



Құрметті студент!

2018 жылы «Әлеуметтік ғылымдар, экономика және бизнес - 1» 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. Экономикалық теория 2. Макроэкономика 3. Маркетинг 4. Менеджмент

- Сұрақ кітапшасындағы тестер келесі пәндерден тұрады:
 - Экономикалық теория
 - Макроэкономика
 - Маркетинг
 - Менеджмент
- Тестілеу уақыты – 180 минут.
Тестіленуші үшін тапсырма саны - 100 тест тапсырмалары.
- Тандаған жауапты жауап парағындағы пәнге сәйкес сектордың тиісті дөңгелекшесін толық бояу арқылы белгілеу керек.
- Есептеу жұмыстары үшін сұрақ кітапшасының бос орындарын пайдалануға болады.
- Жауап парағында көрсетілген секторларды мұқият толтыру керек.
- 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.

Экономикалық теория

1. Экономикалық заңдылықтар:

- A) Айрықша экономикалық заңдар
- B) Өзгермелі экономикалық заңдар
- C) Жалпы экономикалық заңдар
- D) Экономикалық өсу заңдары
- E) Ерекше экономикалық заңдар

2. Экономикалық категориялардың талдау дәрежелері:

- A) Бағаны қалыптастыру процесі
- B) Капитал мен бәсекелік ортаны қалыптастыру заңдылықтары
- C) Адамдардың өзара қарым-қатынасы
- D) Ұлттық нарықтың дамуы
- E) Микро және макроэкономика
- F) Қоғамның дамуы

3. Нарықтық экономикалық жүйеде негізделеді:

- A) Экономиканың көптараттылық
- B) Өнімді сұранысқа сай сату және өткізу
- C) Экономикадағы идеология
- D) Еркін кәсіпкерлік қызметке
- E) Өндірушілер мен мемлекет арасындағы байланыс

4. Өнеркәсіп революциясы мен ҒТП даму деңгейі бойынша индустриалды даму дәуіріне дейінгі жүйе:

- A) ұрпақтан ұрпаққа жалғасып отырған дәстүр мен салт бойынша қатынастар қалыптасады
- B) ірі машиналық өндіріске дамыған тауар - ақша қатынастарына негізделеді
- C) мемлекет пен нарық механизмдерінің араласуы арқылы экономиканы реттеу жүзеге асады
- D) натуралды шаруашылық еңбегі дәстүр бойынша жалғасып, жүргізіліп отырады
- E) негізгі ресурс ретінде ақпарат саналады, экономиканың бастаушы саласы – материалдық емес сала
- F) ауыл шаруашылығы натуралдық шаруашылық және қол еңбегі басым орын алады

5. Индустриалдық жүйе:

- A) Мемлекеттің егемендігі және ұлттық экономиканы жүзеге асырады
- B) Ресурстар мен өндіріс факторлары мемлекеттің қолында болып, мемлекеттік меншіктің үстемділігі жүргізіледі
- C) Өндіріс факторларын дамытуда тауарлар шығаруға негізделеді
- D) Мемлекет пен нарық механизмдерінің араласуы арқылы инновациялық технологияны жүзеге асыруға бағытталған
- E) Ірі машиналық өндіріске дамыған тауар- ақша қатынастарына негізделеді

6. Мемлекеттік меншікке, орталықтан жоспарлауға негізделген экономикалық жүйе:

- A) Дәстүрлі
- B) Нарықтық
- C) Тауарлы
- D) Барлық ресурстар мен өндіріс факторлар мемлекеттің қолында
- E) Әкімшілік-әміршілік
- F) Аралас

7. Ұлттық байлық құрамына жатады:

- A) ұлттық табыс
- B) өз өзіне қызмет көрсету
- C) жанама салықтар
- D) макроэкономикалық көрсеткіштер
- E) азаматтардың жеке мүліктері
- F) айналмалы өндірістік қорлар
- G) негізгі өндірістік және өндірістік емес қорлар

8. Нарықтың кемшіліктері:

- A) Адам капиталының дамуы үшін шарттарды қалыптастыру
- B) Балалар еңбегін қолдану
- C) Әлсіз әлеуметтік кепілділік
- D) Қажеттіліктер толық қанағаттандырылмайды
- E) Еңбекті сақтауға кепілдік жоқ
- F) Жаңа технологиялар тез меңгеріледі
- G) Еңбек ресурстардың толық жұмыс бастылығына кепілдік жоқ

9. Өндіріс факторлары:

- A) игіліктер
- B) еңбек
- C) жер
- D) жұмыссыздық
- E) еңбек өнімділігі

10. Сұраным заңы әрекет етпейді:

- A) Нарықтағы сатып алушылар саны азайған жағдайда
- B) Сирек кездесетін, әрі қымбат тауарларды сатып алған жағдайда
- C) Нарықтағы сатушылар саны артқан жағдайда
- D) Салықтарды көбейткен жағдайда
- E) Тауарлар тапшылығы кезінде

