



## Құрметті студент!

2018 жылы «Әлеуметтік ғылымдар, экономика және бизнес - 3» бағытындағы мамандықтар тобының бітіруші курс студенттеріне Оқу жетістіктерін сырттай бағалау 4 пән бойынша өткізіледі.

Жауап парақшасын өз мамандығыңыздың пәндері бойынша кестеде көрсетілген орын тәртібімен толтырыңыз.

Мамандық шифры	Мамандықтың атауы	Жауап парағының 6-9 секторларындағы пәндер реті
5B050700	«Менеджмент»	1. Экономика қағидалары 2. Макроэкономика 3. Маркетинг 4. Менеджмент

1. Сұрақ кітапшасындағы тестер келесі пәндерден тұрады:

1. Экономика қағидалары
2. Макроэкономика
3. Маркетинг
4. Менеджмент

2. Тестілеу уақыты – 180 минут.

Тестіленуші үшін тапсырма саны - 100 тест тапсырмалары.

3. Таңдаған жауапты жауап парағындағы пәнге сәйкес сектордың тиісті дөңгелекшесін толық бояу арқылы белгілеу керек.
4. Есептеу жұмыстары үшін сұрақ кітапшасының бос орындарын пайдалануға болады.
5. Жауап парағында көрсетілген секторларды мұқият толтыру керек.
6. Тест аяқталғаннан кейін сұрақ кітапшасы мен жауап парағын аудитория кезекшісіне өткізу қажет.
7. - Сұрақ кітапшасын ауыстыруға;  
- Сұрақ кітапшасын аудиториядан шығаруға;  
- Анықтама материалдарын, калькуляторды, сөздікті, ұялы телефонды қолдануға

**қатаң тиым салынады!**

8. Студент тест тапсырмаларында берілген жауап нұсқаларынан болжалған дұрыс жауаптың барлығын белгілеп, толық жауап беруі керек. Толық жауапты таңдаған жағдайда студент ең жоғары 2 балл жинайды. Жіберілген қате үшін 1 балл кемітіледі. Студент дұрыс емес жауапты таңдаса немесе дұрыс жауапты таңдамаса қателік болып есептеледі.

**Экономика қағидалары**

1. Экономика өз алдына ғылым болып ең алғаш төмендегідей атпен шықты:

- A) Экономикалық теория
- B) Теориялық экономия
- C) Қолданбалы экономика
- D) Экономикс
- E) Шаруашылықты мемлекеттік басқару өнері

2. Өндіргіш күштердің элементтері:

- A) басқару және ақпараттық жүйелер
- B) өндіріс-құрал жабдықтары
- C) еңбек заттары
- D) тауарлар, өнімдер
- E) капитал, еңбек
- F) жұмыс күші

3. Ерекше экономикалық заңдар дегеніміз:

- A) Шаруашылықты жүргізуге байланысты туындайтын заңдар
- B) Меншік құқықтарындағы мұраға қалдыру
- C) Әлеуметтік-өндірістік қатынастардың дамуын білдіреді
- D) Шекті пайдалық қасиеті
- E) Күнделікті іс-әрекетке байланысты ережелер
- F) Индустриялды шаруашылықты жүргізу
- G) Шаруашылық жүргізудің нақты-тарихи формаларының заңы

4. Төмендегі тұжырымдаманың дұрысы:

- A) экономикалық заңдар объективті түрде әрекет етеді, адамдар оларды танып-біліп, өз тәжірибесінде пайдаланады
- B) экономикалық заңдар табиғи заңдардан ерекше қызмет етеді
- C) табиғат заңдарына ұқсас
- D) экономикалық заңдар адам санасына тәуелді, адамдар оларды белгілейді
- E) экономикалық және табиғат заңдары
- F) экономикалық заңдар адамдардың еркі мен қалауынан тыс өз-өзінен пайда болады

5. Рынок ұғымын түсіндіруге болады:

- A) Экономикадағы монополистік кәсіпкерлік еркіндігі
- B) Өндіріс факторларына меншік түрлерінің көптігі
- C) Шектеулі ресурстарды тиімді пайдаланудағы ұдайы өндірістік қатынастар
- D) Тұтынушылар мен өндірушілердің өзара байланысын жүзеге асыратын орын
- E) Өндірістік қатынастардың реттелген жүйесі

6. Монополия нарығына сай жағдай:

- A) бір сатушы мен бір тұтынушы
- B) рыноктағы жалғыз кәсіпорынның айрықша билік ету құқығы
- C) бір сатушы және көптеген тұтынушылар
- D) жеке фирмалар
- E) рыноктағы бір фирманың үстемдік етуі

7. Экономикалық құбылыстардың көрсеткіштері:

- A) шикізат
- B) қаржы ұйымдары
- C) аймақтық орта
- D) табиғи орта
- E) экономикалық емес игілік
- F) табиғи ресурстар әлеуметі

8. Монополия рыногына тән жағдай:

- A) аздаған сатып алушы көптеген сатушыға қарсы
- B) бір ғана сатушы және сатып алушы
- C) бір сатып алушыға қарсы көп сатушылар
- D) қатысушылар саны көп және нарыққа ену еркіндігі
- E) рынокта бір ғана сатып алушы

9. Еркін бәсеке:

- A) тұтынушылар құқықтарын сақтау
- B) тауардың сыртқы пішінін көшіру
- C) өз еркімен біреудің тауар белгісін қолдану
- D) бәсекелестікке түсетін тауардың сапасын жақсарту
- E) тауардың еркін өткізілуі
- F) экономикалық қызметтің еркіндігі

