



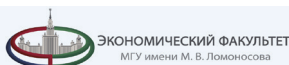
КАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРЫНДАРЫНЫҢ
ҚАУЫМДАСТЫҒЫ



ТЕХНОПАРК "АЛАТАУ"



Hochschule
Zittau/Görlitz
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В НОВЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

*Материалы международной
научно-практической конференции,
посвященной 25-летию университета «Туран»*

6 октября 2017 г.

Алматы
2017 г.

УДК 330(063)
ББК 65.5
М 64

Редакционная коллегия:
Тазобеков К.А.,
Исламгулова С.К. (ответственный редактор),
Куандыкова Д.Р., Нурмуханова Г.Ж.,
Сулейменова С.Ж., Курбатова Н.В. (редактор)

М 64 Мировая экономика и профессиональное образование в новых геополитических условиях: Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию университета «Туран», 6 октября 2017 г. - Алматы: Университет «Туран», 2017. - 360 с.

ISBN 978-601-214-202-0

Проблемы интенсификации интеграционных процессов и интернационализации образования, новые тенденции во взаимодействии рынка труда и сферы образования, роль предпринимательских университетов, современные тенденции глобализации и роль региональных экономических союзов, значение человеческого капитала в условиях ускорения инновационных процессов были рассмотрены на международной научно-практической конференции «Мировая экономика и профессиональное образование в новых геополитических условиях», посвященной 25-летию университета «Туран». В конференции приняли участие ведущие ученые и специалисты из России, Казахстана, Польши, Германии, Кореи.

УДК 330(063)
ББК 65.5

ISBN 978-601-214-202-0

© Университет «Туран», 2017

значительно увеличились: создаются наборы учебных диафильмов, диапозитивов, учебных плакатов, карт и других наглядных пособий, а также наборы для фронтальных опытов и наблюдений. Все эти средства обучения в условиях электронного обучения могут непосредственно включаться в учебный процесс. Мы считаем, что при технологическом развитии обучения наиболее полно создают условия для реализации данного принципа за счет создания фона, предметности, за счет включения богатого иллюстративного материала, возможностей выделения цветом и шрифтом ключевых слов, заголовков и т.д.

Одним из показателей данного критерия является выбор формы работы: индивидуальной или групповой. Индивидуальный подход к каждому обучающемуся является одним из важнейших дидактических требований к организации образовательного процесса. В условиях технологического развития иноязычного образования это предполагает возможность выбора индивидуальной траектории образования, регулирования темпа его освоения и т.д.

С другой стороны, технологическое развитие иноязычного образования предоставляет возможность применения и групповых форм учебных занятий, что способствует развитию у обучающихся коммуникативных качеств, умений работать в команде и т.п. И если в ходе традиционных групповых занятий эти достоинства реализовывались в существенной мере как бы автоматически, то в условиях технологического развития иноязычного образования, ориентированном в большей степени на индивидуальный характер обучения, организация групповой учебной деятельности требует особого внимания.

Методически проработанная контекстная помощь, «всплывающие» подсказки и доступная в любой момент справка стимулируют проявление своеобразного «синдрома незавершенного действия», характерного для компьютерных игр. При выполнении учебных заданий на компьютере это позволяет формировать мотивационную составляющую процесса обучения как стремление к самовыражению, эмоциональный настрой, инициативу, ситуативный интерес, предметную установку и т.д.

Возможность управлять мультимедиаобъектами активизирует учебную деятельность студентов. Студент может передвигать иллюстрации по экрану, размещая в наиболее удобном для него месте, компоновать их вместе с текстом, закрывать и вновь открывать, прочитывать текст, параллельно рассматривая нужные ему иллюстрации, и т.п. Таким образом, создаются предпосылки для наиболее удобного, причем индивидуально для каждого студента, восприятия учебной информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению. - М.: Русский язык, 1989. - 276 с.
- 2 Мильруд Р.П. Методика формирования грамматической компетенции учащихся. - М.: Русский язык, 1989. - 170 с.
- 3 Кунанбаева С.С. Создание информационно-обучающей среды в системе университетского образования. - Алматы: РЦИО, 2006. - 119 с.
- 4 Нургалиева Г.К. Ценностное ориентирование личности в условиях информатизации образования. - Алматы, РЦИО, 2004. - 311 с.
- 5 Чакликова А.Т. Научно-теоретические основы формирования межкультурной компетенции в условиях информатизации иноязычного образования: автореф. дис ... докт. пед. наук: 13.00.02 - Теория и методика обучения и воспитания.

