговой туристской индустрии; разрешения антикризисного и инновационного маркетинга в ходе реализации туристского продукта.
PO13	Знает: основные понятия, терминологию, употребляемую в моделировании экономических процессов; целей, задач и принципов моделирования экономических процессов и применения математических методов для их анализа; основных направлений экономико-математического моделирования и сферу их применения в туризме.
	Умеет: применять на практике основные методы математического моделирования при решении задач в туризме, использовать математические методы для анализа экономических процессов и их моделей. Строить типовые модели экономических процессов.
	Владеет: владеть навыками экономико-математического моделирования явлений в туристской индустрии: владеть современными методами диагностики, анализа и решения проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике; демонстрировать знания экономико-математических методов и моделей, моделирование и классификацию экономико-математических моделей; применять на практике основные элементы теории игр в задачах моделирования экономических ситуаций; строить модели планирования и управления туристским предприятием.

22. Модель выпускника образовательной программы

Атрибуты выпускника

Высокий профессионализм в области экономики и бизнеса

Эмоциональный интеллект

Адаптивность к глобальным вызовам

Лидерство

Предпринимательское мышление

Глобальная гражданственность

Понимание значения принципов и культуры академической честности

Типы компетенций	Описание компетенций
1. Поведенческие навыки и личностные качества (Soft skills)	<ol style="list-style-type: none"> 1. способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; способность к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности; 2. готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; 3. профессиональное владение навыками руководства основными положениями нормативных документов в планировании, прогнозировании, анализе основных компонентов процесса обучения и воспитания в высшей школе; демонстрация уровня подготовки для решения психолого-педагогических задач в учебном процессе высшей школы; 4. готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном, русском и иностранном языках для решения задач в области профессиональной деятельности; 5. готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; 6. готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении профессиональных задач; 7. осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.
2. Цифровые компетенции (Digital skills):	<ol style="list-style-type: none"> 1. применяет цифровые инструменты при анализе аспектов, касающихся вопросов коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, а также в рамках управления инновационными проектами; 2. разрабатывает авторские концепции развития SMART-туризма и критерии для оценки степени цифровизации туристских дестинаций, использует информационно-телекоммуникационные инструменты для создания современных высококонкурентоспособных туристских продуктов.
3. Профессиональные компетенции (Hard skills)	<ol style="list-style-type: none"> 1. формулирование учебных задач по преподаваемым дисциплинам и владение оптимальной дидактической стратегией управления формированием познавательной деятельности в процессе обучения; 2. владение навыками чтения и нахождения необходимой информации в текстах по широкому профилю специальности, а также деловой документации;

3. освоение основных инструментов и методов научных исследований;
4. формирование навыков выявления и использования интеллектуальных ресурсов наряду с другими видами ресурсами компании, а также навыки анализа эффективности инновационных проектов с использованием современных программных продуктов, умение презентовать инновационные проекты;
5. способность использовать в научно-исследовательской деятельности по профессиональному направлению знание традиционных и современных проблем истории и философии науки.
6. имеет представление о современных направлениях развития туризма, философско-исторических, педагогических, психологических аспектах социально-гуманитарных знаний;
7. способен проводить научные исследования современных теоретических и практических проблем туристской отрасли;
8. применяет современные педагогические технологии при проведении занятий по экономическим и междисциплинарным дисциплинам;
9. применяет знания иностранного языка на профессиональном уровне, позволяющим проводить научные исследования и практическую деятельность в области туризма;
10. способен организовать и управлять процессами формирования и реализации туристских продуктов и услуг;
11. проводит системный анализ рынка туристских услуг и прогнозирует его развитие для эффективного функционирования индустрии гостеприимства и туризма, а также удовлетворения запросов потребителей;
12. применяет экономико-математические методы для анализа туристского рынка;
13. применяет методы оперативного, тактического и стратегического прогнозирования, проектирования и планирования деятельности в области туризма на региональном, национальном и международном уровнях.

Разработчики:

Члены рабочей группы:

Заведующая кафедрой маркетинга, к.э.н., профессор

Ассоциированный профессор кафедры маркетинга, к.э.н.

Профессор кафедры маркетинга, д.э.н., доцент

Магистрант 2 курса ОП «Туризм»

Д.Г. Мамраева

Л.В. Ташенова

А.Ж. Садуов

Б. Казгельдинова

Образовательная программа рассмотрена на Совете факультета от 10.04.24 протокол № 9

Образовательная программа рассмотрена на заседании Академического совета от 29.04.24 протокол № 5

Образовательная программа рассмотрена и утверждена на заседании Правления университета от 24.05.24 протокол № 8

Член Правления-проректор по академическим вопросам

М.М. Умуркулова

Директор Департамента по академической работе

Т.М. Хасенова

Декан экономического факультета

А.Н. Ламбекова

**ПЛАН РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
7М11101-ТУРИЗМ**

Цель Плана – содействовать повышению качества условий реализации образовательной программы с учётом актуальных требований рынка труда и достижений современной науки.

Целевые индикаторы

№	Индикаторы	Ед. изм.	2023-2024 (по факту)	2024-2025 (план)	2025-2026 (план)	2026-2027 (план)
1	Развитие кадрового потенциала					
1.1	Прирост числа преподавателей с учеными степенями	Кол-во чел.	9	1	1	1
1.2	Повышение квалификации по профилю преподавания	Кол-во чел.	6	4	4	4
1.3	Привлечение к преподаванию специалистов-практиков	Кол-во чел.	1	1	1	1
1.4	Другое	Кол-во чел.	-	-	-	-
2	Продвижение ОП в рейтингах					
2.1	НАОКО	Позиция	-	2	2	2
2.2	НААР	Позиция	6	2	2	2
2.3	Атамекен	Позиция	-	-	-	-
3.	Разработка учебной и научно-методической литературы, электронных ресурсов					
3.1	Учебники	Кол-во	2	1	1	1
3.2	Учебные пособия	Кол-во	2	2	2	2
3.3	Методические рекомендации/указание	Кол-во	1	3	3	3
3.4	Электронный учебник	Кол-во	1	2	2	2
3.5	Видео/аудиолекции	Кол-во	1	2	2	2
3.6	Другое	Кол-во	-			
4.	Развитие учебной и лабораторной базы					
4.1	Приобретение программных продуктов	Кол-во	-	1	-	-
4.2	Приобретение оборудования	Кол-во	1	1	1	1
4.3	Другое	Кол-во	-	-	-	-

4.1	Приобретение программных продуктов	Кол-во	-	1	-	-
4.2	Приобретение оборудования	Кол-во	1	1	1	1
4.3	Другое	Кол-во	-	-	-	-
5.	Актуализация содержания ОП					
5.1	Обновление результатов обучения и перечня дисциплин с учётом требований рынка труда, достижений науки, профессиональных стандартов	Год		+	+	+
5.2	Введение в ОП учебных дисциплин на иностранных языках	Год		+		
5.3	Внедрение новых методов обучения	Год	+	+	+	+
5.4	Открытие на базе ОП совместной/двудипломной программы	Год		+		
5.5	Другое	Год	-	-	-	-

Заведующая кафедрой «Маркетинг»



Д.Г. Мамраева