## 10. ЖІӨ:

- A) ұлттық белгісіне қарамастан белгілі бір елдің аумағында орналасқан кәсіпорындармен өндіріледі
- B) барлық кәсіпорындармен өндіріледі
- C) елдің ішінде де, сыртында да елдің барлық тауар өндірушілерімен өндіріледі
- D) макроэкономикалық көрсеткіштердің бірі, бір жылда елдің ішінде осы елге, сондай-ақ өзге де елдерге тиесілі өндіріс факторларын пайдалана отырып жасалынған түпкілікті өнімнің рыноктық бағалармен белгіленген жиынтықты құнын білдіреді
- E) мемлекеттің территориясындағы барлық өндірушілердің белгілі бір кезең ішінде өндірген түпкі тауарлары мен көрсеткен қызметтерінің нарықтық құнын білдіретін жиынтық көрсеткіш

## 11. Макроэкономикадағы жиынтық сұраныс:

- A) мемлекеттік шығыстар мен кәсіпорындардың инвестициялық сұранысы
- B) жиынтық сұраныс халықтың жиынтық табыстың белгілі бір деңгейінде жоспарлайтын тауарлар мен көрсетілетін қызметтерге жұмсалатын шығысының деңгейін көрсетеді
- C) ел нақты сатып алушылық қабілетінің көрсеткіші, яғни елдегі сатып алушылар бағаның белгілі бір деңгейінде сатып алғысы келетін тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің құндық тұлғадағы жиынтық көлемі
- D) мемлекеттік шығыстар
- E) үй шаруашылығы мен кәсіпорынның инвестициялық сұраныстары
- F) макроэкономикадағы барлық экономикалық субъектілердің сұранысы

## 12. «Өте көп мөлшердегі ақша өте аз тауар санының артынан қуалайды» деген:

- A) өндіріс шығынының өсуінен пайда болған бағаның өсуі
- B) өнімдердің жылжуы
- C) жиынтық ұсыныс тұрақты болғандағы жиынтық сұраныстың өсуінен пайда болған инфляция
- D) ұлттық өндірістің нақты көлемінің ұлғаюы
- E) өндіріс көлемі мен бағаның пропорционалды түрде өзгеретін жағдайы
- F) баға мен өндіріс көлемі әр түрлі бағыттарға қарай өзгеретін жағдай

## 13. Фирманың ұзақ мерзімді қызметі білдіреді:

- A) барлық шығындар ауыспалы болатын кезеңді
- B) өндіріс күшінің өзгермейтін кезеңін
- C) қолданыстағы шикізат көлемінің өзгеретін кезеңін
- D) шығындардың тұрақты болатын кезеңін
- E) тұрақты және ауыспалы шығындардың анықталу кезеңін
- F) қолданыстағы еңбектің көлемі ғана өзгеретін кезеңді

14. Өндіріс факторларының нарықтағы баға белгіленуі анықталады:

- A) өндіріс факторларындағы бағалардың тұрғындардың ақшалай табысына әсер етпейді
- B) өндіріс шығындарының деңгейі ресурстар бағасына тәуелді емес
- C) өндіріс факторларындағы бағалар шығын деңгейіне әсер етеді
- D) өндіріс факторларындағы бағалар салалар мен фирмадағы ресурстардың таратылуын анықтайды
- E) өндіріс факторлары нарығы мемлекетпен реттеледі
- F) ресурстардың бағасы нарықтағы бәсекелестікпен анықталады
- G) ресурстар бағасы тұрақты емес

15. Капитал рыногы өзіне қосады:

- A) инвестициялық тауарлар рыногын
- B) өнеркәсіптік тауарлар мен қызметтер нарығын
- C) тұтынушылар тауарлары рыногын
- D) инвестициялық қызметтер нарығын
- E) кітап өнімдерінің нарығын

16. АӨК негізгі саласы жер жырту технологиясы:

- A) Қарапайым ирек тәсіл
- B) Қарапайым ирек тәсіл, қопару тәсілі
- C) Күрделі ирек тәсіл, сілтесіздендіру тәсілі
- D) Күрделі ирек тәсіл, күрделі ирексіз тәсіл
- E) Ирексіз күрделі тәсіл

17. ЖҰӨ-ді есептегенде есептелмейді:

- A) тауарлар мен қызметтерді мемлекеттік сатып алу
- B) өндірістік емес келісімдер
- C) пайыз бен табыс
- D) мемлекеттік трансферттік өнімдер
- E) амортизация
- F) жалақы
- G) соңғы өнімдер мен қызметтердің құны

18. Экономикалық құбылыстардың көрсеткіштері:

- A) Аймақтық орта
- B) Экономикалық емес игілік
- C) Қаржы ұйымдары
- D) Өндіріс факторлары мен өндіріс нәтижелері
- E) Табиғи ресурстар әлеуметі
- F) Шикізат

19. Экономиканы мемлекеттік реттеу дегеніміз:

- A) Ақша массасы көлемін қайта реттеу процесі
- B) Экономикаға мемлекеттің араласуының негізгі бір формасы
- C) Нарықтың классикалық моделі
- D) Экономикалық даму қарқыны мен деңгейі және мемлекет тұрғындарының әл-ауқаты
- E) Ұдайы өндірісті мәжбүрлі реттеу
- F) Мемлекеттің табысы мен ресурстарын бөлу әрекеті

20. Әлеуметтік саясаттың қағидалары:

- A) Әлеуметтік жауапкершілік, әлеуметтік кепілдер
- B) Регрессивті салықтық қойылым
- C) Экономикалық әділеттілік
- D) Экономикалық өсім
- E) Әлеуметтік әділеттілік
- F) Баға тұрақтылығы
- G) Әлеуметтік әріптестік
- H) Қоршаған ортаны қорғау

21. Инфляция себептері:

