

Семантика и сравнительный типологический анализ терминов на русском и узбекском языках связанных с цифровой экономикой, туризмом, маркетингом, и его обслуживанием

Примкулова С.Б

СамИСИ кафедры узбекского языка и литературы

Аннотация. Автор данной работы, опираясь на современные достижения Семантика и сравнительной науки, рассматривает принципы терминов на русском и узбекском языках связанных с цифровой экономикой, -обучения по используемым на уроках в ВУЗах. Изучение научной и методической литературы по проблеме позволило сделать вывод о том, что использование туризмом, маркетингом, и его обслуживанием. Обучения на уроках дает возможность изложить материал наглядно, способствует повышению качества обучения и уменьшения бестактности студентов.

Ключевые слова: Государственная политика, семантические дериваты, ментальность, семантический анализ, специальная лексика, связь развития языка с историей и духовной культурой народа, сферами человеческой деятельности, материал об особенностях терминов, в сфере туризма и способов их развития.

ВВЕДЕНИЕ

развитие любой науки или области знания обуславливается наличием строго аргументированной в научном плане терминологии. Комплексное туристическое обслуживание в России в силу исторических и социальных причин в значительной степени ориентировано на использование словарной базы, заимствованной из других языков. Наиболее распространенным в сфере туризма является английский язык и, прежде всего, специальная лексика, употребление которой ограничивается специальными сферами человеческой деятельности. Именно в специальной термин о лексике можно наиболее наглядно проследить связь развития языка с историей и духовной культурой народа. На сегодняшний день более 90% новых слов, появляющихся в современных языках, представляют собой специальную лексику, что является результатом значительного развития научно-технических знаний Современная терминология сферы туризма, маркетингами экономики и его обслуживание атрожает понятия довольно новой отрасли знания и, как правило, еще недостаточно исследованной, что делает тему, выбранную для данного исследования, достаточно актуальной. Термин о система «Туризм маркетингами, экономики и его обслуживание» является фактом массовой коммуникации, а ее изучение –важнейшим условием успешной профессиональной деятельности и организации путешествий. Туристический бизнес не перестает развиваться: налаживаются взаимоотношения российских и зарубежных партнеров, которые прибегают к употреблению терминологии сферы туризма; европейские путешественники также постоянно сталкиваются с необходимостью понимания терминов, используемых в сфере туристического обслуживания. Всё это привлекает внимание к терминологии туризма и порождает споры о ней, чему посвящена масса публикаций. Существует множество исследований этой терминологической лексики с лингвистической точки зрения. Так, термины туризма русского и английского языков исследует в русле когнитивного подхода формально-структурного – дискурсивного –О.П. Карбина что подтверждает актуальность изучения этой термина о системы. Таким образом, целью работы

является изучение специальной лексики туристической тематики, рассмотрение различных классификаций терминов в сфере туризма и способов их развития. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:–собрать и обосновать теоретический материал об особенностях терминов;–выделить характерные черты туристической терминологии;–определить особенности формирования терминологии международного туризма;–классифицировать туристические термины;–проанализировать основные приемы перевода терминов в данной сфере коммуникации выявить трудности в процессе перевода; Объектом исследования является термин о система туристического дискурса или же словаря. Предмет работы –состав и особенности образования и семантики терминов в сфере международного туризма. Материалом исследования послужили туристические термины, полученные в результате сплошной выборки из источников, представляющих сферу их функционирования, а именно тексты путеводителей, туристические брошюры, сайты туристических компаний и различных отелей. Теоретическую базу исследования составили работы В.Н. Комиссарова, Я.И. Рецкера, А.В. Федорова, Н.К. Рябцевой, И.В. Арнольд, Л.И. Борисовой и других ученых. При написании дипломной работы были применены следующие методы: метод критического анализа теоретической литературы, сравнительно-сопоставительный и семантический анализ текстов, описательный метод, метод переводческого анализа Структура данной дипломной работы: введение, две главы, заключение, список использованной литературы, использованных словарей и источников фактического материала. Во Введении описывается актуальность, цель, задачи, предмет и объект исследования.

Современное общество, живущее в период пятого технологического цикла, сталкивается с существенными изменениями во всех сферах деятельности, основанными на выдающихся достижениях в области информационных и цифровых технологий

Семантика и сравнительный типологический анализ терминов. Программа «Цифровая экономика в Узбекистане» Цифровая экономика представлена 3 уровнями: 1) маркетинг и отрасли экономики (сферы деятельности), где осуществляется взаимодействие конкретных терминов (оборота в языке связи производством информационных слов поставщиков и потребителей); Маркетинг в современном мире их отрасли имеют очень много видов из них; Основы маркетинга, Маркетинг в современном мире, Виды маркетинга, История развития маркетинга, Функции маркетинга, Нужда, потребность и запросы, Потребительская ценность, Маркетинг отношений, Процесс принятия решения о покупке, Инжиниринг, Теория потребительского поведения, Аудит маркетинга, Лекции по Маркетингу, Маркетинговая среда, Маркетинговые исследования, Товары и услуги в маркетинге, Управление маркетингом и организация маркетинговой деятельности, Содержание, Маркетинг - понятие и основные определения, Функции и виды маркетинга, Состояния спроса и задачи маркетинга, Маркетинг как концепция рыночного управления

К этим терминам можно к примеру подобрать несколько десятков словарных слов. И сделать сопоставительной анализ. Рынки Маркетинг — понятие и основные определения. Маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей посредством обмена. Маркетинг — социальный и

управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как отдельных индивидов, так и общественных групп посредством создания, предложения и обмена товаров и услуг. Маркетинг — это извлечение прибыли из удовлетворения потребителя. Маркетинг — рыночная концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направленная на изучение рынка и конкретных запросов потребителей. Современная экономика основана на разделении труда, при котором каждый производитель специализируется на производстве некоего товара, получает за это деньги и на них покупает все необходимое для производства.

Адверториал вид скрытой рекламы в СМИ Адвокат бренда. специалист, носитель экспертизы Аида (AIDA)классическая схема скрытого управления при презентации товара, в маркетинге

Ай-стоппер коммуникативный элемент, останавливающий взгляд, Аккультурация

процесс изменения культуры между двумя различными культурными группами

Акрилайт световая вывеска из акрилового стекла с подсветкой

Аксесс панель постоянная база респондентов, участвующих в маркетинговых опросах
Амбассадор посол марки (посланник бренда)

Бенчмаркетинг-деятельность, направленная на поиск, оценку и учебу на лучших примерах

Би Ти Эль (BTL) -непрямая реклама, воздействие на покупателей

Бизнес для бизнеса (B2B)-маркетинговая деятельность компании, ориентированная на получение выгоды от оказания услуг, продажи товара другим компаниям

2) платформы и технологии, где формируются компетенции для развития маркетинга и отраслей экономики (сфере, туризма, маркетинга); 3) среда, которая создает условия для развития платформ и технологий, эффективного взаимодействия терминов, маркетинга и отраслей экономики, а также охватывает нормативное регулирование, языковую инфраструктуру, и цифровую экономику безопасности.

Цифровая экономика - понятие, имеющее два значения:

1) отрасль экономики, охватывающая все этапы развития сравнительный типологический речи оборота в языке связи с производством информационных слов, построенных на семантика сравнительной типологией и анализа терминов новых слов технология, их последующей реализацией и сервисным обслуживанием;

2) уровень всего общественного типологического анализа в русском и узбекском языках, предполагающий использование информационных технологий в разных видах экономической деятельности (сравнительный типологический речи), наличие информационной инфраструктуры (Семантика и сравнительный термин языков).

В дальнейшем во всех вопросах, связанных с цифровой экономикой, авторы придерживаются собственного определения и подхода к ее сути.

1

Цифровая экономика и интернет - технологии затрагивает все сферы общественной жизни. Так, согласно отчету Всемирного банка, развитие и широкое использование интернета способствует расширению масштабов в сфере языка, науки и торговли,

В данной работе будут представлены результаты исследований влияния цифровой экономики на сферу маркетинга в контексте комплекса маркетинга (4P, 7P) как обоснование сравнения языка с другими сферами совершенствования экономической деятельности на основе цифровых информационных терминов и рассмотрение факторов стимулирования их внедрения в русском и узбекском языках в сфере туризма, маркетинга. Следствием социально-экономических преобразований, происходящих в обществе является непрерывное и глубокое реформирование образования. Консервативное функционирование образовательной системы в недалёком прошлом заменяется инновационным.

Рынок образовательных услуг является одним из самых мобильных и динамично развивающихся. Активизируются дидактические процессы и, как следствие, растёт спрос на активные методы обучения. Меняются цели образования: требуется выпуск конкурентоспособных специалистов, меняются и приоритеты в обучении: нужно обыгрывать сложные профессиональные ситуации - возникает потребность во внедрении в учебный процесс профессионального образования профессиональных игр.

В мировой педагогической практике накоплен значительный положительный потенциал в этом отношении. Но и в нашей стране достижений не меньше. Как заявил министр образования Ш. Шерматов в докладе на Всеобщем совещании по образованию, прошедшем в Ташкенте 14-15 января 2019 года, «В мире не существует идеальных систем образования: каждая такая система основывается на культурно-исторических традициях своих государств и зависит от социально-экономических и политических реалий в стране. В Узбекском обществе, в узбекской системе образования есть огромный научный, культурный и духовный потенциал и возможности, способные обеспечить наше дальнейшее поступательное развитие. Поэтому при всей необходимости, как было показано, принятия назревших решений, в их реализации надо опираться прежде всего на

¹ Говоря об истории формирования понятия цифровой экономики, необходимо отметить, что впервые данный термин озвучил канадский ученый Дон Тап-скотт в 1994 г., в книге The Digital Economy:

положительный опыт и традиции, заложенные в нашем обществе и в нашем образовании. Ведь не случайно, когда в прошлом году наши школьники участвовали в международных Олимпиадах по родному языку, русскому языку, математике, физике, химии, биологии, экологии, информатике, географии, из тридцати одного победителями и призерами этих международных Олимпиад стали двадцать девять. Такого результата не имеет ни одна страна !»