



# ВОПРОСЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

▶ **ELECTRONIC JOURNAL • АПРЕЛЬ 2020 № 14 (98) •**

▶ **SCIENTIFIC-PRACTICAL JOURNAL  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ**

САЙТ ЖУРНАЛА: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)  
ИЗДАТЕЛЬСТВО: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://scientificpublications.ru)  
СВИДЕТЕЛЬСТВО РОСКОННАДЗОРА ЭЛ № ФС 77-65699



ISSN 2542-081X



9 772542 081007

# Вопросы науки и образования

№ 14 (98), 2020

Москва  
2020





# Вопросы науки и образования

№ 14 (98), 2020

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ  
[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)  
EMAIL: [INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)

**Главный редактор  
ЕФИМОВА А.В.**

Издается с 2016 года.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)  
Свидетельство ПИ № ФС77 – 65699

Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ISSN 2542-081X



## Содержание

<b>ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ .....</b>	<b>4</b>
<i>Романова М.Н., Набиев Р.Р.</i> СИСТЕМЫ НА ОСНОВАНИИ КОНЦЕПЦИИ «ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ»: ТЕСТИРОВАНИЕ, СОВМЕСТИМОСТЬ, БЕЗОПАСНОСТЬ .....	4
<i>Зайцев А.В., Набиев Р.Р.</i> ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	10
<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.....</b>	<b>16</b>
<i>Үәвәтүв D.Sh.</i> THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT IN THE FIELD OF SERVICE .....	16
<i>Хасанова Г.Д.</i> РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	20
<i>Fayzieva S.A.</i> THE ROLE OF MARKETING IN THE PROVISION OF TOURIST SERVICES.....	26
<b>ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ .....</b>	<b>31</b>
<i>Болтаева М.Ш.</i> ИЗУЧЕНИЕ ПРОПЕДЕВТИЧЕСКОГО КУРСА РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	31

## СИСТЕМЫ НА ОСНОВАНИИ КОНЦЕПЦИИ «ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ»: ТЕСТИРОВАНИЕ, СОВМЕСТИМОСТЬ, БЕЗОПАСНОСТЬ

Романова М.Н.<sup>1</sup>, Набиев Р.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Романова Мария Николаевна – магистрант;

<sup>2</sup>Набиев Рафит Ренатович – кандидат химических наук,  
доцент,

кафедра информатики и прикладной математики,  
факультет дизайна и программной инженерии,  
Казанский национальный исследовательский  
технологический университет,  
г. Казань

**Аннотация:** проведен обзор технологии Интернет вещей, продемонстрированы сложности использования и обеспечения качества данной технологии.

**Ключевые слова:** интернет вещей, тестирование, модельно-ориентированное тестирование.

УДК 004.03: 004.7

Интернет вещей (IoT) стремительно развивается – от здравоохранения и автоматизации дома до транспорта и нефтегазовой промышленности. Исследователи Garner Inc предсказали, что к 2020 году к Интернету будет подключено 20,4 миллиарда IoT-устройств [1].

Интернет вещей позволяет вещам/объектам в нашей среде быть активными участниками, то есть они обмениваются информацией с другими объектами и/или общаются по сетям (проводным / беспроводным), часто используя Интернет-протокол (IP). Обработка данных IoT позволяет устройству распознавать события и изменения в окружающей среде, а «вещи» могут действовать и реагировать автономно. Однако для этого требуется, чтобы гетерогенные объекты обменивались информацией совместимым образом, чтобы их

данные и услуги были доступны и интерпретировались другими объектами и службами.

IoT является новой областью, которая требует не только развития инфраструктуры и технологий, но и развертывания новых услуг, способных поддерживать множество масштабируемых (облачных) и совместимых (многодоменных) приложений в различных телекоммуникационных протоколах. Важной проблемой IoT, которую необходимо решить, является функциональная совместимость информации и услуг.

Тестирование программного обеспечения помогает в окончательной доработке программного приложения или услуги с учетом требований бизнеса и пользователей. Очень важно иметь хорошее тестовое покрытие, чтобы полностью протестировать программное приложение и убедиться, что оно работает хорошо и в соответствии со спецификациями. При определении покрытия тестовые примеры должны быть хорошо спроектированы с максимальными возможностями обнаружения ошибок. [2]

Пока вы смотрите фильмы в своих умных часах, просите ваш дом прогреться до предпочтительной температуры и, возможно, договариваетесь о том, что сгорело с вашим тостером, инженеры по тестированию трудятся за закрытыми дверями, чтобы гарантировать, что эти устройства действительно работают как задумано.

Процесс тестирования крайне важен. Вследствие этого необходимо использовать специальные симуляторы, которые могут имитировать работу сетевых узлов и устройств Интернета Вещей, что позволит сократить расходы на оборудование. В целом, вопросы, касающиеся тестирования охватывают большую область, начиная с самих устройств, всевозможных датчиков и заканчивая различными платформами, которые собирают и анализируют данные Интернет Вещей. Помимо тестирования устройств физического мира, также есть определенные виды тестирования виртуальных Вещей. Виртуальные Вещи существуют в информационном мире, их можно хранить,

обрабатывать и получать к ним доступ. Примером таких вещей является прикладное ПО и мультимедийный контент. [3]

С какими трудностями сталкиваются тестировщики программного обеспечения при тестировании устройств IoT?

- **Безопасность**

Быстрый поиск в интернете по определению «IoT» предоставит множество статей, обсуждающих проблемы безопасности с IoT. Однако вместо того, чтобы беспокоиться о том, что чайник может шпионить, существует реальная проблема добавления новых или взломанных устройств в доверенные сети. С ноутбуком или компьютером может быть установлено программное обеспечение для защиты устройств, но для устройств IoT поддержка невелика. Многие устройства также имеют имена пользователей и пароли по умолчанию, которые средний пользователь никогда не меняет, что делает их уязвимыми.

Тестировщики также должны учитывать более широкое влияние устройств IoT на безопасность в Интернете. Достаточно вспомнить атаку ботнета Mirai, в которой использовались такие элементы, как цифровые камеры и видеомониторинги, что привело к огромным нарушениям в работе большинства интернет-сетей Америки, в результате чего были закрыты такие сайты, как Netflix, Twitter, CNN и Reddit.

Для тестировщика такие проблемы, как обмен данными между устройствами, шифрование данных и целостность тестируемого программного обеспечения (при автоматизации) - все это ключевые проблемы.

Иногда инженеры по тестированию просто полагаются на то, что пользователи будут защищать свои сети. Однако с более дешевыми маршрутизаторами, часто содержащими меньше мер безопасности, возникает еще одна проблема - репликация среды, в которой будет работать элемент.