11. Ұсыныс икемділігі:

- A) Бағаның 1 пайызға өзгеруінің сұранысқа әсері
- B) Табыстың салыстырмалы өсуі кезіндегі сұраныс мөлшерінің өзгеруі
- C) Бағаның 1 пайызға өзгеруі кезіндегі ұсыныс мөлшерінің (пайыздық) өзгеруі
- D) Табыстың (пайыздық) өсуі кезіндегі сұраныс мөлшерінің өзгеруі
- E) Субституттар бағасының өзгеруі кезіндегі сұраныс мөлшерінің (пайыздық) өзгеруі
- F) Бағаның 1 пайызға төмендеуінің сұранысқа әсері

12. Айнымалы фактордың қосымша бір бірлігін пайдалана отырып өндірілген жалпы өнімнің өсімі:

- A) Жалпы өнім
- B) Marginal product
- C) Total product
- D) Average product
- E) Орташа өнім
- F) TP

13. Меншік иесінің табысының түрі:

- A) Ұтым
- B) Қор
- C) Пайыз
- D) Тұтыну
- E) Шығын

14. Банктік несие түрі:

- A) Бір кәсіпорынның несиесі басқаға
- B) Тұтынушылық несие
- C) Коммерциялық несие
- D) Кәсіпорын несиесі
- E) Халықаралық несие
- F) Ипотекалық несие

15. Сыртқы шығын:

- A) Бір қалыпты деңгейде тұрады
- B) Кәсіпорынның өзіне тиесілі ресурстарын (меншігін) тиімді пайдалану тәсілі арқылы фирманың болжамданған ақшалай қаражаты
- C) Нақты ақша қозғалысын бейнелейді
- D) Ішкі жабдықтаушылар арқылы өндіріс факторларына жұмсалған ақшалай қаражаттары
- E) Арендалық төлемге және тағы басқаларға жұмсалған ақша қаражаттары

16. Өндіріс көлемінің өзгеруіне байланысты өзгеріп отыратын айнымалы (өзгермелі) шығын:

- A) Қисығы өнім саны абциссасына параллель болады
- B) Бастапқы кезде өндіріс көлемінің ұлғаюымен қатар қарқынды ұлғайып отырады
- C) Қисығы өнім саны абциссасына перпендикуляр болады
- D) Өнім өндіру процесі басталмастан бұрын пайда болады
- E) Фирма еш нәрсе өндірімеген жағдайда да төленеді
- F) Өнім шығарылмаған уақытта нөлге тең болады
- G) Шикізатқа, отынға, қуат көзіне, көлік қызметіне, еңбек ресурстарына жұмсалады

17. Бұл қоғамның дамуы мен өмір сүруі үшін қажетті материалдық және рухани игіліктерді құру процесі:

- A) өндірістік қатынас
- B) құрылым
- C) табиғи фактор
- D) жұмыс күші
- E) өндіріс
- F) өндіргіш күштер
- G) игіліктер құру процесі

18. Еңбек нарығы:

- A) Еңбек нарығындағы ұйымдар
- B) Жұмыс күшіне сұраныс және ұсынысты қамтамасыз етуші экономикалық қатынастар жүйесі
- C) Тауарлар мен қызметтерді ұсынатын нарық
- D) Қор биржалары
- E) Жұмыс күшін тауар ретінде сату - сатып алу туралы экономикалық қатынастардың жүйесі
- F) Автомобильдер нарығы
- G) Капиталды тауар түрінде ұсынатын экономикалық қатынастар жүйесі
- H) Ақшаны тауар ретінде сататын және сатып алатын экономикалық жүйе

19. ЖҰӨ «дефляторы»:

- A) Жұмыссыздық деңгейінің көрсеткіші
- B) Номиналды және нақты ЖҰӨ қатынасы
- C) Сұраныс көлемінің көрсеткіші
- D) Баға деңгейінің көрсеткіші
- E) Табыс көлемінің көрсеткіші
- F) Базистік бағадағы ЖҰӨ және ағымдық бағадағы ЖҰӨ қатынасы

20. Тұтынуға орташа бейімділік формуласы:

- A) $MPS = \Delta S / \Delta Y$
- B) $APS = S / Y$
- C) $APC = C / Y$
- D) Тұтынудың табысқа қатынасы
- E) Тұтынуға орташа бейімділік = тұтыну/табыс

21. Экономикалық цикл фазалары:

- A) Тоқырау
- B) Күйзеліс
- C) Стагфляция
- D) Тұрақсыздық
- E) Дағдарыс
- F) Циклділік

22. Еңбек нарығындағы тепе-теңдік:

- A) Жұмыскердің психологиясы бұзылады
- B) Жұмысшының еңбекке қабілеттілігі артады
- C) Жалақы мөлшері азаяды
- D) Жұмысшының жұмсайтын еңбегінің сапасы жоғарлайды
- E) Еңбекке деген сұраным жалақы мөлшерінен кері пропорционалды байланыста болады
- F) Сұраным мен ұсыным көмегімен бектіледі
- G) Еңбек нарығын мемлекет реттейді

23. Валюта қолдану саласы мен тәртібіне қарай бөлінеді:

- A) Ұсыным нарығының өзгеруі нәтижесінде
- B) Барлық валюталық операция бойынша (ішінара қайтарымды)
- C) Баға индексі көмегімен өлшенеді
- D) Еркін конверсияланатын (толық қайтарымды)
- E) Шетел валютасын сату сатып алу операциясы
- F) Басқа шетел валютасына айырбасталады
- G) Еркін конверсияланбайтын (толық қайтарымсыз)

24. Валюта курсының динамикасына әсер ететін факторлар:

- A) Ұлттық табыстың көлемі мен өндіріс шығындарының деңгейі
- B) Тауар мен қызмет көрсету импорты
- C) Әлемдік нарықтағы валюталық сенімділік
- D) Халық шаруашылығы экономикасын тұрақтандыру
- E) Шетел валютасын сату сатып алу операциясы
- F) Инфляцияға қарсы саясат
- G) Қаржыны сауықтыру

25. Экономикалық өсудің қарқынымен сипатын келесі факторлар анықтайды:

- A) негізгі капитал
- B) уақыт тапшылығы
- C) шығындардың артуы
- D) еңбек ресурстары
- E) өнімнің сапасының төмендеуі
- F) өнім проблемасының шешілмеуі

Экономикалық теория
ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ

Макроэкономика

1. Макроэкономика зерттейді:

- A) Нарықтағы жағымды және теріс сыртқы әсерлерді
- B) Елдегі жұмыссыздық мәселесін
- C) Жетілген бәсекелестік жағдайындағы фирмалардың іс-әрекетін
- D) Елдегі өндіріс көлемінің өсуін
- E) Билайн ұялы телефон операторының нарықтағы үлесін
- F) Тау-кен кәсіпорындарының инвестициялық қызметін
- G) Өндіріс факторларына табыстардың құрылуын

2. Дж.М.Кейнстің ұстанымы:

- A) Жеке мүддені абсолюттендіру, еркін қимылға экономиканы негіздеді
- B) Экономиканы мемлекет реттеу керек
- C) Экономиканың циклдық қозғалысы кездейсоқтық емес, нарық заңдылығы
- D) Экономиканы дағдарыстан шығару
- E) Жиынтық ұсынысты ынталандыру

3. Макроэкономикалық талдаудың негізгі мәселелеріне жатады:

- A) Инфляция деңгейінің өсуі немесе құлдырауы
- B) Толық жұмыспен қамтылу мен жұмыссыздық
- C) Өндірушінің шығынын мейлінше төмендету
- D) Монополистердің бағаны көтеруі
- E) Тауар нарығында сұраныс пен ұсыныс тепе-теңдігі
- F) Фирма пайдасын ұлғайту

4. Экономикалық теориядағы макроэкономикалық талдауы:

- A) Өндіріс факторларына бағаның құрылуы
- B) Баға деңгейін және оның өзгерісін анықтау
- C) Тұрақты экономикалық өсім шарттары
- D) Мемлекеттің өндіріс факторларының салааралық бөлінуіне қатысуы
- E) Нарықтағы сұраныс көлемі
- F) Нарықтық бағаның қалыптасуы

5. Ласпейрес индексін есептеуде:

- A) Орташа бағалар алынады
- B) Қымбат тауарларды арзан тауарлармен алмастыру ескерілмейді
- C) Ағымдағы жылдағы тауарлар бағасы алынады
- D) Таза импорт тұрақты
- E) Таза экспорт тұрақты
- F) Ағымдағы жылдағы тауарларды тұтыну құрылымының өзгеруі ескерілмейді
- G) Ағымдағы кезеңдегі тауарлар қоржынының құрылымы алынады

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

- A) Ренталық төлемдер
- B) Таза экспорт
- C) Корпорациялар пайдасы
- D) Фирмалардың инвестициялық шығындары
- E) Жалақы

7. Жиынтық сұраныс көлемінің динамикасына әсер ететін бағалық факторлар:

- A) Клейтон заңы
- B) Кейнс үлгісі
- C) Шерман заңы
- D) Манделл-Флеминг әсері
- E) Пигу әсері
- F) Харрод-Домар үлгісі

8. AD-ның бағадан тыс факторларына жатады:

- A) Байлық салдары
- B) Ақша айналысының жылдамдығы
- C) Пайыз мөлшерлемесінің салдары
- D) Импорттық тауарларды сатып алу салдары
- E) Бағалар деңгейі