- A) қоғамның саяси тұрақтылығы бұзылады, әлеуметтік шиеленісті күшейте түседі
- B) инфляцияның жоғарғы қарқынмен өсуі ұзақ мерзімге жоспар жасауды қиын жолға қояды, кәсіпкерлердің тәуекелін өсіреді
- C) мемлекеттік бюджеттің тапшылығы, яғни шығындардың түсімдерден асып жатуы
- D) шет елдің тұрақты валютасына сұраныс өседі, ол капиталдың шет елге ауысуына әкеледі
- E) елдің ұлттық табысы мен байлығы қоғамның әр түрлі топтар арасында қайта бөліске түседі
- F) өндіріс шығындарының өсуі, яғни шикізат материалдардың шығындарының өсуі
- G) тауарлар мен қызмет өндіру көлемінің қысқаруы

22. Жұмыссыздықтың жағымсыз жағы:

- A) жұмыс күшінің қоры өндірістің ұлғаюының алғы шарты болып табылады
- B) өтпелі инфляцияға әсер етеді
- C) халықтың тұрмыс деңгейінің төмендеуі
- D) жұмысбастылардың жұмыстағы тәртібінің жоғарылауы
- E) жұмыссыздар санының көбеюі тауар мен қызметке сұранымды азайтады
- F) жалақыны көбейту жөніндегі кәсіподақ талаптары қалыптасады
- G) жұмыссыз адам ешнәрсе шығармайды, демек елдің әл-ауқаты да жоғарыламайды

23. Банктің белсенді операцияларына жатады:

- A) несие төлемдерін бақылау
- B) ақшаларды алмастыру
- C) алтын валюталы қорды сақтау
- D) несие беру
- E) несие төлемдерін есептеу

24. Жылжымайтын мүлікті кепілдікке алатын ұзақ мерзімді ақшалы несие:

- A) ұзақ мерзімдік ипотека
- B) тұтынушылық несие
- C) банктік несие
- D) қысқа мерзімдік ипотека
- E) инновацилық салық
- F) коммерциялық несие
- G) мемлекеттік несие

25. Еркін сауда саясаты – бұл:

- A) Мемлекеттік шығындардың және салық салудың қойылымдарының көлемінің өзгеруі
- B) Кедендік тарифтер мен квоталардың болуы
- C) Ақша ұсынысының көбеюі, жиынтық шығындар мен жұмысбастылықтардың көлемін көбейту үшін несиенің арзандауы
- D) Экспорттық және импорттық субсидиялардың және квотаның болмауы
- E) Шектелмеген сыртқы сауда саясаты
- F) Өнімдерді сату мен әскери бағытталған құралдар
- G) Шетелдік бәсекеден ұлттық экономиканы қорғауға бағытталған саясаты

**Экономика қағидалары**  
**ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**



## Макроэкономика

### 1. Қорлар:

- A) Ел экономикасындағы капитал
- B) Мемлекеттік бюджет тапшылығы
- C) Мемлекеттік бюджет артықшылығы
- D) Жыл соңындағы жұмыссыздыр саны
- E) Бір айдағы шетелден келген туристердің саны
- F) Ағымдағы жылдағы өндірістің мөлшері
- G) Келесі айдағы стипендия сомасы

### 2. Жұмыссыздықтың себебі:

- A) фирманың пайдасы өсуі
- B) фирманың жақсаруы
- C) психологиялық дамуы
- D) ел экономикасының төмендігі
- E) еңбек күшіне деген сұраныстың тапшылығы

### 3. Жалпы ұлттық өнім:

- A) Жалпы капитал қор салымының құнының қосындысы
- B) Ел ішінде және одан тыс жерлердегі ел резиденттері өндірген өнімді есепке алады
- C) Макроэкономикалық көрсеткіш
- D) Өткізілген өнімдер мен қызметтердің қосындысы
- E) Тұтыну шығындарының қосындысы
- F) Кәсіпорындардағы өндірілген өніммен қоса сауда жүйесіндегі қорлардың қосындысы

### 4. Нақты ЖІӨ сипаты:

- A) Атаулы ЖІӨ-мен бағалар индексінің қатынасы
- B) Номиналды ЖІӨ-нен әрқашанда үлкен
- C) Меншіктен түскен табысты ескереді
- D) Тұрақты бағадағы өнім шығару көлемін анықтайды
- E) Әрқашан Номиналды ЖІӨ-ге тең

### 5. ЖІӨ бұл:

- A) Өндіріс факторларынан түсетін табыс
- B) Дайын тауарлар мен қызметтердің бір жылдағы нарықтық құны
- C) Аралық өнімнің нарықтық құны
- D) Қоғам әл-ауқатының көрсеткіші
- E) Белгілі бір уақыт аралығында ел резиденттері алған табыстың жиынтығы

6. Шығындар әдісі бойынша жабық экономикадағы ЖІӨ есептеуде қолданылатын агрегатталған шама:

- A) Үй шаруашылықтарының тұтыну шығындары
- B) Ренталық төлемдер
- C) Фирмалардың инвестициялық шығындары
- D) Жалақы
- E) Меншіктен түскен табыс

7. AD-ның бағадан тыс факторларына жатады:

- A) Байлық салдары
- B) Ақша ұсынысы
- C) Импорттық тауарларды сатып алу салдары
- D) Ақша айналысының жылдамдығы
- E) Салық мөлшерлемесінің өзгерісі
- F) Бағалар деңгейінің өзгеруі

8. AS-тің бағадан тыс факторлары:

- A) Фирмаларға салынған салықтар
- B) Технологиядағы өзгерістер
- C) Бағалар деңгейі
- D) Ақша ұсынысы
- E) Ресурстарға бағалар

9. Классикалық үлгіге сай:

- A) Жиынтық ұсыныс қисығы тік сызық, оңға-солға жылжи алмайды
- B) Ұлттық өндірістің нақты көлемі әлеуетті деңгейге жетпейді
- C) Экономикадағы жұмыссыздық деңгейі табиғи деңгейіне сай келеді
- D) Жиынтық сұраныс деңгейін өндіріс көлемі айқындайды
- E) Экономика толық қуатпен, ресурстардың толық қамтылу жағдайында жұмыс істейді