- **Работа с другими устройствами**

Тестирование на совместимость всегда является источником ошибок для тестировщиков, но в мире IoT оно становится источником множества проблем. Например,

бесконечные взаимодействия, которые можно создавать на устройствах, поддерживающих ИТТТ - слишком много ходов, чтобы анализировать и тестировать каждое устройство для каждого выпуска в каждой среде.

Единственный способ, с помощью которого тестировщики могут приступить к решению этой задачи, - это сосредоточиться на самых популярных операционных системах и методах связи (например, Bluetooth), на самых популярных устройствах, чтобы усилия были шире, прежде чем переходить к более нишевым элементам.

- Расходы

Еще одна проблема, пожалуй, одна из самых очевидных – стоимость. Тестирование чего-то более простого, такого как веб-сайт, достаточно быстро и дешево. Но тестирование устройств IoT в разных средах с различными интеграциями может быть очень дорогостоящим. Время является важным фактором, поскольку тестировщикам приходится охватывать очень много баз, но другой проблемой является возможная необходимость в специализированном тестировании программного обеспечения. В нескольких исследованиях указывалось, что сочетание отсутствия разработчиков, которые не проверяют свой код на наличие недостатков безопасности, и отсутствие тщательного тестирования приложений IoT, означает, что тестирование становится очень сложным. И со сложностью приходит стоимость.

Существует несколько инструментов для оценки производительности программного обеспечения IoT. Некоторые из них имеют открытый исходный код и предоставляют разнообразные функции для изучения нескольких аспектов программного обеспечения.

ShodanShodan – это инструмент тестирования подключения, который проверяет устройства, подключенные к серверу. Он показывает подключенные устройства, их местоположение и информацию о своем пользователе. Он ведет учет всех компьютеров, подключенных к сети, которые прямо или косвенно подключены к Интернету.

Wireshark – это анализатор сетевых протоколов, который позволяет контролировать понимание веб-сайта. Он отслеживает трафик, адреса веб-хостов, протоколы и т. д.

TCPDumpIt – анализатор пакетов командной строки, который также отслеживает трафик на сайте и тестирует различные аспекты программного обеспечения.

MQTT Spy – полезный инструмент, если устройство поддерживает протокол MQTT. Это один из наиболее эффективных пакетов с открытым исходным кодом, доступных для тестирования IoT, и он особенно полезен для людей, ежедневно использующих различные данные.

### **Выводы**

Интернет вещей предлагает большой потенциал для организаций и обществ. Если нам удастся успешно развить Интернет вещей, это откроет много ценностей, и преимущества Интернета вещей будут огромны для организаций и обществ. Тем не менее, есть еще некоторые серьезные проблемы.

Огромное количество вещей, процессов, больших данных и сложных процессов требует комплексной стратегии тестирования, которая будет контролировать «большую картину». Важным шагом для успешной интеграции в цифровом мире является сокращение времени цикла тестирования за счет принятия быстрых методов и платформы для динамического тестирования. Это означает легкое, быстрое решение для обеспечения качества и тестирования, интегрированное с гибкой разработкой.

Выявление лучших практик тестирования гарантирует, что продукты и приложения будут готовы к установленным срокам и будут соответствовать ожиданиям клиентов, а также обеспечат компании поставками бездефектных продуктов и услуг для количественного возврата инвестиций.

## Список литературы

1. Leading the IoT. Gartner Insights on How to Lead in a Connected World [Электронный ресурс], 2017. Режим доступа:  
[https://www.gartner.com/imagesrv/books/iot/iotEbook\\_digital.pdf/](https://www.gartner.com/imagesrv/books/iot/iotEbook_digital.pdf) (дата обращения: 27.04.2020).
  2. *Miroslav Bures, Tomas Cerny, Bestoun S. Ahmed*. Internet of Things: Current Challenges in the Quality Assurance and Testing Methods [Электронный ресурс], 2018. Режим доступа:  
<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1805/1805.01241.pdf/> (дата обращения: 27.04.2020).
  3. *Xu T., Wendt J. B., Potkonjak M.* Security of IoT systems: Design challenges and opportunities: сб. научных трудов Международной конференции по автоматизированному дизайну / IEEE, 2014. С. 417-423.
-

# ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Зайцев А.В.<sup>1</sup>, Набиев Р.Р.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Зайцев Александр Валерьевич – студент;

<sup>2</sup>Набиев Рафит Ренатович – кандидат химических наук,  
доцент,

кафедра информатики и прикладной математики,  
факультет дизайна и программной инженерии,

Казанский национальный исследовательский

технологический университет,

г. Казань

**Аннотация:** *приведен полный цикл разработки корпоративной сети передачи данных предприятия. Произведён обзор анализа существующих технологий и протоколов, применяемых при построении подобных систем. Через многофункциональную программу моделирования сетей была проверена работоспособность разработанной сети.*

**Ключевые слова:** *корпоративная сеть передачи данных, сетевые технологии.*

УДК 004.716: 004.712

На сегодняшний день компьютерные сети завоевывают все большую популярность: их применяют как при разработке небольших домашних сетей, так и для создания глобальных вычислительных сетей. Основными задачами компьютерных вычислительных сетей на предприятии являются: управление информационными ресурсами; достижение максимально быстрого взаимодействия между подразделениями и филиалами; упрощение документооборота; оптимизация производственных процессов. Подобные компьютерные сети, объединяющие узлы одной компании, называются корпоративными сетями передачи данных. Основной проблемой крупных компаний является отсутствие корпоративной сети, которая бы отвечала современным требованиям безопасности, быстродействия и т.д.

Для построения корпоративной сети используются промежуточные устройства, основными представителями которых являются коммутаторы и маршрутизаторы. Первые обеспечивают связь между узлами сети на основании номеров их сетевых интерфейсных плат, MAC-адресов (от англ. Media Access Control), а вторые определяют наилучший путь от узла источника к узлу назначения используя их адреса третьего уровня модели OSI (от англ. Open Systems Interconnection), IP-адреса.

Исходя из вышесказанного, целью настоящего исследования является проектирование территориально-распределенной корпоративной сети предприятия, отвечающую современным требованиям. Для этого будут проанализированы существующие технологии, протоколы, способы организации отказоустойчивости, балансировки нагрузки, базовые принципы сетевой безопасности и оборудование, применяемые при ее построении. После полученные знания будут применены для проектирования и последующей настройки корпоративной сети, состоящей из главного офиса и филиалов, находящихся на значительном расстоянии друг от друга.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

Исходя из анализа существующих технологий и протоколов, применяемых при построении корпоративной сети, были выбраны следующие компоненты для разрабатываемой сети.