9. Кейнс үлгісіне сай:

- A) Бағалар мен атаулы жалақы икемді
- B) Экономикада сұраныс тиісті ұсынысты тудырады
- C) Шығарылатын өнім көлемі экономикадағы капитал қорына тәуелді
- D) Қысқа мерзімде бағалар мен атаулы жалақы қатаң, икемсіз
- E) Жұмыспен қамту деңгейі мен өнім шығару көлемі икемді
- F) Экономикада ұсыныс тиісті сұранысты тудырады
- G) Инвестициялық мөлшерлемелер икемді

10. Кейнстің қарапайым мультипликатор үлгісі көрсетеді:

- A) $1/1-b$
- B) Табыс өсімінің мемлекеттік шығын өсіміне қатынасын
- C) Ақша массасы өсімінің, табыс өсіміне қатынасын
- D) Табыс өсімінің инвестиция өсіміне қатынасын
- E) $\Delta Y/\Delta G$

11. Кейнс кресі үлгісіндегі іс жүзіндегі өнім шығару көлемі Y_1 тепе-теңдік Y_0 көлемнен артса, онда:

- A) Жиынтық сұраныс жиынтық ұсыныстан артық болады
- B) Сатып алушылар тауарды фирмалардың өндіргенінен аз сатып алады
- C) Жиынтық сұраныс жиынтық ұсыныстан кем болады
- D) Фирмалар тұтынушылар сатып алуға дайын көлемнен аз шығарады
- E) Тауарлы материалдық қор қысқарады
- F) Тауарлы материалдық қор өседі

12. Ұсыныс жағынан сілкініс болған жағдайда:

- A) Жұмысбастылық төмендейді
- B) Жиынтық ұсыныс өседі
- C) Баға өседі
- D) Нақты жалақы өседі және инвестициялық шығындар көбейеді
- E) Жиынтық сұраныс қисығы солға-төмен жылжиды
- F) Өнім көлемі төмендейді

13. Дж.М.Кейнс бойынша ақшаға сұранысты туындататын, өтемпаздыққа артықшылық берудің себепті уәждері:

- A) Трансакциялық
- B) Трансүлттық
- C) Ескерту
- D) Делдалдық
- E) Алыпсатарлық

14. Ақша ұсынысын азайту туралы шешім қабылдау үшін Ұлттық банк:

- A) Есептеу мөлшерлемесін көбейтуі мүмкін
- B) Міндетті резервтер мөлшерлемесін азайтуы мүмкін
- C) Ашық нарықта мемлекеттік облигацияларды сатып алуы мүмкін
- D) Кәсіпкерлік құрылымдарды қаржыландыруды арттыруы мүмкін
- E) Міндетті резервтер мөлшерлемесін арттыруы мүмкін
- F) Ашық нарықта мемлекеттік облигацияларды сатуы мүмкін

15. Экспансиялық ақша-несие саясаты:

- A) Несие беру көлемін кеңейтумен сипатталады
- B) Жұмыссыздықты реттеу
- C) Мемлекет шығындарын азайту
- D) Сыйақы мөлшерлемесінің деңгейін төмендеуіне байланысты
- E) Айналымдағы ақша жиынының өсуіне бақылаудың әлсіздігімен сипатталады

16. Графикте IS қисығынан жоғары жатқан нүктелерде:

- A) Ұлттық табыс көлемі жоспарланған шығындардан артық
- B) Ақша ұсынысы оның сұранысынан көп
- C) Тауарлар мен қызметтерге сұраныс артық
- D) Игіліктер нарығында тапшылық
- E) Тауарлар мен қызметтерге ұсыныс сұраныстан көп

17. IS қисығының солға жылжуының себептері:

- A) Салықтардың көбеюі
- B) Инвестициялық шығындардың азаюы
- C) Инвестициялық шығындардың өсуі
- D) Мемлекеттік шығындардың өсуі
- E) Жинақтардың азаюы
- F) Салықтардың азаюы
- G) Тұтынушы шығындарының өсуі

18. Инфляция қарқынын төмендету шаралары:

- A) Дефляция
- B) Рецессия
- C) Девальвация
- D) Инвестиция
- E) Стагфляция
- F) Депрессия
- G) Дефлятор

19. Толық жұмысбастылық кезіндегі жұмыссыздықтың түрлері:

- A) Фрикциондық жұмыссыздық
- B) Циклдық және технологиялық
- C) Маусымдық және құрылымдық
- D) Табиғи жұмыссыздық
- E) Жасырын жұмыссыздық

20. Инфляция мен жұмыссыздық арасындағы өзара байланыс:

- A) Жұмыссыздық төмендейді, инфляция өседі
- B) Тура байланыс
- C) Тікелей байланыс
- D) Жұмыссыздық өседі, инфляция да өседі
- E) Лоренс қисығында көрсетілген байланыс
- F) Лаффер қисығында көрсетілген байланыс