10. Кейнстің қарапайым мультипликатор үлгісі көрсетеді:

- A) Табыс өсімінің мемлекеттік шығын өсіміне қатынасын
- B)  $1/1-b$
- C) Салық өсімінің жинақ өсіміне қатынасын
- D)  $\Delta Y/\Delta G$
- E) Инвестиция өсімінің жинақ өсіміне қатынасын
- F)  $1/1-b(1-t)$

11. Кейнс кресі үлгісіндегі іс жүзіндегі өнім шығару көлемі  $Y_1$  тепе-теңдік  $Y_0$  көлемнен артса, онда:
- A) Қор жинақтары іс жүзіндегі инвестициялардан артық болады
  - B) Сатып алушылар тауарды фирмалардың өндіргенінен аз сатып алады
  - C) Фирмалар тұтынушылар сатып алуға дайын көлемнен аз шығарады
  - D) Жиынтық сұраныс жиынтық ұсыныстан артық болады
  - E) Тауарлы материалдық қор өседі
  - F) Тауарлы материалдық қор қысқарады
  - G) Фирмалар өндіріс пен жұмысбастылықты ұлғайтады
12. Тұтыну функциясының графигіндегі көлбеулігі  $45^\circ$  болатын түзде:
- A) Жинақтау мен инвестициялар теңдігі бұзылады
  - B) Үй шаруашылықтарының табыстың әр деңгейіне сәйкес тұтыну көлемін анықтаймыз
  - C) Үй шаруашылығы шығыны мен табыстары бір-біріне тең болатын нүктелер анықталады
  - D) Нақты инвестициялар мен қор жинау теңдігі сақталады
  - E) Жинақтаудың ең үлкен деңгейіне сәйкес нүктелерді анықтаймыз
  - F) Үй шаруашылықтарының табыстың әр деңгейіне сәйкес болатын жинақтау сомаларын анықтаймыз
  - G) Инвестициялық сұраныстың өзгеруі байқалады
13. Ақша ұсынысын азайту туралы шешім қабылдау үшін Ұлттық банк:
- A) Міндетті резервтер мөлшерлемесін азайтуы мүмкін
  - B) Ашық нарықта мемлекеттік облигацияларды сатып алуы мүмкін
  - C) Міндетті резервтер мөлшерлемесін арттыруы мүмкін
  - D) Есептеу мөлшерлемесін азайтуы мүмкін
  - E) Ақша басып шығаруы мүмкін
14. Дж.М.Кейнс бойынша ақшаға сұранысты туындататын, өтемпаздыққа артықшылық берудің себепті уәждері:
- A) Экзогенді
  - B) Ескерту
  - C) Сұраныс
  - D) Трансакциялық
  - E) Алыпсатарлық

15. Коммерциялық банктердегі жалпы ақша массасы ұлғаяды:
- A) Құнды қағаздарды халықтан сатып ала бастаса
  - B) Орталық банкте өз салымдарының бір бөлігін алса
  - C) Салым бойынша халықтардан қолма-қолсыз ақша алу арқылы ағымдағы есеп-шот өз міндеттемелерін ұлғайтса
  - D) Халыққа ұсынатын несиенің көлемін ұлғайтса
  - E) Құнды қағаздарды халыққа сата бастаса
  - F) Салымдар бойынша қолма-қол және қолма-қолсыз ақшаларды төлей бастаса
  - G) Ағымдағы есеп-шот бойынша өз міндеттемелерін азайтса
16. Графикте IS қисығынан жоғары жатқан нүктелерде:
- A) Ұлттық табыс көлемі жоспарланған шығындардан аз
  - B) Тауарлар мен қызметтерге сұраныс артық
  - C) Игіліктер нарығында тапшылық
  - D) Тауарлар мен қызметтерге ұсыныс сұраныстан көп
  - E) Ұлттық табыс көлемі жоспарланған шығындардан артық
  - F) Ақша ұсынысы оның сұранысынан көп
  - G) Тауарлар мен қызметтерге сұраныс ұсыныстан көп
17. IS қисығының солға жылжуының себептері:
- A) Салықтардың көбеюі
  - B) Инвестициялық шығындардың өсуі
  - C) Тұтынушы шығындарының өсуі
  - D) Жинақтардың азаюы
  - E) Салықтардың азаюы
  - F) Мемлекеттік шығындардың өсуі
18. Инфляция қарқынын төмендету шаралары:
- A) Стагфляция
  - B) Дефляция
  - C) Инвестиция
  - D) Депрессия
  - E) Рецессия
  - F) Дефлятор
19. Толық жұмысбастылық кезіндегі жұмыссыздықтың түрлері:
- A) Циклдық және технологиялық
  - B) Құрылымдық жұмыссыздық
  - C) Циклдық және құрылымдық
  - D) Фрикциондық жұмыссыздық
  - E) Табиғи жұмыссыздық
  - F) Жасырын жұмыссыздық

20. Ашық инфляцияны топтастыру, жіктеу үшін пайдаланатын критерийлер:

- A) фирмалар шығынының жоғарлауы
- B) тауардың санының тұрақтылығы
- C) бағаның өсу қарқыны
- D) еңбек нарығының пайда болуы
- E) әртүрлі тауар топтары бойынша бағаның өсуіндегі алшақтық деңгей
- F) еңбекақыны көтеру

21. Ағымдағы операциялар бойынша Қазақстан мемлекетінің балансында тапшылық болса:

- A) Фиксалдық саясат жүргізіледі
- B) Экспорт көлемі ұлғайтылады
- C) Экспорт қаржыландырылады
- D) Ауыспалы валюта бағамы көтеріледі
- E) Импорт көлемі ұлғайтылады
- F) Тапшылық қаржыландырылады

22. Ашық экономикада макроэкономикалық саясаттың мақсаты:

- A) Тіркелген валюта бағамы жағдайында капиталдың абсолютті икемдеу
- B) Ауыспалы валюта бағамын көтеру
- C) Ішкі макроэкономикалық реттеулер
- D) Бейрезиденттерге тауар мен қызмет сатудан түсетін барлық түсімді көрсету
- E) Экономиканы ықтимал шығарылым деңгейіне шығару
- F) Сауда балансының жай-күйін бейнелеу

23. Шағын ашық экономикаға қатысты пікірлері дұрыс:

- A) Таза экспорттың мөлшері ұлттық кіріске тәуелді
- B) Ұлттық жинақ ақша инвестицияға тең болады
- C) Таза қызметтер мен таза ағымдағы трансферттер оң мөлшерді құрайды
- D) Импорттың мөлшері импорттауға шекті бейімділікке тәуелді
- E) Импорттың мөлшеріне тәуелді
- F) Жабық экономика шығысы мультипликатор мөлшеріне тең
- G) Сауда балансының сальдосы міндетті түрде нөлге тең
- H) Инвестициялар мөлшері әлемдік пайыз мөлшерлемесіне тәуелді

24. Егер неміс маркасының долларға шаққандағы бағасы (1 марка) 50-ден 45 центке түссе, онда Германияда бағасы 150 маркамен сатылатын магнитофонның құны (доллармен) өзгереді:

- A) 7,50 долларға өседі
- B) 15 долларға өседі
- C) Құны 67,5 доллар болады
- D) Әр маркадан 5 центке кемиді
- E) 10 долларға түседі
- F) 7,50 долларға азаяды
- G) 15 долларға арзандайды

25. Тұрғындардың өсуінсіз және технологиялық прогрессіз тұрақты жағдайдағы дұрыс тұжырымдама:

- A) Бір жұмысшыға шаққандағы капитал көлемі уақыт кезеңінде тұрақсыз болып қалады
- B) Экономикаға инвестиция тарту ұлғая түседі
- C) Бір жұмысшыға шаққандағы инвестиция бір жұмысшыға шаққандағы капиталдың тозуына тең
- D) Еңбек өнімділігі артып, өндірілген өнім көлемі ұлғая түседі
- E) Капиталмен қарулануы неғұрлым жоғары болса, инвестиция көлемі соғұрлым жоғары болды
- F) Бір жұмысшының жинақтауы бір жұмысшыға шаққандағы капиталдың тозуына тең
- G) Жиынтық ұсыныс қысқа мерзімді кезеңде қарастырылады

**Макроэкономика**  
**ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**

## Маркетинг

1. Маркетингтің өндірістік тұжырымдамасына бірқатар басқару идеялары жатады:

- A) Қоршаған ортаны қорғау
- B) Жалпы өндірісті жетілдіру
- C) Тауардың тұтынушылық қасиеттерін жетілдіру
- D) Сатылым мөлшерін арттыру
- E) Пайданы өсіру

2. Телефонмен сауалнама жүргізу әдісінің артықшылықтары немен түсіндіріледі:

- A) Ақпаратты өңдеу үдерісінде қандай да бір қиындықтың туындамауымен
- B) Салыстырмалы жоғарғы емес құнымен
- C) Аудиторияны кең қамтумен
- D) Психология білімі бойынша мамандардың қажеттілігін талап етпейді
- E) Жер аумағын толық қамтумен
- F) Қысқа уақыттық шығындармен

3. Сыртқы ақпарат көздері:

- A) Мемлекеттік органдар, министрліктер, жергілікті өзін-өзі атқарушы органдар және ұйымдардың басылымдары
- B) Оқу орындар, ғылыми-зерттеу, жобалық институттар және ғылыми-қоғамдық ұйымдар, симпозиумдар, конгресстер, конференциялардың басылымдары
- C) Тұтынушылардың картасы
- D) Импорт және экспорт көлемі
- E) Өткізу көлемі
- F) Тауар айналымының сипаты

4. Макроортаның мәдени факторлары қалыптасады:

- A) Тұтынушылардың табыс деңгейімен
- B) Нарықтағы бәсекелестер санымен
- C) Елдің инфляция деңгейімен
- D) Елдің табиғи көрсеткішімен
- E) Тұтынушылардың мәдени көзқарасымен
- F) Адамдардың бір-бірімен өзара қарым-қатынасын анықтаушы дүние таныммен
- G) Тұтынушылар құндылығы және тәртіп (іс-құлық) нормасымен

5. Абрахам Маслоудың ынталандыру теориясындағы қажеттіліктер:

- A) Өзін-өзі сақтау
- B) Қорғаныс
- C) Табиғи
- D) Әлеуметтік
- E) Физиологиялық

6. А. Маслоу теориясындағы қажеттіліктер:

- A) физиологиялық, сақтану қажеттілігі
- B) арнайы себептілік қажеттілігі
- C) мерзімдік, бір реттік қажеттілік
- D) әлеуметтік, (сыйлық) құрмет алу қажеттілігі
- E) екінші реттік қажеттілік
- F) өзін - өзі таныту қажеттілігі
- G) жоспарлы, шектен тыс қажеттілік

7. Тұтыну тауарлары нарығын сегменттеу негіздері:

- A) география, демография негізінде
- B) техникалық ерекшелігіне байланысты
- C) бәсекелестер іс-әрекетінің негізінде
- D) нарықтық факторларға байланысты
- E) делдалдардың сатып алу қабілеттілігі негізінде
- F) нарықтың көлемі негізінде

8. Халықаралық маркетингте ескерілетін басты мәдени факторлар:

- A) Елдің ұлттық ерекшелігі
- B) Елдің діні, тілі
- C) Елдің саясаты
- D) Елдің аумағы
- E) Елдің мәдениеті

9. Нарықты сегменттеу нәтижелерін қолдану мақсаттары мен бағыттары:

- A) Инновацияны енгізу
- B) Іс тәжірибені жүзеге асыру
- C) Тұтынушылардың уәжделерін анықтау
- D) Нарық сипаттарын анықтау
- E) Тауар ерекшеліктерін анықтау



10. Өнеркәсіп тауарларының топтамалары:

- A) энергия көздері
- B) қарапайым тауарлар
- C) күрделі мүліктер
- D) ғылыми-техникалық тауарлар
- E) материалдар мен бөлшектер
- F) қосалқы материалдар

11. Тауарлық номенклатура сипатталады:

- A) Өзінің толықтығымен (жеке тауарлар санымен )
- B) Нарықтағы барлық тауарлар бірлігі
- C) Бір-бірімен пайдалануының ұқсастығымен тығыз байланысты тауарлар тобы
- D) Бір клиенттер тобына өткізуімен тығыз байланысты тауарлар тобы
- E) Бұл сатушының сатып алушыларға ұсынатын барлық тауарлар түрі
- F) Өзінің тереңдігімен (тауарды ұсыну варианттарымен )
- G) Бағаның бір аралығында сатылуымен тығыз байланысты аналогты тауарлар тобы

12. Тауар саясатындағы сервистік қызметтің түрлері:

- A) кепілдемелі, кепілдемеден кейінгі сервис
- B) арнайы тұтынушылар тобына арналған сервис
- C) ерекше сервистік қызметтер
- D) талап бойынша орындалатын сервис
- E) жоспарлы түрдегі аралас сервис
- F) тұтынушының үйінде көрсетілетін сервистік қызметтер

13. Маркетингтік баға стратегиясына жатады:

- A) «Нарық қуысы» стратегиясы
- B) Әртараптандыру
- C) «Лазер сәулесі» стратегиясы
- D) «Бәсекелестің соңынан еру» стратегиясы
- E) Шоғырланған маркетинг
- F) «Орта нарықтық баға» стратегиясы
- G) «Қаймағын алу» стратегиясы

14. Тауар номенклатурасы шеңберінде баға тағайындау бағаларды бекіту байланысты:

- A) Мемлекетке
- B) Өндірістің жанама өнімдеріне
- C) Тауар ассортименті шеңберіне
- D) Нарық ерекшелігіне
- E) Нарық құрылымына
- F) Делдалдың баға тағайындауы байланысты

15. Дилердің басты қызметі:

- A) Ұсақ және өзара байланысты емес тауарларды сату
- B) Аралық сатып алушыларға тауардың партияларын сату (көбінесе бөлшек саудаға)
- C) Тауардың иесінің атынан оны өткізу
- D) Тұтынушыға тауарлардың партиясын жеке бірлікпен сату
- E) Мәміле жасасуға және сатуға серіктестерді іздеу
- F) Өндірушілер мен көтерме саудагерлерден үлкен көлемде тауарларды сатып алу

16. Брокердің басты қызметі:

- A) Тауардың үлкен партияларын тез қайта сату («ванселлинг»)
- B) Өндірушілер мен көтерме саудагерлерден үлкен көлемде тауарларды сатып алу
- C) Өкілдік қызметтің жасырын сипаты
- D) Маклерлік фирмалардың құрамында жұмыс атқару
- E) Мәміленің кепілдігін қамтамасыз ету және несие беру

17. БМК-мен (біріккен маркетингтік коммуникациялар) салыстырғанда дәстүрлі коммуникациялардың тиімділігін төмендетудің басты себептері:

- A) Көптеген дамыған елдерде бала туу мөлшерінің төмендеуі
- B) Жаһандық шамадан тыс қоныстану мәселесі
- C) Ақпараттық шамадан тыс жүктеме
- D) Әлеуетті тұтынушылардың қызығушылық деңгейінің төмендеуі
- E) Әлеуетті тұтынушылардың білім деңгейінің төмендеуі

18. БМК (біріккен маркетингтік коммуникациялар) қалыптастыру және пайдаланудың негізгі себептері:

- A) «Бейбіт атомды» дамыту
- B) Мақсатты аудиторияларды сегменттеудің тиімділігін арттыру
- C) Көптеген дамыған елдерде білім деңгейінің төмендеуі
- D) «Қырғи-қабақ соғыстың» аяқталуы
- E) Жаһандық шамадан тыс қоныстану мәселесі
- F) Бизнесі жүргізудің жаһандық, трансұлттық сипаты
- G) Тұтынушылар тұрғысынан мықты қолдауға қол жеткізу мүмкіндігі

19. Маркетингтің медиа-құралы ретіндегі теледидардың басты артықшылықтары:

- A) Құнының жоғары болмауы
- B) Жоғарғы икемділік
- C) Назардың жоғарғы деңгейі
- D) Жарнаманың қанықтылығы
- E) Аудиторияны таңдау деңгейінің жоғарылығы
- F) Аудиторияны қамтудың жоғарғы дәрежесі

20. Ережеге сәйкес, маркетингтің міндеттерінің өзара байланысты кешені:

- A) Бәсекелес фирмалардың қызметін анықтауға арналған міндеттер
- B) Тауарды тиімді итермелеу мәселесіне қатысты міндеттер
- C) Фирманың ішінара қызметіне байланысты міндеттер
- D) Қоғамдық құрылымдарға және сыртқы ортаға қатысты міндеттер
- E) Нарықтың қызметіне қатысты, яғни сұранысты реттеумен байланысты міндеттер

21. Нарықты талдау үдерісіндегі «бәсекелестік орта» көрсеткіштері бірқатар факторлармен сипатталады:

- A) Ақпараттандыру
- B) Қажеттіліктің тұрақтануы
- C) Қаржылық қолдаудың әлеуетті мүмкіндіктері
- D) Бәсекелес фирмалардың өнімін өткізу көлемі
- E) Фирмалармен пайдаланатын маркетингтік стратегиялар
- F) Нарықтың даму серпіні