В качестве протокола организации виртуальных частных сетей был выбран DMVPN (от англ. Dynamic Multipoint VPN) – это сочетание NHRP (от англ. Next Hop Resolution Protocol – протокол разрешения перехода), протокола динамической маршрутизации и многоточечного GRE туннеля (англ. Generic Routing Encapsulation – общая инкапсуляция маршрутов) [1].

Сетевая безопасность разрабатываемой сети будет организована с использованием NAT-трансляции (от англ. Network Address Translation) сетевых адресов. NAT бывает трех

типов: статический, динамический и перегруженный. Для нашей корпоративной сети был выбран перегруженный NAT.

Диаграмма сети будет строиться с помощью Microsoft Visio – это мощный графический инструмент для представления различных диаграмм и схем. В результате обзора производителей оборудования для построения корпоративной сети нами был выбран лидер в области сетевых технологий – Cisco Systems.

Для **обеспечения отказоустойчивости сети** будут использоваться: 1. агрегирование канала; 2. IP SLA – функция, включенная в программное обеспечение Cisco IOS [2]; 3. PBR-маршрутизация (от англ. Policy Based Routing) [3-4]. В качестве протокола, позволяющего автоматически получать IP адреса шлюзов и DNS сервера, использовали DHCP-протокол (англ. Dynamic Host Configuration Protocol). Также при разработке сети будет использована технология VLAN (от англ. Virtual Local Area Network) и протокол протокол STP (от англ. Spanning Tree Protocol).

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

Архитектура корпоративной сети – это комплекс, включающий в себя все необходимое для обеспечения сетевой безопасности, а также устойчивости и масштабируемости сети.

Основные требования, предъявляемые к современным компьютерным вычислительным сетям: 1) простота внедрения; 2) гибкость и масштабируемость; 3) безопасность и отказоустойчивость; 4) простота управления; 5) готовность к новым технологиям.

Для простоты внедрения в архитектуре все элементы сети разбивают на так называемы модули. Разбив архитектуру сети на модули можно сконцентрироваться на функционале каждого из них по отдельности, что существенно упрощает дизайн, внедрение и управление [5].

Разбиение большой сети на небольшие, простые для понимания, модули (уровни) способствует устойчивости сети за счет локализации возникающих проблем. Таким образом, при возникновении какого-либо сбоя в сети необходимо

определить на каком уровне возникла ошибка, затем приступить к ее решению, не затрагивая при этом другие модули сети.

При разработке компьютерной вычислительной сети будет использована иерархическая модель – она представляет собой фундамент для сетевой инфраструктуры: подключение пользователей, принтеров, сканеров, WAN маршрутизаторов, устройств безопасности, серверов и т.д. [6].

Структурная схема разрабатываемой сети показана на рис. 1 и отображает маршрутизаторы, коммутаторы, персональные компьютеры, межсетевые экраны, а также линии связи, соединяющие данные устройства.

На рис. 2 продемонстрирована логическая схема разрабатываемой вычислительной сети, которая описывает взаимодействие устройств между собой по протоколу IP, разбиение сетей на VLAN и т.д.

Дальнейшая работа была реализована по следующему алгоритму:

1. составление таблицы адресов;
2. разработка структурной и логической схем корпоративной сети;
  - 2.1. разработка структурной (физической) схемы сети;
  - 2.2. разработка логической схемы сети;
3. выбор сетевого оборудования;
4. настройка корпоративной сети предприятия;
  - 4.1. базовая настройка сетевых устройств Cisco;
  - 4.2. настройка отказоустойчивого соединения провайдера пограничного маршрутизатора центрального офиса;
  - 4.3. настройка DMVPN;
  - 4.4. настройка межсетевых экранов;
  - 4.5. настройка NAT на маршрутизаторах удаленных филиалов;
  - 4.6. настройка локальной вычислительной сети филиала.

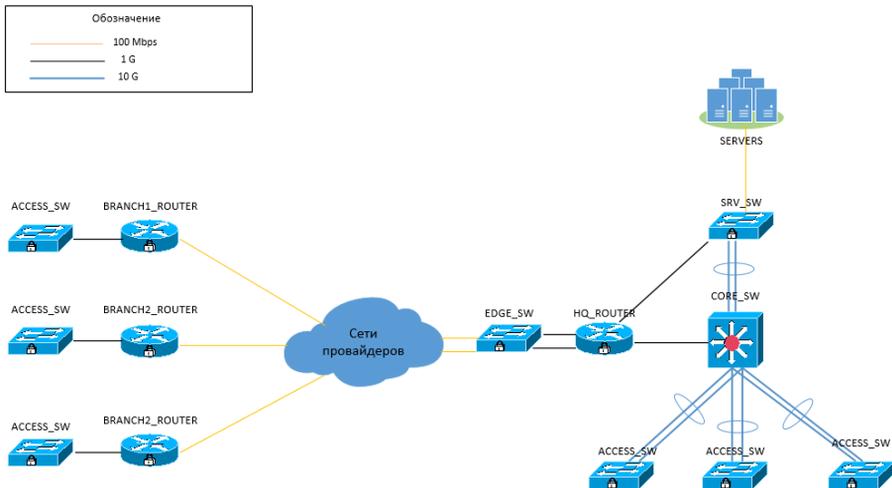


Рис. 1. Структурная схема разрабатываемой вычислительной сети

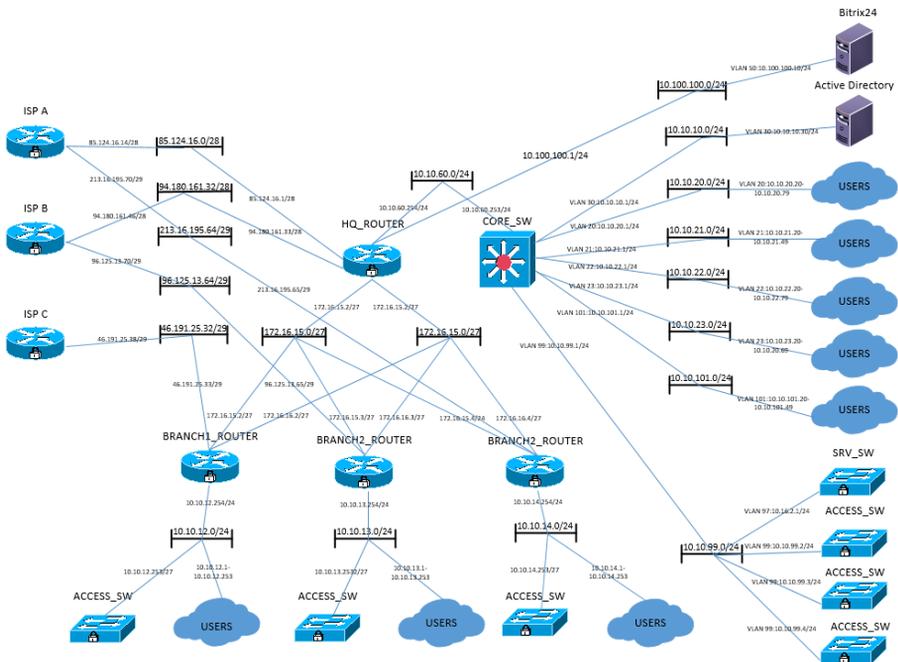


Рис. 2. Логическая схема разрабатываемой вычислительной сети

## Заключение

Таким образом, в настоящей работе приведен алгоритм разработки корпоративной сети передачи данных предприятия. Сеть соответствует всем современным инженерным и архитектурным принципам и позволяет

объединить в одно информационное пространство все филиалы компании, а также обеспечивает быстрый, централизованный, защищенный доступ к информации. Организованная корпоративная сеть имеет хорошую масштабируемость, которую была достигнута путем выбора оборудования, которое имеет дополнительные разъемы и высокую модульность, то есть может быть расширено при необходимости. Все оборудование подобрано для возможности роста предприятия в перспективе 5 – 7 лет.

Приведенные в данной работе настройки были проверены в многофункциональной программе моделирования сетей Graphical Network Simulator-3 (GNS3) – разработанная система показала полное соответствие предъявляемым требованиям.

### *Список литературы*

1. *Самойленко Н.* DMVPN. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://xgu.ru/wiki/dmvpn>, свободный/ (дата обращения: 28.04.2020).
2. *Мельников Д.А.* Системы и сети передачи данных. Учебник / Д.А. Мельников. М.: РадиоСофт, 2015. 149 с.
3. *Леммл Т.* CCNP. Маршрутизация. Учебное руководство / Т. Леммл. М.: Лори, 2015. 85 с.
4. *Максимов Н.В.* Компьютерные сети / Н.В. Максимов, И.И. Попов. М.: Инфра-М, 2013. 191 с.
5. *Ольков Е.А.* Архитектура корпоративных сетей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blog.netskills.ru/p/blog-page.html>, свободный/ (дата обращения: 28.04.2020).
6. Оптимальные сетевые решения. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. Екб., 2015. Режим доступа: <http://www.ons.ru>, свободный/ (дата обращения: 28.04.2020).

## THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT IN THE FIELD OF SERVICE

**Yavmutov D.Sh.**

*Yavmutov Dilshod Shoimardonkulovich - Dean,  
FACULTY OF ECONOMICS AND TOURISM,  
BUKHARA STATE UNIVERSITY,  
BUKHARA, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

**Abstract:** *the article deals with the general the importance of management in the field of service.*

**Keywords:** *tourism, types of tourism, tourist product, marketing.*

The service sector is an integral part of the national economy, is part of the general system of economic relations and is subject to the existing economic laws of society. Currently, in the international classification of industries, they are divided into three sectors: primary (agriculture, mining), secondary (processing industry) and tertiary (services or social sector). To date, there have been differing views in the economic literature on the boundaries of the service sector. These include domestic services, passenger transport services, communication services, housing and communal services, education, culture, sanatorium-health, and socio-economic functions in the field of law.

As you know, information is the main source of decision-making in management. Therefore, one of the most important tasks in the management of the administration is to work with working documents and organize their circulation. This function is performed by separate departments in organizations (office work, general department, secretariats, offices) or by secretaries in smaller enterprises. The work of the administrative staff is mainly related to the document. According to experts, working with documents accounts for 20-50% of a manager's working time. Consideration of working with working documents first of all requires clarification of the term "document". A document is usually a representation of management information through a specific medium. Only on the basis of the document it is possible

to confirm, store, transmit and ensure the inviolability of management information.

In particular, the information verification function is emphasized by appointing a person (signatory) responsible for the reliability, completeness and timeliness of the information. The function of storing information is determined by the way the document is displayed (paper, electronic, video, photo, audio). The function of information transmission is provided by means of document transmission (organizational and technical means of communication). The function of ensuring that the information does not change is done by keeping the document in a certain form and with the same interpretation.

Despite the strict adherence to the established requirements, there is a change in the content of information under the influence of various organizational and psychological factors in the transmission of information at the levels of management.

Studies show that the following factors cause changes in information management.

1. Perspective error, that is, two different assessments of the same event. What happened a long time ago is more lenient than what happened recently.

2. Emotional error. Information is misinterpreted under the influence of emotional states such as anger, fear, and joy.

3. Attention error. Increasing our focus on certain events increases the speed at which they are recorded, artificially increasing the importance of the information. However, the frequency of events does not change.

4. Errors in personal opinion. Often, individuals evaluate the real situation based on their imaginary situation and interpret the information based on it.

5. Error due to inappropriate warning. An advance notice of a specific event will result in it being recorded. Two observers who have received different warnings in advance may draw different conclusions from the same event.

6. Mistake due to inconsistency of goals. Usually, the same event is interpreted differently at different levels of government. This is because the levels of government have different purposes.

7. Reasons for management overruns. It is known that each person has the ability to transfer a limited amount of information in a specified time. If the amount of information passing through it exceeds a certain limit, it will lead to the loss of some information, that is, to the neglect.

In addition, in the practice of many organizations, there are cases when several departments are tasked with gathering information about the same situation, or, conversely, instructing them to re-collect existing information. This can lead to excessive data collection. Another problem with working with a document is trying to get the supervisor's signature.

There is a tendency in the modern office system to save administrative time by standardizing documents. The development of office equipment allows the creation of standard information programs and the search for a particular necessary part of the documents.

In addition, the use of devices that affect the human senses (sight, hearing, observation, etc.) can be effective. The introduction of electronic document management systems in organizations will allow the transmission of textual, "audio" and "visual" information. The larger the enterprise, the more it has a management structure divided into sectors. It also includes departments whose main function is control.

### *References*

1. *Navruz-Zoda B. et al.* The destination marketing development of religious tourism in Uzbekistan // International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 2016. T. 4. № 7. C. 9-20.
2. *Kayumovich K.O.* Particular qualities use of social media in digital tourism // Gwalior Management Academy, 2020. C. 28.
3. *Muhammedrisaevna T.M.S., Bayazovna G.N., Kakhramonovna D.A.* Goal and objectives of integrated marketing communications // Economics, 2020. № 2 (45).
4. *Khurramov O.K.* Digital tourism and its importance in the economy of Uzbekistan // European research: innovation in science, education and technology, 2020. C. 50-51.

5. *Navruz-Zoda B. et al.* Perspectives on the improvement of Uzbekistan as a destination for multi-confessional self-organised pilgrims // International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 2019. T. 7. № 4. C. 87-96.
  6. *Kayumovich K.O.* Prospects of digital tourism development // Economics, 2020. № 1 (44).
  7. *Djumanazarovna K.G.* The role of the state in the formulation of innovation strategy in industrial enterprises // Academy, 2020. № 4 (55).
  8. *Ibragimov N., Xurramov O.* Types of competition in destination marketing and 6A mod-el of competitiveness, 2015.
  9. *Kayumovich K.O., Annamuradovna F.S.* The main convenience of internet marketing from traditional marketing // Academy, 2020. № 1 (52).
  10. *Tairova M.M. et al.* The essence and characteristics of clusters in regional economic systems // International scientific review of the problems of economics, finance and management, 2020. C. 4-9.
  11. *Kayumovich K.O.* Digital marketing strategy and tourism // Proceeding of The ICECRS, 2020. T. 6.
  12. *Djuraeva Z.T., Khurramov O.K.* Specialty of the usage of electronic marketing in tourism // International Scientific and Practical Conference World science. ROST, 2015. T. 4. № 4. C. 61-65.
-

# РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Хасанова Г.Д.

*Хасанова Гулрух Джуманазаровна - доцент,  
кафедра менеджмента,  
Бухарский инженерно-технологический институт,  
г. Бухара, Республика Узбекистан*

**Аннотация:** *в статье дается идея формирования инновационной стратегии на промышленных предприятиях в условиях модернизации народного хозяйства. Также затронуты важные направления инновационной политики, проводимой государством.*

**Ключевые слова:** *инновация, инновационная политика, инновационная среда, модернизация, реформа, инновационный процесс.*

Формирование инновационной среды в нашей социально-экономической жизни становится все более важным. Без инноваций не будет конкуренции, развития в любой сфере.

Инновация является конечным результатом внедрения инноваций с целью улучшения объекта управления и достижения эффективности в экономической, социальной, экологической, научно-технической или других сферах, инновация - это обновление основного капитала или продуктов, произведенных на Основа привлечения достижений науки, техники. Это процесс, основанный на объективных законах улучшения производства в обществе.

Весь мир понимал, что в современном обществе невозможно развиваться без инноваций, вообще без модернизации. Томас Эдисон, который изобрел лампочку, отметил: инновации - это 1% вдохновения и 99% труда. Таким образом, инновации - это процесс, который всегда мотивирует новые решения.

По 3-му пункту Приоритеты экономического развития и либерализации «Стратегии действий по пяти приоритетным

направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы», утвержденные Указом Президента Республики Узбекистан, Указом Президента Республика Узбекистан от 10 января 2019 года «О мерах по кардинальному совершенствованию системы реализации государственной политики в области экономического развития», Концепция социально-экономического развития Республики Узбекистан до 2030 года, принятый с целью последовательного продолжения комплексных реформ в стране в интересах Народные и другие правительственные решения и постановления, утвержденные законодательными актами, разработали правовую базу для формирования государственной инновационной политики в контексте модернизация народного хозяйства.

В связи с этим президент Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёев подчеркнул следующие: «Сегодня мы движемся по пути инновационного развития, направленного на радикальное обновление всех сфер жизни государства и общества. удивительно, конечно. Потому что, кто победит в текущем периоде, когда времена стремительно развиваются? Победит новая идея, новая идея, государство, основанное на инновациях».

Для Узбекистана творческое использование опыта развитых стран в области экономики при реализации мер государственной поддержки инновационных процессов имеет особое значение в настоящее время, что в конечном итоге позволяет сформировать развитую в нашей стране систему стимулирования инноваций. виды деятельности.

Научно-технический прогресс, признанный важным фактором экономического развития во всем мире, связан с процессом инноваций. Это единственный конкретный процесс, который объединяет науку, технологии, экономику, предпринимательство и управление, как правдиво заявил американский экономист Джеймс Браун. Его задача - создавать инновации, которые будут продолжаться от рождения идеи до ее реализации и таким образом охватывать весь комплекс производства, обмена, отношений с потребителями.

Инновационный потенциал промышленных предприятий - это уровень подготовки к выполнению поставленных перед ним инновационных задач. Другими словами, инновация - это подготовка к реализации проекта или программы стратегического преобразования.

Одной из задач, стоящих перед организационной системой управления промышленными предприятиями, является: изменение от одного государства к другому потенциала, достаточного для реализации конечных целей на основе развития компонентов внутренней среды, развития инновационной деятельности. Потенциал предприятия дает возможность.

Для выработки рациональной инновационной политики государства желательно разделить секторы экономики на несколько производственных групп, обусловленных уровнем развития, обусловленным конкурентоспособностью продукции, производимой как на внутреннем, так и на внешнем рынках. При этом необходимо проводить инновационную политику, соответствующую каждой группе.

Первая группа: отрасли с потенциалом экспорта своей продукции (нефть и газ, добыча и переработка цветных и драгоценных металлов). Эти отрасли имеют финансовый потенциал, и задача государства - обеспечить их эффективную работу.

Вторая группа: отрасли, которые имеют экспортный потенциал, но продукция которых подвергается жесткой конкуренции на внешнем рынке (автомобилестроение, энергетика, машиностроение, биотехнология, агропромышленность). Здесь инновационная политика государства заключается в том, чтобы выделять инвестиции для обеспечения конкурентоспособности продукции, а в будущем оказывать политическую поддержку, то есть предоставлять государственные гарантии на продукцию на внешнем рынке, а также выдавать международные кредиты на продажу продуктов.

Третья группа: продукты должны быть ориентированы на стимулирование их требований к внутреннему рынку. Эта

политика заключается в продаже продуктов в кредит населению, выделении бюджетных средств на социальную сферу, продвижении лизинга и т. д.

Одним из важных направлений инновационной политики, проводимой государством, является поддержка экономически эффективных, высокоэффективных инновационных проектов с секторами и частными инвесторами на основе справедливости в короткие сроки.

В целом политика государства в области инноваций должна быть направлена на:

- формирование политики инноваций и ее мониторинг;
- совершенствование нормативно-правовой базы инновационной деятельности, расширение ее пропагандистской деятельности, обеспечение охраны жилой недвижимости, создание благоприятных экономических условий;
- создать систему поддержки инновационной деятельности в масштабе государства и регионов с целью расширения предпринимательства и производства научной продукции;
- расширять инфраструктуру инновационных процессов, то есть предоставлять информацию, осваивать результаты, совершенствовать системы обучения и повышения квалификации персонала; развитие инновационного предпринимательства.

## *References*

1. Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-5953 от 2 марта 2020 года «О Государственной программе реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы.
2. Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-4947 от 7 февраля 2017 года «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы».

3. *Djumanazarovna K.G.* The role of the state in the formulation of innovation strategy in industrial enterprises // Academy, 2020. № 4 (55).
4. *Tairova M.M. et al.* The essence and characteristics of clusters in regional economic systems // International scientific review of the problems of economics, finance and management, 2020. С. 4-9.
5. *Наврүззода Б.Н., Наврүззода Л.Б.* Предпринимательская концепция формирования и развития человеческого капитала // Современная наука, 2014. № 1.
6. *Хасанова Г. Д.* Экономические связи между Республикой Узбекистан и Китайской Народной Республикой // Молодой ученый, 2016. № 13. С. 535-537.
7. *Каюмович К.О.* Digital marketing strategy and tourism // Proceeding of The ICECRS, 2020. Т. 6.
8. *Таджиева С.У., Ходжаева Д.Х.* Основные направления развития промышленного производства региона // Современные тенденции развития науки и производства, 2016. С. 377-380.
9. *Khurramov O.* Osobennosti ispol'zovaniya marketingovykh instrumentov v sotsial'nykh media // Alaroo Academic Studies, 2016. Т. 4. № 4. С. 61.
10. *Muhammedrisaevna T.M.S., Bayazovna G.N., Kakhramonovna D.A.* Goal and objectives of integrated marketing communications // Economics, 2020. № 2 (45).
11. *Хасанова Г.Д.* Значение и экономическая эффективность внедрения инноваций в развитие малого бизнеса Республики Узбекистан // Ученый XXI века, 2017. С. 112.
12. *Каюмович К.О.* Particular qualities use of social media in digital tourism // Gwalior Management Academy, 2020. С. 28.
13. *Khurramov O.K., Boboqulov A.A.* Digital tourism plays an important role in economic development // Наука-эффективный инструмент познания мира, 2019. С. 9-10.
14. *Хасанова Г.Д.* Промышленность—ведущая отрасль национальной экономики (на примере Бухарской области Республики Узбекистан) // Молодой ученый, 2016. № 13. С. 532-535.

15. *Таурова М.М., Кодирова Н.Р.* Инновация-концептуальная основа модернизации // Наука и образование сегодня, 2020. № 2 (49).
  16. *Хуррамов О.К.* Цифровой туризм и его значение в экономике Узбекистана // European research, 2020. № 3. С. 61.
  17. *Навруз-Зода Л.Б., Навруз-Зода З.Б.* Повышение социального престижа предпринимательских фирм в Бухарской области // Вопросы науки и образования, 2020. № 11 (95).
  18. *Таджиева С.У., Кодирова М.М.* Основные направления развития программы локализации в Узбекистане // Современные тенденции развития науки и производства, 2016. С. 374-377.
  19. *Kayumovich K.O.* Particular qualities use of social media in digital tourism // Gwalior Management Academy, 2020. С. 28.
  20. *Таурова М.М., Рахматуллаева Ф.М.* Условия формирования инновационной экономики // Наука 21 века: вопросы, гипотезы, ответы, 2015. № 1. С. 115-118.
  21. *Хасанова Г.Д.* Деятельность по развитию сферы туризма в Узбекистане (на примере Бухарской области) // Инновационное развитие, 2017. № 4. С. 95-98.
-

# THE ROLE OF MARKETING IN THE PROVISION OF TOURIST SERVICES

Fayzieva S.A.

*Fayzieva Sayyora Annamuradovna – Senior Lecturer,  
DEPARTMENT OF SERVICE SPHERE ECONOMICS,  
BUKHARA STATE UNIVERSITY,  
BUKHARA, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

**Abstract:** *this article is devoted the role of marketing in the provision of tourist services. The choice of one or another method of selling tourism products depends on the market, the specific conditions of sales and the strategies of travel companies.*

**Keywords:** *marketing, tourism, advertising, service.*

The sale of the proposed tourist product through its own sales network or the use of the services of intermediaries is a problem that is solved taking into account many factors that apply to both tourist services and consumers and intermediaries.

Travel companies using the direct sales method will have the following opportunities:

- Direct study of the market;
- Maintain full control over the conduct of trade;
- Saving money on the services of intermediaries;
- Establish close cooperation with the consumer.

The choice of sales channels is a responsible task, which makes it easier to establish close contact with intermediaries when the number of intermediaries is small, and thus has a significant impact on their work, enough sales staff. to achieve level of preparation and so on. At the same time, paying attention to the excessive number of intermediaries working in parallel in a particular market leads to the fact that travel companies become strongly dependent on them. Failure of one of them to perform the contract can cause serious commercial damage to the travel agency.

There are a number of factors that influence the decision to choose a channel of tourist products:

1. Feature of tourist product;
2. Advantage of tourist product;

3. Geographical location of the tourist product provider;
4. Availability of competitors;
5. The level of competition;
6. Wide range of tourist products;
7. Level of development of tourism infrastructure;
8. The state of the hospitality industry;
9. Proximity of consumers, etc.

It can be said that the higher the mass consumption and range of tourist products, the stronger the sales network. If there is a high concentration of consumers in one area, if there is a direct sales network, it is better to sell using intermediaries.

When choosing one or another method of sales channels, it is necessary to take into account, firstly, the performance of all functions of the commercial process, secondly, better commercial performance than competitors, and thirdly, lower costs compared to other channels. At the same time, the choice of a particular channel of the sales system is determined by a number of factors and the characteristics of the tourist product itself, the nature of the purchase, the state of the market, and so on. This means that a certain set of criteria is used in the selection of sales channels.

An important indicator in the selection of channels for the sale of tourist products is the characteristics of the consumer, the tourist product and the tourist enterprise, as well as the operation of infrastructure.

In addition to the above three main factors in the selection of sales channels, there are three other important factors related to the marketing activities of the tourism enterprise: market coverage, the amount of costs associated with sales and control of the sales process.

By choosing a sales channel, the travel company has a choice of which segments of consumers, to what extent there are alternatives to sell a tourist product, which path to choose, in addition to the cost and revenue of the tourist product, the image of the tourist product and the travel company. Choosing a sales channel is a strategic decision of a travel agency. It is usually impossible to change these channels in a short time. It is dangerous to change these channels, as some consumers prefer to

buy tourist products through certain intermediaries. The most important issue for a travel agency is to thoroughly study and determine the business, ie which structure of the sales channel is possible for them. Decisions are made on the following issues:

1. Sales channel length;
2. Types of intermediaries that can work together, ie (intermediaries engaged in wholesale trade, small-scale wholesale and retail trade);
3. The number of intermediaries of the same type at each level (ie, depending on market coverage);
4. Features of the channel of sales of tourist products to the international tourism market.

The choice of sales channels is a very strategic decision for a travel agency. A sales channel is a set of organizations or individuals that receive a tourist product or deliver a particular tourist product to another person for delivery to the final consumer.

The effectiveness of channels for the sale of national tourism products largely depends on the form of organization of the channel. It also depends in many ways on whether the tourism product is sold through independent commercial intermediaries or through affiliated intermediaries affiliated with a travel agency. Channels for the sale of tourist products can be formed by separating tourist products and tourist services into sales channels.

Establishment of a sales channel for tourism products by independent travel agencies, forming a vertical marketing system. In this form, the channel of sale of tourist products in a centralized manner covers the activities of the tour operator from the formation of the tour package to the sale.

The second part of the tourism product sales channel consists of tourism services sales channels. The tourist services sales channel includes the providers of tourist services and the sales network that brings them together into one system.

However, the implementation of tourism product sales channels is not effective. Tourism products are a complex, which includes tours, tourist services, excursions and transfer services.

Tourism products are complex, multifunctional, consisting of various tourist services and services. Value indicators are widely

used in the analysis of the sales channels of tourism products. It is difficult to express the activity of tourism sales channels in natural terms.

### *References*

1. *Navruz-Zoda B., Ibragimov N., Rakhmanov A.* The Destination Marketing Tools For “Seven Sufi Saints of Noble Bukhara” Pilgrimage Cluster, 2017.
2. *Rakhimovich T.J.* The effective use of state-private partnership in improving the quality of educational services // *Vestnik nauki i obrazovaniya*, 2020. № 6-2. С. 9-12.
3. *Turobovich J.A., Uktamovna M.N., Turobovna J.Z.* Marketing aspects of ecotourism development // *Economics*, 2020. № 1 (44).
4. *Yavmutov D.Sh., Rakhimov O.H.* Elaboration of regional strategies for the development and improvement of land and water in agriculture // *Academy*, 2020. № 2 (53).
5. *Olimovich D.I., Kudratovna F.S., Sayfitdinovich I.B.* The importance of marketing analysis for predicting the prospects of restaurants in Bukhara hotels // *Economics*, 2020. № 1 (44).
6. *Muhammedrisaevna T.M., Mubinovna R.F., Kizi M.N.U.* The role of information technology in organization and management in tourism // *Academy*, 2020. № 4 (55).
7. *Navruz-Zoda B., Ibragimov N.* Ways of Applying Destination Management Concepts to the Development of Internal Tourism in Uzbekistan // *International Tourism and Hospitality in the Digital Age*. IGI Global, 2015. С. 172-190.
8. *Junaydullaevich A.A.* Innovative factors for agriculture development // *Academy*, 2020. № 4 (55).
9. *Kayumovich K.O.* Prospects of digital tourism development // *Economics*, 2020. № 1 (44).
10. *Alimovich F.E., Habibulloevna K.S., Bahodirovna D.N.* Central features of halal tourism and halal food // *Academy*, 2020. № 3 (54).

11. *Kayumovich K.O., Annamuradovna F.S.* The main convenience of internet marketing from traditional marketing // Academy, 2020. № 1 (52).
12. *Davronov I.O., Tadjibayev M.B., Narzullaeva G.S.* Improving of personnel training in hotel bussines // Academy, 2020. № 2 (53).
13. *Khurramov O.K., Saidova F.K.* Social media-marketing-a forceful tool for tourism industry // European science, 2019. № 7. C. 49.
14. *Mukhtorovna N.D., Mukhtorovich N.M.* The important role of investments at the macroand microlevels // Economics, 2020. № 2 (45).
15. *Khidirova G.* The world experiance of providing economical development in the region // International Finance and Accounting, 2018. T. 2018. № 5. C. 11.

# ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

## ИЗУЧЕНИЕ ПРОПЕДЕВТИЧЕСКОГО КУРСА РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Болтаева М.Ш.

*Болтаева Махбуба Шариповна – преподаватель,  
кафедра русского языка и литературы,  
Бухарский государственный университет,  
г. Бухара, Республика Узбекистан*

**Аннотация:** в статье представлена концепция филологического научно-образовательного направления в преподавании русской литературы, связанного с изучением межлитературных общностей в контексте как общей теории межкультурных коммуникаций, так и научно-образовательных стратегий.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, научно-образовательная стратегия, образовательно-педагогическая сфера, алгоритм диалога культур, сравнительное изучение.

Предмет «Пропедевтический курс русской литературы» основан на принципах теоретико-практического изучения русской литературы, ее истории и специфики в объеме программы начального этапа филологического образования. В соответствии с этим целью и задачами курса является получение знания методологического и практического характера – особенностей изучения русской литературы в контексте общетеоретических механизмов становления истории русской литературы, специфики ее художественно-направленческой системы и особенностей авторских систем ключевых писательских фигур.

Такое целенаправленное усложнение курса обеспечивает перспективу выбора студентами на следующих этапах образования бакалавриата научно-исследовательского направления, связанного именно с этой парадигмой научного знания. Тем более, что высшее образование Узбекистана сегодня ориентируется на концептуализацию синтетической

стратегии научно-образовательной парадигмы, основанной на принципах поэтапной системной подготовки научных кадров высшей квалификации, начиная с самых первых уровней вузовского образования в целом.

Несмотря на то, что «Пропедевтический курс русской литературы» призван позиционировать литературную парадигму русской литературы, на наш взгляд, соотнесение в системе отдельных тематических блоков произведений русской, узбекской и мировой литератур способствует более углубленному изучению специфики именно русской литературы (выявляемой в сравнительно-типологическом контексте с явлениями «другой» литературы), а также формированию и развитию навыков критического мышления.

К началу XXI в. в процессе исторического развития гуманитарной сферы знания в целом и литературной науки в частности, выработалась необходимость актуализации целого ряда вопросов, обусловленных появлением нового типа научно-теоретического мышления, аналитически осложненного современным уровнем диалектико-логического процесса познания, трансформировавшимся в результате общемировых тенденций интеграции и глобализации научного знания.

В результате назрела необходимость совершенствования системы научно-теоретических, историко-литературных и методологических направлений в современной науке о литературе. Тем более, что в последние годы в мировой науке наблюдается возрастающее внимание не только к исследованию однонаправленных вопросов истории, теории и методики литературы, но и к синтетическому процессу обобщения этих вопросов и к разработке проблем, одновременно направленных на историко-литературное, теоретическое и методологическое изучение литературы в контексте общих и частных проблем межкультурной коммуникации.

Проблема межкультурной коммуникации в современной научной и образовательной парадигме актуализируется как следствие процессов глобализации и интеграции,

предопределивших становление совершенно нового типа мышления, основанного на восприятии «свое через чужое» (М. Бахтин) С.И. Шарина, например, подчеркивает, что «понятие диалога культур стало чрезвычайно модным в современной реальности, причем в самых разных областях знаний – в культурологии, в искусствознании, в литературоведении как пограничной между искусствознанием и филологией области, в лингвистике, точнее, в тех ее разделах, которые связаны с проблемой “язык и культура”, а также в педагогике, связанной с обучением представителей этнических меньшинств или учащихся, составляющих многонациональные коллективы, и в школах, и в вузах».

Поэтому следует коренным образом пересмотреть теорию и методiku преподавания, ориентированного в новых условиях не только на образовательно-информативную стратегию обучения, но, как уже отмечалось, и на научную направленность деятельности обучающихся. В этой связи особую важность приобретают исследования проблем воспитания и обучения в процессе научно-исследовательской деятельности в контексте теории межкультурной коммуникации.

Особенно актуализируются такие основные педагогические направления в теории и методике образования, как оптимизация и интенсификация процесса обучения русскому языку и литературы в условиях иноэтнокультурной аудитории с использованием современных педагогических и информационных технологий и модульного обучения, синтезирующих образовательную и научно-исследовательскую программы высшего образования на всех ключевых этапах – бакалавриат, магистратура и, как следствие, – аспирантура. Общие и частные вопросы теории и практики научно-образовательной стратегии на сегодня остаются малоработанными.

В связи с этим наиболее актуальными нам представляются вопросы разработки в системе «Пропедевтический курс русской литературы» именно

таких форм новых педагогических технологий, которые позволили бы активизировать три доминантных целевых уровня данной дисциплины:

- 1) получение теоретических фундаментальных знаний;
- 2) выработка методологических умений и навыков анализа литературных явлений;
- 3) актуализация творческих способностей студентов в области научно-исследовательской работы, предполагающих как умение применить полученные теоретические, методологические и аналитические навыки при изучении русской литературы и выработка самостоятельных методов как индивидуальной научно-исследовательской деятельности, так и организации процесса самообучения.

Именно поэтому важный акцент при разработке программы курса делается на уровень практической работы студентов и самостоятельной работы, которая предполагает не только творческое изучение теоретических и методологических источников, но и непосредственно аналитическую работу с текстами русской литературы.

Сегодня в структуре высшего образования Узбекистана проводится серьезная работа по реформированию стратегии обучения, основанной на проектировании и реализации целостных образовательных технологий по конкретным учебным предметам. Ученые и педагоги, разрабатывающие подобный учебно-методический комплекс инновационных педтехнологий подчеркивают, что новая модель обучения, представленная в авторских образовательных технологиях, базируется на следующем:

– личностно-ориентированное обучение и системно-деятельностный подход, гуманизация и демократизация отношений субъектов образования;

– изменение роли студента в обучении: он становится равноправным субъектом образовательного процесса, самостоятельно ведущим активную познавательную деятельность;

– изменение роли преподавателя: он выступает уже в качестве организатора самостоятельной активной

познавательной деятельности обучающихся, их компетентного консультанта и помощника, обеспечивающего не просто контроль знаний и умений студентов, а диагностику их обученности с целью своевременной коррекции намечающихся отклонений;

Изменение способов и средств педагогического управления: преподаватель становится менеджером, способным выявлять проблемы, регенерировать идеи, принимать решения и нести ответственность за их реализацию, он прогнозирует, проектирует и планирует не только педагогическую, но и учебную деятельность студентов, т.е. разрабатывает структуру и содержание совместной деятельности по реализации поставленной образовательной цели и достижению планируемых результатов учебной деятельности, инициирует и поддерживает обучающихся при прогнозировании, планировании и организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности, строит образовательный процесс как учебный диалог и полилог.

В связи с этими концептуальными установками в системе «Вводного курса к русской литературе» также разработаны многоуровневые технологические карты, в систему которых структурированы различные формы инновационных педтехнологий (инсерт, кластер, Т-схема, диаграмма Вейна и т.д.)

Организация «Пропедевтического курса русской литературы» в контексте инновационных механизмов современных педагогических технологий позволяет на базе даже одной учебной дисциплины создать многоуровневую образовательную модель, которая учитывала бы следующие концептуальные принципы современной образовательной системы.

1. Создать синтетическую научно-образовательную парадигму, позволяющую обеспечить целостность процессов обучения и подготовки научных кадров.

2. Обеспечить актуализацию дидактических целей и задач процесса образования в целом и обучения на уровне конкретной дисциплины.

3. Создать алгоритм формирования и развития механизма самостоятельного процесса обучения-изучения в контексте взаимодействия с педагогом.

### *Список литературы*

1. *Валицкая А.П.* Как возможна общая теория образования, или о междисциплинарном статусе понятия «диалог» // Диалог в образовании: Сб. материалов конференции. СПб., 2000. С. 9–16.
2. *Саидова М.Р., Болтаева М.Ш.* Педагогические взгляды Абу Али Ибн Сины // ББК 74.48 Р76. С. 83.
3. *Болтаева М.Ш., Саидова М.Р.* Великие мыслители востока о воспитании детей // ББК 74.48 Р76. С. 14.
4. *Sharipovna V.M.* Studying of a propaedeutic course of the Russian literature in a context of the theory of intercultural communications // Academy, 2020. № 4 (55).
5. *Саидова М.Р., Болтаева М.Ш.* Обучение профессиональным и общекультурным компетенциям студентов направления «туризм» на занятиях русского языка // Достижения науки и образования, 2020. № 5 (59).
6. *Болтаева М.Ш., Тагаева Ф.Э.К.* О преподавании русского языка студентам национальных групп вузов // Academy, 2020. № 4 (55).

# **НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ**

**ИЗДАТЕЛЬСТВО  
«НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»**

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:  
153008, Г. ИВАНОВО, УЛ. ЛЕЖНЕВСКАЯ, Д. 55, 4 ЭТАЖ  
ТЕЛ.: +7 (910) 690-15-09.**

**[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)  
[EMAIL: INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)**

**ИЗДАТЕЛЬ:  
ООО «ОЛИМП»  
УЧРЕДИТЕЛЬ: ВАЛЬЦЕВ СЕРГЕЙ ВИТАЛЬЕВИЧ  
117321, Г. МОСКВА, УЛ. ПРОФСОЮЗНАЯ, Д. 140**



ИЗДАТЕЛЬСТВО «НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»  
[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://scientificpublications.ru)  
EMAIL: [INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)

 **РОСКОМНАДЗОР**  
СВИДЕТЕЛЬСТВО ЭЛ № ФС 77–65699



INTERNATIONAL STANDARD  
SERIAL NUMBER 2542-081X

Российская  
книжная палата  
**ТАСС**

 **Google**  
scholar

 **РОССИЙСКИЙ  
ИМПАКТ-ФАКТОР**  
IMPACT-FACTOR.RU



Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