21. Ашық экономикада макроэкономикалық саясаттың мақсаты:

- A) Экономиканы ықтимал шығарылым деңгейіне шығару
- B) Ішкі және сыртқы тепе – теңдікке бір уақытта қол жеткізу
- C) Тіркелген валюта бағамы жағдайында капиталдың абсолютті икемділігі
- D) Ауыспалы валюта бағамын көтеру
- E) Ішкі макроэкономикалық реттеулер
- F) Жұмыспен толық қамтуға және төлем балансының нөлдік сальдосына қол жеткізу
- G) Сауда балансының жай-күйін бейнелеу

22. Ағымдағы операциялар бойынша Қазақстан мемлекетінің балансында тапшылық болса:

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

23. Шағын ашық экономикаға қатысты пікірлері дұрыс:

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

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

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

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

- A) Жиынтық ұсыныс қысқа мерзімді кезеңде қарастырылады
- B) Бір жұмысшының жинақтауы бір жұмысшыға шаққандағы капиталдың тозуына тең
- C) Еңбек өнімділігі артып, өндірілген өнім көлемі ұлғая түседі
- D) Бір жұмысшыға шаққандағы капитал көлемі уақыт кезеңінде тұрақсыз болып қалады
- E) Жұмыссыздық деңгейі төмендейді және инфляция жойылады
- F) Экономикаға инвестиция тарту ұлғая түседі

Макроэкономика
ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ

Маркетинг

1. Әлеуметтік-этикалық маркетингтің тұжырымдамасына бірқатар басқару идеялары жатады:

- A) Мақсатты нарықтың мұқтаждықтары мен қажеттіліктерін қанағаттандыру
- B) Мақсатты нарықтың қоршаған ортасының мәселелерін ескере отырып тауарлар мен қызметтер ұсыну
- C) Сатылым мөлшерін арттыру
- D) Шығарылатын тауарлар мен қызметтердің өндірісінің экологиялық және әлеуметтік әсерлерін зерттеу
- E) Материалды, зияткерлік және басқа ресурстарды сақтау

2. Сыртқы ақпарат көздері:

- A) Ұлттық және халықаралық ресми ұйымдардың деректері
- B) Мемлекеттік органдар, министрліктер, жергілікті өзін-өзі атқарушы органдар және ұйымдардың басылымдары
- C) Сату көлемі
- D) Өткізу көлемі
- E) Импорт және экспорт көлемі
- F) Тұтынушылардың картасы
- G) Тауар айналымының сипаты

3. Пошта арқылы сауалнама жүргізу әдісінің артықшылықтары немен түсіндіріледі:

- A) Ақпаратты өңдеу үдерісінде қандай да бір қиындықтың туындамауымен
- B) Аудиторияны кең қамтумен
- C) Сұрақтардың көлеміне шек қойылмаумен
- D) Белгілі бір таңдалымның көрнекілігімен
- E) Психология білімі бойынша мамандардың қажеттілігін талап етпейді
- F) Жер аумағын толық қамту

4. Пошта арқылы сауалнама жүргізу әдісінің кемшіліктері немен түсіндіріледі:

- A) Жиналған ақпаратты компьютерде өңдеу мүмкін болмауымен
- B) Көрнекілік таңдалымның болмауымен
- C) Кей жағдайда респондентке барлық сұрақтар түсінікті болмауы мүмкін
- D) Жауаптардың шынайылығын бақылау мүмкіндігінің болмауымен
- E) Аз аудиторияны қамтумен

5. А. Маслоу теориясындағы қажеттіліктер:

- A) арнайы себептілік қажеттілігі
- B) бірінші реттік қажеттілік
- C) мерзімдік, бір реттік қажеттілік
- D) өзін - өзі таныту қажеттілігі
- E) физиологиялық, сақтану қажеттілігі

6. Жоғары табысы және әлеуметтік статусы бар топқа жататын тәуекелге берік және экспериментке барғыш сатып алушы:

- A) Жаңашыл
- B) Алғашқы көпшілік
- C) Ретроград
- D) Креативті
- E) Батыл
- F) Консерватор

7. Нарықты мінез-құлықтық қағида негізінде сегменттеу сипаттайды:

- A) Адамдардың өмір сүру бейнесін
- B) Тұтынушылар санын
- C) Тұтынушылардың тауарды пайдалану қарқынын
- D) Адамдардың тұлғалық сипаттамаларын
- E) Тұтынушылардың тауарды пайдалану дағдысын
- F) Тұтынушылардың тауарға көз-қарасын

8. Шетелдік нарықта өнімді жылжытудың басты құрамдастары:

- A) Өзіндік жылжытулар
- B) Арналармен сату
- C) Жарнама
- D) Іскерлік байланыстар
- E) Жанама сату
- F) Делдал арқылы сату
- G) Келісім шарттар

9. Нарықты сегменттеу нәтижелерін қолдану мақсаттары мен бағыттары:

- A) Нарық сипаттарын анықтау
- B) Тарату арналарын таңдау
- C) Қызметкерлерді басқару
- D) Зияткерлік деңгейді бағалау
- E) Инновацияны енгізу
- F) Тұтынушылардың уәжделерін анықтау
- G) Тауар ерекшеліктерін анықтау

10. Тауардың өмірлік кезеңінің өсу кезеңінің сипаттамасы:

- A) стандартқа сай емес тауарлардың пайда болуы
- B) тауардың экспортқа шығарыла бастауы
- C) салыстырмалы түрде тауардың беделі төмендейді
- D) сату көлемінің өсуі
- E) қарапайымдылықтың бірінші орынға қойылуы
- F) сұраныстың өсе бастауы
- G) тұтынушылардың тауарды қабылдауы

11. Тауар саясатындағы сервистік қызметтің түрлері:

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

12. Тауарлық номенклатура сипатталады:

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

13. Маркетингтік баға стратегиясына жатады:

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

14. Географиялық қағида бойынша баға белгілеу:

- A) Тіректі өнімге байланыстырып баға бекіту
- B) Аймақтық баға бекіту, яғни бағада өткізу қашықтығын ескеру
- C) Мемлекеттің баға бекітуі
- D) Бәсекелестердің санына және күшіне байланыстырып баға бекіту
- E) Өнім өндірілген жерде франко-вагон бағасын бекіту, мұнда тапсырушы тасымалдау шығындарын өзі төлейді

15. Брокердің басты қызметі:

- A) Маклерлік фирмалардың құрамында жұмыс атқару
- B) Сатушы мен сатып алушының кездесуін ұйымдастыру
- C) Өндірушілер мен көтерме саудагерлерден үлкен көлемде тауарларды сатып алу
- D) Өзінің тауарларын сатып алу және сату
- E) Тауардың үлкен партияларын тез қайта сату («ванселлинг»)
- F) Өкілдік қызметтің жасырын сипаты

16. Дистрибьютордың басты қызметі:

- A) Сатушы мен сатып алушының кездесуін ұйымдастыру
- B) Тауардың иесінің атынан оны өткізу
- C) Нарықтың жағдаятын зерттеу
- D) Тұтынушыға тауарлардың партиясын жеке бірлікпен сату
- E) Өзінің тауарларын сатып алу және сату
- F) Барлық нарыққа тауарды тарату
- G) Басқа тұлғаның міндеттемесі бойынша өкілдік атқарушы операциялар жүргізу

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

- A) Әлеуетті тұтынушылардың білім деңгейінің төмендеуі
- B) Ақпараттық шамадан тыс жүктеме
- C) Жаһандық шамадан тыс қоныстану мәселесі
- D) Шамадан тыс толған нарық
- E) Сатып алушылардың жеке дара сұраныстарының өсуі
- F) Әлеуетті тұтынушылардың қызығушылық деңгейінің төмендеуі
- G) Көптеген дамыған елдерде бала туу мөлшерінің төмендеуі

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

- A) Тұтынушылар тұрғысынан мықты қолдауға қол жеткізу мүмкіндігі
- B) Мақсатты аудиторияларды сегменттеудің тиімділігін арттыру
- C) «Қырғи-қабақ соғыстың» аяқталуы
- D) Көптеген дамыған елдерде білім деңгейінің төмендеуі
- E) «Бейбіт атомды» дамыту
- F) Жаһандық шамадан тыс қоныстану мәселесі
- G) Дүниежүзіндегі адамдардың өмір сүру деңгейін арттыру

19. Маркетинг жүйесіндегі жарнаманың басты құраушылары:

- A) Логистика
- B) Консьюмеризм
- C) Ақпарат арнасы
- D) Дилер
- E) Маркетингтік коммуникация құралы

20. Кәсіпорынның немесе фирманың ішінара қызметіне қатысты маркетингтің міндеттері:

- A) Ұйымның ішкі жүйесінде маркетингтің құралдарын пайдаланумен байланысты міндеттер
- B) Кәсіпорынның саясатының қызығушылықтарын біріктіру мен басқарумен байланысты міндеттер
- C) Елдегі саяси жағдайды мониторинг жасаумен байланысты міндеттер
- D) Қоғамның алдындағы маркетингтің әлеуметтік жауапкершілігін қамтамасыз етумен байланысты міндеттер
- E) Жарнама құралдары арқылы әр түрлі манипуляцияны болдырмаумен байланысты міндеттер

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

- A) Нарықтың даму серпіні
- B) Сауданың себептері
- C) Фирмалармен пайдаланатын маркетингтік стратегиялар
- D) Қажеттіліктің тұрақтануы
- E) Бәсекелес фирмалардың өнімін өткізу көлемі
- F) Нарық әлеуеті
- G) Ақпараттандыру

22. Маркетинг қаржысын анықтау үшін қолданылатын «Қолда бар қаржы» әдісінің кемшіліктері:

- A) тауарды жетілдіруге жеткілікті көңіл бөлінбеуі
- B) фирма мақсаты мен шығыны арасындағы байланыс ескерілмейді
- C) тұтынушыларды зертеу жұмыстары жүргізіледі
- D) тауардың жарнамасы жеткілікте түрде жүргізіледі
- E) тұтынушылардың талап-тілектері қарастырылады
- F) тауарды оңтайлы жылжытуға қаржы жетіспеушілігі

23. Нарықты талдау үдерісіндегі «сала құрылымы» көрсеткіштері бірқатар факторлармен сипатталады:

- A) Сатушылар саны
- B) Қажеттіліктің құрылымы
- C) Сатып алушылардың аймақтық ерекшеліктері
- D) Қажеттіліктің тұрақтануы
- E) Сатып алушылардың санының серпіні
- F) Сатып алушылардың саны

24. Тауарды шетел нарығына бағыттаудың жолы:

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

25. Қызмет саласындағы орын алып отырған институт:

- A) біріккен кәсіпорындар секторы
- B) жарнамалық сектор
- C) өндірістік сектор
- D) халықаралық фирмалар секторы
- E) мемлекеттік сектор

Маркетинг
ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ

Менеджмент

1. Барлық жүйелер шартты түрде бөлінеді:

- A) статистикалық
- B) әлеуметтік-экономикалық
- C) биологиялық
- D) техникалық
- E) философиялық
- F) демографиялық

2. Менеджменттің басқару деңгейлері бойынша жоспарлау түрлері:

- A) тактикалық
- B) қаржылық
- C) орта мерзімдік
- D) стратегиялық
- E) маркетингтік
- F) қысқа мерзімдік
- G) оперативтік

3. Бизнеспен тиімді бәсекелесу үшін фирманың ұдайы жинауы тиіс ақпараттар көзі:

- A) Рынок
- B) Қызметкерлер
- C) Мекеме
- D) Маркетинг
- E) Жарнама
- F) Сұраныс

4. Классикалық теория сипатталады:

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

5. Ситуациялық көзқарас сипатталады:

- A) Басқару процестерімен
- B) Басқару қызметінің мақсаттарын айқындаумен
- C) Құрылымдық бөлімшелерді қалыптастырумен
- D) Бұйрық беру тізбектілігімен
- E) Жұмыскерлердің нақты қызмет түріне айқындау

6. Бихевиористік басқару мектебінің дамуына өз үлестерін қосқан ғалымдар:

- A) Г. Гант
- B) Ф. Гилбрет
- C) К. Альдерфер
- D) Р. Лорд
- E) Г. Форд
- F) А. Маслоу

7. Мотивацияның іс жүргізу теориясына кіретін теориялар:

- A) Әділдік теориясы
- B) Мотивация моделі
- C) Екі факторлы теория
- D) Талаптану теориясы
- E) Үміттену теориясы

8. Ұйымдағы келіспеушілікті шешу жолдары:

- A) күштеу
- B) пікірлесу
- C) жұбату
- D) сезіну
- E) сендіру
- F) қажеттілігін қанағаттандыру
- G) ойлану

9. Менеджменттің кезеңі:

- A) оперативтік басқару
- B) функционалдық басқару
- C) әлеуметтік-психологиялық
- D) ұйымдық – техникалық
- E) ұйымдық-құқықтық
- F) әлеуметтік-этикалық
- G) индикативтік басқару

10. Ұйымдарда алдын ала бақылаудың қолданылу салалары:

- A) стандартты құруға қатысты
- B) нақты қол жеткізген нәтижелерді стандартпен салыстыруға қатысты
- C) адами ресурстарға қатысты
- D) қаржылық ресурстарға қатысты
- E) қол жеткізген нәтижелер ауытқыған болса өзгерту енгізуге қатысты

11. Ақпарат-басқару жүйесін жобалау кезеңдері:
- A) Пайдаланушылардың жүйені жобалауға қатысуы
 - B) Жүйе деректерін жетілдіру
 - C) Қажетті жабдықтарды дайындау
 - D) Мәліметті өңдеу процесін жобалау
 - E) Шешім қабылдау жүйесін талдау
12. Ньюмен бойынша сенім көрсетуге ықпалсыздықтың бес себебі:
- A) қарамағындағыларға сенім білдіре алмауы
 - B) басқаларға жалтақтау
 - C) білімінің төмендігі
 - D) біліктілігінің жетіспеуі
 - E) басшылық қабілетінің жоқтығы
 - F) кәсіби шеберлігінің төмен болуы
 - G) бағыныштылардың сеніміне кіре алмау
13. Басшылықты тиімді атқарудың айрықша маңызды элементтері:
- A) шешім қабылдау кезінде ешкіммен санаспау
 - B) корпоративті кештер өткізу
 - C) топтық норма
 - D) жұмысқа жағымды көзқарас
 - E) топтық пікірлестік
14. Теріс ықпалдың сипаты:
- A) Ой-өрісін дамытуға тырысу
 - B) Жазалаудан қауіптену
 - C) Көтермелеу әдісін қолдану
 - D) Сөгістен қауіптену
 - E) Талқылаудан қауіптену
15. Творчестволық (шығармашылық) ықпалдың сипаты:
- A) Сөгістен қауіптену
 - B) Жазалаудан қауіптену
 - C) Жаңаша жұмыс істеуге ұмтылу
 - D) Ой-өрісін дамытуға тырысу
 - E) Жаңа проблемаларды шешуге ұмтылу
16. Басқару қызметінің тиімділігін арттыратын факторлар:
- A) басқару икемдігі мен жеделдігі
 - B) жоғары моральдық көңіл-күй
 - C) қол астындағылардың мақсаткерліктерін ояту
 - D) басшының орын алған жағдайды жеткізе білуі
 - E) кадрлардың тұрақсыздығы
 - F) тиімсіз орта

17. Ұйымдардағы дау-жанжалдың объективтік себептері:

- A) өмірлік ұстаным айырмашылығы
- B) іскерлік жағдайларға қатысты қимыл-әрекеттері
- C) мінез-құлыққа байланысты
- D) көзқарас айырмашылығы
- E) темпераментке байланысты
- F) пікір айырмашылығы

18. Ұйымда келіспеушіліктің түрлері:

- A) сезімдік келіспеушілік
- B) әртүрлі пікірге байланысты келіспеушілік
- C) танымдық келіспеушілік
- D) тұлға аралық келіспеушілік
- E) ішкі тұлғалық келіспеушілік

19. Ұйымдағы келіспеушілікті шешу жолдары:

- A) сендіру
- B) күштеу
- C) ойлану
- D) сезіну
- E) жұбату
- F) қорқыту

20. Ф.Тейлордың "ғылыми басқару" қағидалары:

- A) Еңбекақыда ынталандыру жүйесін қолдану
- B) Уақытты үнемді пайдалану
- C) Қызметкерлерге жанашырлық таныту
- D) Жұмыскерлерді қайта даярлау
- E) Қызметкерлерді ғылыми түрде сұрыптау және баулу
- F) Еңбекке мамандандыру және жауапкершіліктің әділетті арттырылуы

21. Ұйымның жоғарғы буын деңгейіндегі шешілетін мәселелер:

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

22. Жеке тұлғалық тараптан алғандағы мәтіннің мәнін жеткізудің әртүрлілігі:

- A) қабылдау кедергілері
- B) деңгейлер арасындағы коммуникация
- C) шуыл
- D) семантикалық кедергілер
- E) бейресми коммуникациялар
- F) идеяның тууы
- G) вербалдық символдар

23. Тәуекелдің пайда болу орнына байланысты жіктелуі:

- A) табиғат факторларына байланысты
- B) шаруашылықтың өзіндігі
- C) ұжымдық
- D) адамның жеке басына байланысты
- E) қаржылық
- F) инновациялық

24. Тәуекелдің пайда болу себебіне байланысты жіктелуі:

- A) мәліметтердің жеткіліксіздігі
- B) әлеуметтік-экономикалық
- C) бәсекелестер әрекетінің белгісіздігі
- D) әлеуметтік-психологиялық
- E) моральдық-психологиялық
- F) перспективалық

25. Стратегиялық жоспарлаудың өзіндік белгілері:

A) стратегиялық жоспар көлемді зерттеулермен және нақты деректерге негізделуі тиіс

B) стратегиялық жоспарды жасағанда, ұзақ уақыт бойы тұтастығын сақтаумен қоса, қажет болған жағдайда жетілдіруді және қайта бағыттауды жүзеге асыратындай икемді болуы тиіс

C) стратегиялық жоспар тек 5 жылдан 20 жылға дейінгі аралықта жасалынуы тиіс

D) стратегиялық жоспар ұзақ жылға жасалынады, сондықтан онда көрсетілген параметрлерді өзгертуге болмайды

E) стратегиялық жоспарды тек ірі компаниялар ғана қабылдайды

F) стратегиялық жоспарды басқарудың барлық деңгейінде қарастырып бекітеді

G) стратегияны жоғарғы басшылар тұжырымдайды, алайда оны жүзеге асыруға басқарудың барлық деңгейіндегілердің қатысуы көзделеді

Менеджмент
ПӘНІ БОЙЫНША СЫНАҚ АЯҚТАЛДЫ