22. Маркетингтік жоспарлар белгілеріне байланысты жіктеледі:

- A) мерзім ұзақтығы бойынша
- B) жүргізу құралы бойынша
- C) берілу нысаны бойынша
- D) жасалу жылдамдығы бойынша
- E) зерттеу әдісі бойынша

23. Басымдылықты ішкі талдаудың зерттеу нысандары:

- A) Нәтижелерді оңтайландыру
- B) Өнеркәсіп салалары
- C) Өндірісті жоспарлау және басқару жүйесін енгізу
- D) Жұмысты орындау мезгілдерін бақылау
- E) Экологиялық балансты қамтамасыз ету
- F) Сатып алу саясатын оңтайландыру
- G) Қарыздық міндеттемелер бойынша тәуекелді азайту

24. Тауарды шетел нарығына бағыттаудың жолы:

- A) шетелдегі клиенттерге сервистік қызметтен бас тарту
- B) шетелдік делдалдар қызметін қолданбай тауар ұсыну
- C) тауарды шетел нарығы талаптарына сай бейімдеу
- D) шетел нарығына тек қана қызмет көрсетуді ғана ұсыну
- E) шетел нарығына жаңа өнім түрін ұсыну
- F) шетел нарығына тауарларды қорапсыз жеткізу
- G) тауарды шетел нарығында тек кешенді түрде ғана сату

25. Эванс жіктемесі бойынша, қызмет көрсетушінің еңбек сипатына байланысты түрлері:

- A) дене еңбегі арқылы берілетін қызметтер
- B) автоматтандырылған қызметтер
- C) мемлекеттік қызмет түрлері
- D) ойша берілетін қызметтер
- E) білім саласындағы қызметтер
- F) материалдық қызметтер
- G) тікелей берілетін қызметтер

**Маркетинг**  
**ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**

## Менеджмент

1. Жапондық көшбасшыларға тән басқару стилі:

- A) көтермелеу
- B) сүйемелдеушілік
- C) талқылаушы
- D) орындаушы
- E) үйлестіруші
- F) пікір жинаушы

2. Менеджменттің басқару деңгейлері бойынша жоспарлау түрлері:

- A) ұзақ жылдық
- B) стратегиялық
- C) орта мерзімдік
- D) оперативтік
- E) тактикалық

3. Жапон менеджерлерінің XX-ғ. 70-ж. орта тұсында өздеріне қойған сұрақтары:

- A) Компания орта өзгерісіне қалай бейімделеді?
- B) Компания бәсекелестікті қалайша жеңеді?
- C) Жұмыскерлерді қалайша ынталандыру керек?
- D) Жұмыскерлерді қалайша тиімді пайдалануға болады?
- E) Компания жұмысын қалайша жақсартуға болады?
- F) Жұмыскерлерді қалайша тиімді таңдауға болады?
- G) Компанияның басты мақсаты қандай?

4. Классикалық теория сипатталады:

- A) Кадрларды кәсіптік сапасына қарай таңдаумен
- B) Басқару қызметінің мақсаттарын айқындаумен
- C) Шешілуге тиісті міндеттермен
- D) Басқару процестерімен
- E) Құрылымдық бөлімшелерді қалыптастырумен
- F) Еңбек бөлінісінің жоғары дәрежесімен
- G) Жұмыскерлердің нақты қызмет түріне айқындаумен

5. Ситуациялық көзқарас сипатталады:

- A) Бұйрық беру тізбектілігімен
- B) Құрылымдық бөлімшелерді қалыптастырумен
- C) Кадрларды кәсіптік сапасына қарай таңдаумен
- D) Шешілуге тиісті міндеттермен
- E) Басқару қызметінің мақсаттарын айқындаумен
- F) Өндіріс технологиясы типтерінің өзгеруімен
- G) Жұмыскерлердің нақты қызмет түріне айқындау

6. Бихевиористік басқару мектебінің дамуына өз үлестерін қосқан ғалымдар:

- A) Р. Лорд
- B) К. Арджирис
- C) Г. Форд
- D) Г. Гант
- E) А. Маслоу

7. Ф.Герцбергтің теориясы бойынша мотивациялау факторлары:

- A) басшылар, бағыныштылар және жеке адамдар арасындағы байланыс
- B) жоғары дәрежелі жауапкершілік, творчестволық және іскерлік өсу мүмкіндіктері
- C) жетістік, табыс
- D) жұмысты тікелей бақылау дәрежесі
- E) фирма мен әкімшілік саясаты
- F) жұмыс жағдайы және жоғары дәрежелі жауапкершілік
- G) жұмыс жағдайы және еңбек ақы

8. Жанжалды шешудің құрылымдық тәсілдері:

- A) жаңа шешім табу және соған мәжбүрлеу
- B) әрекетке ояту
- C) жанжалдан қашу
- D) жалпы ұйымдық кешенді мақсаттарды белгілеу
- E) жұмысқа түсінік беру
- F) үйлестіруші және біріктіруші механизмдер

9. Ішкі ортаны зерттеу қажеттілігі:

- A) ішкі ортаның жағдайы сыртқы ортаға сәйкес келуін бағалау үшін
- B) ішкі ортаның жағдайы ұйымның мақсатына сәйкес келуін бағалау үшін
- C) мәдени фактор әсерін бағалау үшін
- D) тұтынушыларды зерттеу үшін
- E) ішкі ортаның ағымдық жағдайын анықтау үшін
- F) сыртқы ортаның ағымдағы жағдайын анықтау үшін
- G) жеткізушілерді зерттеу үшін

10. Энтони бойынша басқару ісінің категориялары:

- A) Басқару бақылауы
- B) Тактикалық жоспарлау
- C) Күнделікті бақылау
- D) Алдын ала бақылау
- E) Өзін-өзі бақылау