Resume

The article deals with the concept of informatization of English-language education on the basis of modern ICT achievements. The author analyzed the technology of the development of foreign language education. The criteria for the use of electronic educational resources in English language classes are determined.

УДК 004

В.В. НАУМЕНКО,

магистр технических наук,
преподаватель.

Университет «Туран».

О.А. УСАТОВА,

магистр технических наук,
преподаватель.

Центральноазиатский технико-
экономический колледж.

А.Т. КОНЫСБАЕВ,

к.ф.н., доцент, преподаватель.
Университет «Туран»

ГЛУБОКИЙ АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОРТАЛА EDU-KZ.COM ИНСТРУМЕНТАМИ ЯНДЕКС

На рассматриваемом рекламно-образовательном портале edu-kz.com была установлена аналитическая система от компании Яндекс. В установленный скрипт, предоставленный этой системой, вошли такие инструмен-

ты, как «Яндекс метрика», «Счетчик посещений», «Вебвизор», «Карты кликов» и многое другое. Используя эти инструменты, авторы провели полную аналитику сайта и выявили проблемы современных информационных порталов.

Ключевые слова: образовательный портал, анализ, аналитика, системы аналитики, веб-технологии, операционная система, андроид, мобильные устройства.

На рассматриваемом рекламно-образовательном портале edu-kz.com была установлена аналитическая система от компании Яндекс. В установленный скрипт, предоставленный самой системой, вошли такие инструменты, как «Яндекс-метрика», «Счетчик посещений», «Вебвизор», «Карты кликов» и многое другое.

Спустя несколько месяцев были получены очень многие аналитические данные, на основе которых была проведена оценка сайта и приняты многие решения по его доработкам. Для начала была рассмотрена посещаемость сайта, были выявлены дни, в которые пользователи больше всего проявляют активность. Первый отчет был построен за одну неделю и, как мы видим на рисунке 1 с левой стороны - к концу недели идет резкий упадок посетителей, посмотрев отчет в разрезе месяца на этом же рисунке с правой стороны, заметно стабильное уменьшение трафика на всех выходных днях. Исходя из этой статистики и полученных данных, было установлено, что основной спрос на образовательные услуги - только в будние дни. Соответственно, все PR-акции и рекламу надо давать только в рабочие дни.

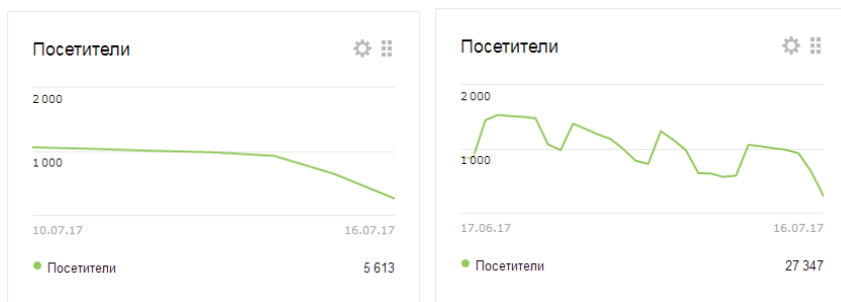


Рисунок 1 - Посещаемость портала за неделю и месяц

Далее был внимательно проанализирован источник трафика. По его результатам за 1 месяц получаем статистику и очень ценные данные, что переходы из поисковых систем составляют 77%, внутренние переходы - 12,3%, прямые переходы по набранной ссылке - 10,2%, переходы из соцсетей составили всего лишь 0,36% и переходы по ссылкам с других сайтов - 0,18%. Скрин данной статистики вместе с диаграммой показан на рисунке 2.

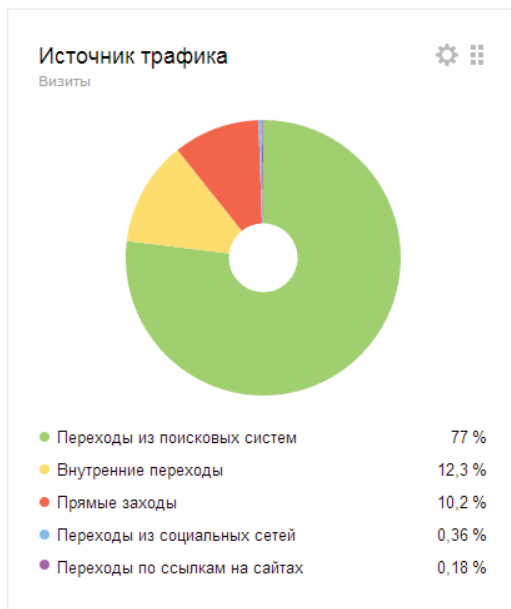


Рисунок 2 - Источник трафика портала за 1 месяц

Исходя из проведенного анализа, мы видим, что SEO-оптимизация настроена отлично и весь целевой трафик приходит из поисковых систем и сайт выходит по многим запросам на первой странице. Но проблема, где данная компания и ее проект edu-kz теряет большое количество посетителей - это социальные сети и переходы с других сайтов.

Рассмотрев более углубленно, мы получили статистику, в которой были данные, что с поисковых систем зашли за этот месяц 25 090 человек, внутренних переходов было 4014, прямых переходов по ссылке - 3317, а вот переходов из социальных сетей - всего 116, с других сайтов самый низкий показатель - всего 60 визитов. Данная статистика показана на рисунке 3 (стр. 321).

Источник трафика, Источник трафика (детально)	Визиты			Посетители			Отказы		Глубина просмотра	
	▽	%	↑↓	▽	%	↑↓	▽	↑↓	▽	↑↓
<input type="checkbox"/> Итого и средние	32 651			27 351			22 %			1,69
+ <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы из поисковых систем	25 090			21 124			12,8 %			1,74
+ <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Внутренние переходы	4 014			3 895			85,4 %			1,25
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Прямые заходы	3 317			2 514			14,6 %			1,8
+ <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы из социальных сетей	116			107			13,8 %			2,4
+ <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы по ссылкам на сайтах	60			53			13,3 %			1,9

Рисунок 3 - Источник трафика портала за один месяц

Было предложено создать аккаунты и сообщества во всех популярных соцсетях, таких, как Контакт, Инстаграм, Фейсбук, Твитер и Одноклассники. Основная ставка была сделана на Инстаграм и Контакт. Для повышения трафика с других сайтов нужно покупать ссылки и баннеры на сторонних ресурсах.

Пройдя далее, была поставлена задача исследовать, какими устройствами и программным обеспечением пользуются наши посетители. Основная статистика и информация показана на рисунке 4.

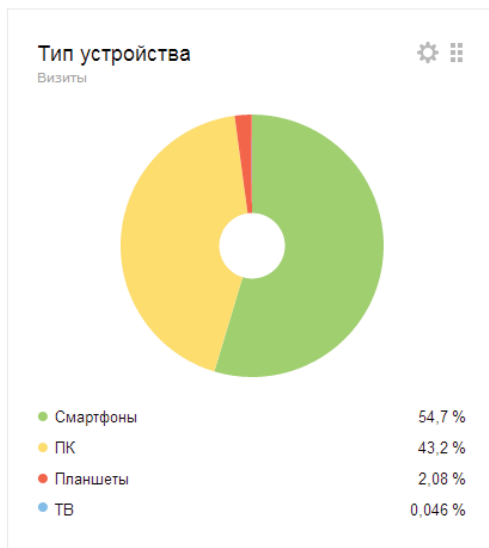


Рисунок 4 - Тип устройства

Как мы видим, смартфоны занимают первое место и их показатель составляет 54,7%. В XXI в. это неудивительно, сейчас они почти есть у всех пользователей, даже у старшего поколения. Посещаемость с персональных компьютеров составила 43,2%. Поиск учебного заведения - это не заказ пиццы или эвакуатора, где число пользователей, заходящих со смартфона, доходит до 85-90%. Выбор учебного заведения - ответственное дело, где необходимо сравнить и посмотреть несколько предложений. Компьютер или ноутбук для этого будет более удобным. Планшетами же пользуются очень и очень мало пользователей, всего 2,08% воспользовались именно этим устройством, чтобы зайти на сайт. На сегодняшний день удобнее использовать смартфон, т.к. он включает абсолютно все функции, чем брать отдельно планшет. В связи с этим мы наглядно видим, как это сказывается на потребительском спросе на данное устройство.

✓ Тип устройства, Производитель устройства, Модель устройства	📄 Визиты		👤 Посетители		🚫 Отказы	📏 Глубина просмотра	🕒 Время на сайте
	▽	%	▽	%	▽	▽	▽
<input type="checkbox"/> Итого и средние	32 652		27 352		22 %	1,69	2,05
+ <input checked="" type="checkbox"/> Смартфоны	17 846		14 565		12,7 %	1,64	2,04
<input checked="" type="checkbox"/> ПК	14 112		12 234		34,3 %	1,75	2,04
+ <input checked="" type="checkbox"/> Планшеты	679		546		10,8 %	1,8	2,35
<input checked="" type="checkbox"/> ТВ	15		13		6,67 %	1,87	1,05

Рисунок 5 - Тип устройства и посещаемость за 1 месяц

Проведя более расширенный анализ, который показан на рисунке 5, за один месяц мы получили данные, что со смартфонов заходили 17 846 пользователей, с компьютера или ноутбука их число составило 14 112, а с планшетов - всего 679, что тоже нельзя назвать маленькой цифрой. Тут появился вопрос: с каких же устройств пользователи заходят чаще и какая у них операционная система и браузер.

На первом месте у нас оказались владельцы смартфонов от компании Samsung, на втором - Apple и третье место занял LG. Четвертое, пятое и шестое места заняли представители китайских брендов, таких, как Huawei, Lenovo и Meizu. Полная информация и посещаемость по каждому бренду отдельно представлена на рисунке 6 (стр. 323).

Для разработки мобильного приложения для сайта необходимо знать, под какую операционную систему его начать писать. Специально для этого была собрана информация по спросу на мобильные системы, на которых они функционируют, и под какими браузерами пользователи чаще всего выходят в интернет. Проведя полный анализ, показанный

на рисунке 7, мы видим, что самая популярная система - Андроид, разработанная компанией Google. На втором месте - платформа Windows, это неудивительно, т.к. с ПК посещаемость у нас на втором месте. На третьем месте уже идет операционная система от Apple iOS, она у всех обладателей айфонов. С других же систем посещаемости почти нет, мы их не будем рассматривать.

<input checked="" type="checkbox"/> Тип устройства, Производитель устройства, Модель устройства	<input checked="" type="checkbox"/> Визиты			<input checked="" type="checkbox"/> Посетители			<input checked="" type="checkbox"/> Отказы			<input checked="" type="checkbox"/> Глубина просмотра		
	▼	%	📊	▼	%	📊	▼	%	📊	▼	%	📊
<input type="checkbox"/> Итого и средние	32 656			27 354			22 %			1.69		
<input checked="" type="checkbox"/> Смартфоны	17 850			14 567			12,7 %			1.64		
<input checked="" type="checkbox"/> Samsung	9 160			7 418			10,9 %			1.68		
<input checked="" type="checkbox"/> Apple	3 014			2 603			17,3 %			1,43		
<input checked="" type="checkbox"/> LG Electronics	2 116			1 710			11,8 %			1,69		
<input checked="" type="checkbox"/> Huawei	780			631			10,3 %			1,68		
<input checked="" type="checkbox"/> Lenovo	627			506			6,54 %			1,55		
<input checked="" type="checkbox"/> Meizu	315			237			17,5 %			1,62		
<input checked="" type="checkbox"/> Nokia	288			221			40,3 %			1,56		
<input checked="" type="checkbox"/> Не определено	246			191			11 %			1,87		
<input checked="" type="checkbox"/> HTC	236			196			9,75 %			1,65		
<input checked="" type="checkbox"/> Micromax	199			166			17,6 %			1,84		
<input checked="" type="checkbox"/> Xiaomi	198			168			12,6 %			1,59		
<input checked="" type="checkbox"/> Prestigio	121			75			6,61 %			2,02		
<input checked="" type="checkbox"/> ASUS	95			63			15,8 %			1,62		

Рисунок 6 - Статистика брендов с посещаемостью за 1 месяц

<input checked="" type="checkbox"/> Группа операционных систем, Операционная система (детально)	<input checked="" type="checkbox"/> Визиты			<input checked="" type="checkbox"/> Посетители			<input checked="" type="checkbox"/> Отказы			<input checked="" type="checkbox"/> Глубина просмотра			<input checked="" type="checkbox"/> Время на сайте		
	▼	%	📊	▼	%	📊	▼	%	📊	▼	%	📊	▼	%	📊
<input type="checkbox"/> Итого и средние	32 604			27 310			21,9 %			1,69			2,05		
<input checked="" type="checkbox"/> Google Android	15 019			12 132			11,2 %			1,68			2,10		
<input checked="" type="checkbox"/> Windows	13 689			11 773			31,8 %			1,78			2,09		
<input checked="" type="checkbox"/> iOS	3 108			2 686			17,1 %			1,43			1,40		
<input checked="" type="checkbox"/> Mac OS	480			474			83,3 %			1,11			0,22		
<input checked="" type="checkbox"/> Другие с Java ME	139			102			66,9 %			1,34			2,05		
<input checked="" type="checkbox"/> GNU/Linux	139			123			48,2 %			1,47			1,13		
<input checked="" type="checkbox"/> SymbianOS	24			19			54,2 %			2,13			3,39		

Рисунок 7 - Операционные системы

<i>Мұрат М.Ж.</i> Басқару есебіндегі шешімдерді қабылдау. Басқару үдерісі	191
<i>Талимова Л.А., Калкабаева Г.М.</i> Состояние и основные тенденции развития долгосрочного банковского кредитования экономики в Республике Казахстан	197
<i>Оразалинова М.С.</i> Кәсіпорынның материалдық емес активтерін талдау	203
<i>Кораблев В.А.</i> Новые тенденции во взаимодействии рынка труда туристской отрасли и сферы образования	210
<i>Демеуов А.Б., Байзакова А.С.</i> Туризм географиясының жаһандану үрдісіндегі орны	216
<i>Жанузакова Л.Т.</i> Вопросы повышения роли Парламента Казахстана в условиях конституционной реформы	222
<i>Акимжанов Т.К.</i> О некоторых социальных аспектах противодействия преступности в Республике Казахстан	229

**СЕКЦИЯ II РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
УНИВЕРСИТЕТОВ И НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

<i>Сальменова С.К., Каражанова М.Х., Байзакова А.С.</i> Роль инновационно-предпринимательской деятельности университета в повышении его конкурентоспособности	237
<i>Тойболдинова З.Г.</i> Конкурентоспособность современного образования в условиях глобализации	241
<i>Айсина А.Г.</i> Обучение основам предпринимательства в системе среднего профессионального образования	246
<i>Паршина Г.Н., Алаева Г.Т.</i> Управление образовательными программами в университете «Туран»	249
<i>Судейменова С.Ж., Алтынбекқызы А.</i> Развитие и создание «программ двойных дипломов (совместных степеней)»	256
<i>Жұманбаева Н.А.</i> «Тұран» университетінің мамандар даярлаудағы инновациялық-кәсіпкерлік бағытты қолдануының мүмкіндіктері мен ерекшеліктері	261
<i>Кубеков Б.С., Балгабаева Л.Ш., Жаксыбаева Н.Н.</i> Парадигма образования в контексте современных тенденций во взаимодействии рынка труда и сферы подготовки инженерных кадров	267