11. Ақпарат-басқару жүйесін жобалау кезеңдері:

- A) Пайдаланушылардың жүйені жобалауға қатысуы
- B) Жүйе деректерін жетілдіру
- C) Шешім қабылдау жүйесін талдау
- D) Қажетті мәліметтерді жинау
- E) Мәлімет қажеттілігін талдау
- F) Мәліметті өңдеу процесін жобалау

12. Басшылықты тиімді атқарудың айрықша маңызды элементтері:

- A) жеке басының мінез-құлқы
- B) топтық норма
- C) жұмысқа жағымды көзқарас
- D) шешім қабылдау кезінде ешкіммен санаспау
- E) корпоративті кештер өткізу
- F) топтық пікірлестік

13. Жеке кәсіпорын жұмысшысына қатысты оның мінез-құлқына түрлі ықпал етудің түрлерін бөлуге болады:

- A) талдау жасау мен басқару стильдерін жіктеп құр
- B) жеке адамның қасиеті мен көзқарасы жағынан қарағандағы тәсіл
- C) басқару органдары қызметтерінің заңды түрде бекітілген және жүзеге асырылатын әдістері, процедуралары, нысандары
- D) тікелей (бұйрық, тапсырма)
- E) құндылықтар жүйесі арқылы (тәрбие, білім және т.б.)

14. Басшының мақсаты:

- A) Өкілеттілікке қоса, билігінің болуы
- B) Қызметтің бірыңғай тұтас интеграциялануы және синтезделуі
- C) Мәжбүрлік ету
- D) Қызметтің бірыңғай тұтас интеграциялануы
- E) Басқалардың өзіне бекітілген жұмысты орындауына ықпал ету
- F) Өзінің формальді өкілеттілігінің болуы

15. Гренг пен Рейвеннің жіктеуі бойынша биліктің негізгі нышандары:
- A) Әкімшілік, заңды биліктер
  - B) Көтермелеуге негізделген билік
  - C) Эксперттік, әкімшілік биліктер
  - D) Эксперттік, эталондық биліктер
  - E) Мәжбүр етуге негізделген және заңды биліктер
16. Іскерлік көшбасшылық қасиеттер:
- A) шешендік қабілет
  - B) құзыреттілік
  - C) тартымды бейне
  - D) жұмысты ұйымдастырудың жаңа нысандары мен әдістерін іздестіру
  - E) үстемдік
  - F) жалпы эрудиция
17. Ұйымда келіспеушіліктің түрлері:
- A) сезімдік келіспеушілік
  - B) танымдық келіспеушілік
  - C) тұлға аралық келіспеушілік
  - D) әртүрлі пікірге байланысты келіспеушілік
  - E) мақсаттардың келіспеушілігі
  - F) ішкі тұлғалық келіспеушілік
  - G) топ ішіндегі келіспеушілік
18. Ұйымдағы келіспеушілікті шешу жолдары:
- A) қорқыту
  - B) күштеу
  - C) сендіру
  - D) жанжалдан кету
  - E) пікірлесу
19. Ұйымдардағы дау-жанжалдың объективтік себептері:
- A) іскерлік жағдайларға қатысты қимыл-әрекеттері
  - B) өмірлік ұстаным айырмашылығы
  - C) мінез-құлыққа байланысты
  - D) тұлғаның психологиялық ерешеліктері
  - E) табиғи құбылыстар
  - F) темпераментке байланысты



20. Кәсіпорынды басқару түрін ұсынушы Г.Эмерсонның негізгі қағидалары:

- A) Нақты еңбек бөлінісі
- B) Ынталандыру жүйесін қолдану
- C) Нақты белгіленген ереже мен тәртіпке бағыну
- D) Еңбекке мамандандыру
- E) Әділетті жауапкершілік
- F) Ұйым қызметін мұқият және жедел басқару
- G) Өндірісті жетілдіру жолдарын іздестіру

21. Ұйымның жоғарғы буын деңгейіндегі шешілетін мәселелер:

- A) операциялардың орындалу тәртіптерін анықтау
- B) мақсаттың орындалуын қамтамасыз етпеу
- C) шаруашылық мәселелерді шешу жолдарын қарастыру
- D) өндірістік операцияларды орындау
- E) ұйымның жалпы стратегиясын анықтау
- F) жалпы ұйымдық дамуды бағалауда қызмет атқару

22. Жеке адамдар арасындағы қарым-қатынас тиімділігін арттыру үшін келесідей жайттар ұсынылады:

- A) деректерді жинау, сақтау және өңдеу
- B) тарату және түрлендіру
- C) кері байланыс орнатуға тырысу
- D) эмпатияға және ашық жарқын әңгімеге көңіл бөлу
- E) мәлеметтерді тарату

23. А.И. Пригожиннің «Басқарудың әлеуметтік жағдайлары» атты еңбегіндегі басқару шешімдерінің жіктелуі:

- A) шығармашылық шешім
- B) тәжірибеге сүйеніп қабылданған
- C) тиянақты қабылданған шешім
- D) маңызды шешім
- E) жедел шешім
- F) жан-жақты шешім

24. Ұйымның ортаңғы буын деңгейіндегі шешілетін мәселелер:

- A) бөлімшелер қызметін үйлестіру
- B) ұйымның жалпы стратегиясын анықтау
- C) мақсаттардың орындалу тәртіптерін анықтау
- D) шаруашылық мәселелерді шешу жолдарын қарастыру
- E) жалпы ұйымдық дамуды бағалауда қызмет атқару

25. Ұйымның әлсіз және күшті жақтарын анықтау үшін ұсынылатын ұйымның функционалды сапалары:

- A) маркетинг
- B) жабдықтаушылар
- C) өндіріс
- D) технология
- E) қамтамасыз ету
- F) қаржы
- G) ұйым ортасы

**Менеджмент**  
**ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ**