

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 1 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

## ТӘЖІРБЕЛІК САБАҚТАРҒА АРНАЛҒАН ӘДІСТЕМЕЛІК НҮСҚАУЛАР

**Пәні:** «Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері»

**Пән коды:** FMMN 3302


**ББ атауы:** 6В10106 - «Фармация» /қысқартылған/

**Оқу сағаты/кредит көлемі:** 180 (6)

**Оқу курсы пен семестрі:** 3/5

**Тәжірбелік (семинарлық) сабақ:** 50


**Шымкент, 2023**

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 2 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

Тәжірбелік сабаққа арналған әдістемелік нұсқаулар «Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәнінің жұмыс оқу бағдарламасына (силлабус) сәйкес әзірленген және фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедра мәжілісінде талқыланды.

Хаттама № 16 «15» 0620 23 ж

Кафедра меңгерушісі,  
 фарм.ғ.д., профессор \_\_\_\_\_ Шертаева К.Д.

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 3 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

## №1 сабақ

**1.Тақырыбы:** Маркетинг – бизнес философиясы ретінде. Маркетинг принциптері.

**2.Мақсаты:** фармацевтикалық маркетинг және оның категориялары, маркетинг принциптері туралы білімді қалыптастыру

**3.Оқыту міндеттері:**

- маркетингтің мәні мен мазмұны туралы түсінікті қалыптастыру;
- маркетингтің мақсаты мен міндеттерімен таныстыру;
- фармацевтикалық маркетинг функциялары мен міндеттері бойынша білімдерді қалыптастыру;
- маркетингтің ерекшеліктерімен таныстыру.

**4.Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Маркетинг бизнестің философиясы ретінде. Маркетингтің мәні және мазмұны.
2. Нарық дамуының негізгі кезеңдері және оларға тән тұжырымдамалар.

**5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** Семинар

**6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.


**7. Әдебиет:**

Негізгі:

1. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021
2. Шертаева, К. Д. Фармацевтикалық маркетинг [Мәтін] :оқулық / К. Д. Шертаева, К. Ж. Мамытбаева ; ҚР денсаулық сақтау және әлеуметтік даму министрлігі. ОҚМФА. - Шымкент : [б. и.], 2016. - 152 б. с.
3. Арыстанов, Ж. М. Фармация саласындағы менеджмент және маркетинг [Мәтін] : оқу құралы / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : New book, 2022. - 204 бет.
4. Арыстанов, Ж. М. Менеджмент и маркетинг в фармации: учебное пособие / Ж. М. Арыстанов, А. Т. Токсеитова. - Алматы :Эверо, 2016. - 532 с
5. Блинова, О. В. Фармацевтический менеджмент: учебник / О. В. Блинова ; М-во здравоохранения РК; ЮКГФА. - Шымкент :Жасұлан, 2013. - 165 с
6. Арыстанов, Ж. М.Менеджмент и маркетинг в фармации [Текст] : учебное пособие / Ж. М. Арыстанов, А. Т. Токсеитова. - Алматы :Эверо, 2016. - 532 с. Алматы: Эверо, 2016. – 532 с.

Қосымша:

1. Арыстанов, Ж. М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері [Мәтін] : практикум / Ж. М. Арыстанов. - Алматы : New book, 2022. - 160 бет.
2. Утегенова, Г. И. Фармацевтикалық өнеркәсіп экономикасы [Мәтін] : оқу құралы / Г. И. Утегенова. - Шымкент : [б. и.], 2022. - 144 бет с.
3. Шертаева, К. Д. Экономика фармацевтической промышленности [Текст] : учебник / К. Д. Шертаева, Г. И. Утегенова. - Шымкент : ЮКМА, 2022. - 144 с.
4. Утегенова Г.И. Фармацевтикалық өнеркәсіп экономикасы :оқулық –Жасулан -2022
5. Утегенова Г. И. Экономика фармацевтической промышленности: учебник-Жасулан - 2022

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 4 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

Тулемисов, С. К. Основные аспекты проектного менеджмента при создании фармацевтического производства готовых

Электрондық оқулықтар

Шертаева, К. Д. Фармацевтикалық маркетинг [Электронный ресурс] : оқулық / К. Д.

Шертаева, К. Ж. Мамытбаева ; ҚР денсаулық сақтау және әлеуметтік даму министрлігі.

ОҚМФА. - Электрон. текстовые дан. - Шымкент : [б. и.], 2016. - эл. опт. диск (CD-ROM)(1.17Мб).

Блинова, О. В. Фармацевтический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / О. В.

Блинова ; М-во здравоохранения РК; ЮКГФА. - Электрон. текстовые дан. ( 1,29 Мб). -

Шымкент :Жасұлан, 2014. - 165 с. эл. опт. диск (CD-ROM).

Шопабаева А.Р. Фармакоэкономика. Оқу құралы. 2019 ЦБ Aknurpress /

<https://aknurpress.kz/login>

Тулемисов С.К., Жакипбеков К.С. Основные аспекты проектного менеджмента при создании фармацевтического производства готовых лекарственных форм. Монография. 2017 Aknurpress /

<https://aknurpress.kz/login>

Мусина Н.С., Сыздыкова К.Ш., Тулебаев Ж.С., Маукенова А.А. Экономика и маркетинг в

фармации. Учебное пособие. 2017 Aknurpress / <https://aknurpress.kz/login>

Рыскулова А.Р., Мусина Н.С., Сыздыкова К.Ш., Тулебаев Ж.С., Маукенова А.А., Сейітова

А.Б. Фармациядағы экономика және маркетинг. Оқу құралы. 2017. Aknurpress /

<https://aknurpress.kz/login>

Арыстанов Ж.М. Фармация саласындағы менеджмент негіздері.

Ж.М. Арыстанов. - Алматы: Эверо, 2020. [https://elib.kz/ru/search/read\\_book/175/](https://elib.kz/ru/search/read_book/175/)

## 8.Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар):

### Сұрақтар:

1. Маркетинг бизнестің философиясы ретінде. Маркетингтің мәні және мазмұны.
2. Маркетингтің пайда болу шарттары.
3. Фармацевтикалық маркетингтің дамуы.
4. Маркетингтің функционалдық қызметі,
5. Маркетингітің әлеуметтік қызметі.
6. Сәйкестік өнім, сәйкестік сан, сәйкестік сапа, сәйкестік орын, сәйкестік баға, сәйкестік уақыт, коммуникациялар.
7. Маркетингті басқару.
8. Фармацевтикалық маркетингтің қоғамдық орны.
9. Маркетинг – нарықтық экономика жағдайында өндірістің негізгі қызметі ретінде.
10. Маркетингтің қызметтері мен негізгі қағидалары қандай?

### Тесттер:

1. Сатылым - ...
  - A. тауардың сатылуының барлық түрі кіретін қызмет.
  - B. фармацевтикаға тән белгісіз нәтижемені қабылдау.
  - C. тұтынушылар қажет еткенше тауарды ұстау.
  - D. өнімнен максимум пайда табу.
  - E. тұтынушыларды қанағаттандыруға арналған тауарлар мен қызметтердің алуан түрлігі.
2. Маркетинг ... айырмашылығын көрсетеді.
  - A. ақпараттың

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	B044-40/16-2023- 2024 59 беттің 5 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- B. сатып алу
- C. сапасы
- D. пайдалығы
- E. қажеттілігі
- 3. Маркетингтік концепция талап етеді.
  - A. ұйым тұтынушылардың қажеттіліктерін толық қанағаттандыру үшін өзінің барлық ресурстарын бір жүйеге бірыңғайландырады.
  - B. олардың өнімдері қатаң талаптарға жауап беруі керек
  - C. басқару реформасына дейін өндіріс қатаң иерархиялық жүйе бойынша орындалған.
  - D. нарық жағдайында өндіріс негізгі сұрақтарды шеше білуі керек.
  - E. нарықты талдай білу керек.
- 4. Бәсекеге қабілеттілік қарастырылады.
  - A. тұтынушы бағасы себебі бойынша
  - B. сатылым бағасы себебі бойынша
  - C. тауардың сақталуы себебі бойынша
  - D. жарнама және тауардың жылжуы себебі бойынша
- 5. Перспективті (болашағы зор) жоспарлау шегі.
  - A. ұзақ мерзімді ғана
  - B. қысқа мерзімді ғана
  - C. тұтынушылық қана
  - D. өндірістік қана
  - E. құрылымды ғана
- 6. Маркетинг дегеніміз не?
  - A. өндірушіден тасырыс берушіге дейін товарды жеткізу қызметін басқару жолымен тұтынушының қажеттіліктерін өтеу арқылы ұйым өз мақсаттарына жетуіне бағытталады
  - B. маркетингтік қызметті жоспарлауға арналған ақпаратты жинау және тарату
  - C. экологияға назар аударып ұйымның аудандарына шектеулер қою.
  - D. нарықта қажетті өнімдерді көп мөлшерде қоймаларға жинау.
- 7. Өндірістік құрылымдық маркетинг дегеніміз не?
  - A. асортименттің қалыптасуы: жаңа өнім мен жаңа тауар белгісін өңдеу.
  - B. өлшемі мен сандық көрсеткіштерінің айырмашылығын түзету
  - C. қажеттіліктерді қанағаттандыруына арналған тауарлардың көп түрлілігі.
  - D. өндірушіден соңғы тұтынушыға дейін тауарлардың жету жолдары
  - E. өнімсіз және бюрократиялық іс-әрекеттер мен шығындарды қысқарту жолымен серіктестікті жүргізу
- 8. Тұтынушылық секторы - ...
  - A. түрі, мекені, мерзімі және пайдалығы бойынша айырмашылықтар
  - B. асортимент саны, меншігі және бағалығы бойынша айырмашылықтар
  - C. өнімділігі, сапасы, саны бойынша айырмашылықтар
  - D. қатерге бас тігу, қаржыландыру, ақпараттандырудағы өзгешеліктер
  - E. стандарттау, сорттау, сатып алу бойынша өзгешеліктер.
- 9. Қосымша қызметтер атқаратын ұйымдар:
  - A. маркетингтік және зерттеу компаниялары

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 6 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- В. тарату жолдары
- С. финанстық компаниялар
- Д. нарықтың бағыттық аспектілері
- Е. маркетингтік және кепілдік компаниялары.
- 10. Маркетологтардың міндеті:
  - А. нақты қажеттіліктерді толық қанағаттандыру үшін қажетті жағдайлар жасау
  - В. белгілі бір өнімді өңдеудегі маркетинг бөліктерінің маңызының өсуі
  - С. тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған жүйесінің ресурстарын қамтамасыз ету
  - Д. оның қажеттіліктерінің өсуі мен кеңеюі
  - Е. нақты қажеттіліктерді толық қанағаттандыруға арналған жағдайларды дамыту
- 11. Ұйым және оның қызметкерлері арасындағы қарым-қатынысты (өндірістік және тұрмыстық құрылымда) қандай байланыс көрсетеді:
  - А. ұйым – адам
  - В. маркетинг – қоғам
  - С. менеджмент – адам
  - Д. маркетинг - ұйым
  - Е. табиғат адам
- 12. «Коммерциялық логистика» ғылыми нені зерттейді ?
  - А. жоспарлау, басқару, бақылау, инфрақұрылым
  - В. стратегия, бақылау, инфрақұрылым
  - С. ұйым, басқару, үрдістер
  - Д. тауардың жылжуы, қажеттілік, баға
  - Е. финанстық шығындар, бағдарлама, үрдістер
- 13. Тауар концепциясын жүзеге асыру кезінде "маркетингтік жақыннан көрмеушілік" түсінігінде ... түсініледі .
  - а) тұтынушылардың мұқтаждықтарын есепке алмай-ақ тауарды жетілдіру
  - б) стратегиялық жоспарлаудан бас тарту
  - в) тек көтерме делдалдарды пайдалану
  - г) тауарды өткізу бойынша агрессивті күш
  - д) жаңа тауарды шығарудан бас тарту


#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

#### **Сандық білім беру ресурстары:**

#### **Бейнефрагменттер**

1. Основы фармацевтического маркетинга часть 2  
<https://www.youtube.com/watch?v=TG1WdB1XLd8>

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 7 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

2. Маркетинг - философия бизнеса. /www.dissertat.ru|  
<https://www.youtube.com/watch?v=0NN49CRVUpQ>

## № 2 сабақ

**1. Тақырыбы:** Тауарды талдау және дамыту. Дәрілік заттар мен медициналық бұйымдардың өмірлік циклі.


**2. Мақсаты:** Білім алушыларды тауарлардың классификациясымен, тауарлардың тұтынушылық қасиеттерін талдау үлгісімен таныстыру.

### 3. Оқыту міндеттері:

- тауардың тұтынушылық қасиеттерін талдау туралы түсінік беру;
- білім алушыларды ақпарат көздерімен таныстыру;
- тауардың нарықта орналасуын оның өмірлік циклының кезеңдері бойынша анықтауды үйрету;
- қасиеттерінің үшдеңгейлік моделі бойынша тауарларға талдау жасауды үйрету;
- маркетингтің ішкі факторларына талдау жасау үрдісін зерттеумен таныстыру.

### 4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:

1. Тауар туралы түсінік. Тауарлардың классификациясы.
2. Тауарлардың тұтынушылық қасиеттерін талдау үлгісі.
3. Тауардың өмірлік циклі, өмірлік циклдің сатылары.
4. Маркетингтің ішкі факторлары (4р). Маркетингтің ішкі факторларын талдау.
5. Маркетингтің ішкі факторларының нәтижелерін талдау негізінде фирманың тауарлық саясатын реттеу

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 8 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары: Семинар
6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.): Силлабустағы чек-парақшасы (Feedback) бойынша «Семинар» әдістеріндегі бағалау шектеріне сәйкес бағаланады.

**7. Әдебиет:**

Негізгі:

7. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

**8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, тесттер, тапсырмалар):**

**Сұрақтар:**

1. Тауар туралы түсініктеме?
2. Тауарлардың классификациясы дегеніміз не?
3. Тауарлардың тұтынушылық қасиеттерін талдау үлгісікөрсет?
4. Тауардың өмірлік циклі дегеніміз не?
5. Өмірлік циклдің сатылары қандай?
6. Маркетингтің ішкі факторлары дегеніміз не?
7. Маркетингтің ішкі факторларын талдау?
8. Мекеменің тауарлық саясаты дегеніміз не?
9. Маркетингтің ішкі факторларының нәтижелерін талдау негізінде фирманың тауарлық саясатын реттеу дегеніміз не?

**Глоссарий:**

**Негізгі қорлар (капиталды мүлік)** - жылжымайтын мүлік деп саналатын ғимараттар, құрал-жабдықтар және басқа да стационарлық жабдықтар.

**Пісіп жетілу кезеңі** - жаңа тауармен істердің тұрақтала басталу кезеңі.

**ТӨЦ тауардың өмірлік циклының** - классикалық қисығы нарықта ұзақ мерзім бойы тұрақты пайда алып келген әйгілі тауарды көрсетеді.

**Жоғарылау кезеңі** - тауар нарыққа уақытта еніп, қысқа уақытқа ғана әйгілі болу кезеңі.

**«Гребень» қисығы** - тұтынушылардың тауарға деген қызығушылығы үнемі өседі.

**Ұзақ уақыт бойына жоғарылау** - алғашында бұл қарапайым жоғарылау секілді, алайда бұл топтағы тауарларға тұтынушылар үйрену себебінен қызығушылық азаймайды.

**Тауар** - нарыққа сату не айырбастау үшін ұсынылған кез-келген ойлар, қызметтер немесе физикалық объектілер.


**Өндіріске арналған тауарлар** - басқа тауарлар мен қызметтердің өндірісі үшін немесе өндірістің шаруашылық қызметіне арналған тауарлар.

**Ұзақ уақыт қолдануға арналған тауарлар** - ұзақ мерзім бойына қолданылады.

**Қысқа уақыт қолданылатын тауарлар** - бірнеше рет немесе сол мезетте бір-ақ рет пайдалануға арналған тауарлар.

**Қызметтер** - нақты қажеттіліктерді қанағаттандыруға арналған қызметтер немесе пайда табу іс шаралары.



O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	B044-40/16-2023- 2024 59 беттің 9 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

**Күнделікті тұтынылатын тауарлар** - тұтынушы бұл топтағы тауарларды ойланбастан, сол секілді тауарла мен салыстырмай-ақ сатып алынады.

**Мұқият таңдалатын тауарлар** - тұтынушы бұл тауарларды сатып-алу барысында бір-бірімен салыстырады. Салыстыру жарамдылығы, сапасы, бағасы, сәні, т.б. көрсеткіштер бойынша орындалады.

**Престижді тауарлар** - бұл тауарларды сатып алу үшін тұтынушы қосымша күш, қаражат жұмсауға дайын.

**Пассивті сұранысты тауарлар** - тұтынушы бұл тауарлардың бар екенін білсе де, оларды сатып алу туралы ойланбайды.

**Импульстік сатылым тауарлары** - бұл тауарларды тұтынушы іздеу сіз және алдынала жоспарлаусыз сатып алады.

**Төтенше жағдайларға арналған тауарлар** - өткір қажеттілік туындаған кезде ғана сатып алынады.

**Тауарлық номенклатура** - ұйымның сатуға ұсынған барлық тауарлары мен қызметтерінің жиынтығы.

#### Тесттер:

1. Тауар дегеніміз не?

A. айырбастауды жалғастыру үшін нарықта ұсынылған ойлар, қызметтер және физикалық объектілері түріндегі кез-келген өнім.

B. нақты өндіріс орны белгілі бір шикізатты қолданып шығаратын өнім

C. тауар жылжуының барлық түрі кіретін қызмет

D. сәйкес сапалы, нәтижелі орамамен, маркалық атауы бар нарыққа ұсынылған өнім.

E. ұзақ мерзім бойы қолданылатын сәйкес сапасы жоғары өнім.

2. Тауарлар жіктелуі:

A. тұтынушылық және өндірістік

B. арнайы және ерекше таңдаулы тауарлар

C. негізгі және экспорттық тауарлар

D. ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді тауарлар

E. жоғары және аз сапалы тауарлар

3. Тауарлық номенклатура - бұл ...

A. ұйымның ұсынған және өндіретін тауарлары мен қызметтерінің жиынтығы

B. негізгі және қосымша материалдар мен қызметтер

C. тұтынылуы және т.б. көрсеткіштер бойынша түрлі ассортименттік топтағы тауарлардың ұқсастық дәрежесі

D. тауарлық ассортименттер ені, тереңдігі, қанықтығы және көлденең орналасуы

E. тауарларды қолдану мүмкіншілігін анықтау

4. Тауарларды жіктеу критерий бұл:

A. материалда

B. қажеттілік

C. ақпаратты білу

D. сапа



- Е. алуан түрлілік
5. Ф. Котлердің көзқарасы бойынша: «Егер сенде тауар болмаса, онда»
- А. сенде ештеңе жоқ
- В. сенде оған деген қажеттілік бар
- С. сенде тауар сатып алуға мүмкіндік бар
- Д. сенде табыс жоқ
6. Қандай іс -шаралар тауарлық саясатты анықтайды?
- А. дайындалатын тауарларды өзгерту және өнімнің жаңа түрлерін өңдеу
- В. ассортиментті қалыптастыру, жаңа өнімдер мен маркілерді өңдеу
- С. тұтынуға арналған өнімдер мен қажеттіліктердің алуан түрлілігі
- Д. жоспарлауға арналған ақпаратты жинау, талдау, тарату
- Е. тауар айналымның ені, тереңдігі, қанықтығы және үйлесімділігі
7. Тұтынушылық тауарлар - бұл ...
- А. жеке, отбасылық және үй шаруашылығына қажетті тауарлар
- В. басқа тауарлар мен қызметтер өндірісінде қолданылатын тауарлар
- С. ұзақ мерзім бойына қолданылатын тауарлар
- Д. тұтынушы сатып алу барысында бұл тауарлардың сапасын, жарамдылығын, бағасы мен сәнін салыстырады.
- Е. бұл тауарлар туралы тұтынушы білсе де оны сатып алу туралы ойланбайды
8. Тауарлық ассортимент сипаталады.
- А. ені, тереңдігі, қанықтығы және үйлесімділігі бойынша
- В. көлемі, өлшемі, саны және ассортименті
- С. қанықтығы, топтастыру, бағасы
- Д. сапасы, нәтижелігі, қуаттылығы және модификациясы
- Е. түрі, формасы, өлшемі және сымдылығы бойынша
9. Негізгі қорлар - ... терминологиясында номиналды мүлік болып табылады:
- А. Ф. Котлер
- В. Д.Рикардо
- С. А. Смит
- Д. У. Петти
- Е. К. Маркс
10. Тауардың өмірлік циклы концепциясының авторын көрсет
- А. Т. Левит
- В. Р. Рикардо
- С. А.Лишевиц
- Д. А. Смит
- Е. В. Беляев
11. Тауарды өңдеу, оны нарыққа енгізу, сатылым санының өсуі, қанығуы және сатылымның төмендеуі, бұл -...
- А. маркетингтің өндірістік қызметі
- В. тауардың өмірлік циклы
- С. капиталдық мүліктің негізгі қорлары
- Д. тауарды талдаудың үшденгейлік моделі

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 11 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

Е. табысты басқару


**Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

**Сандық білім беру ресурстары:**

**Бейнефрагменттер**

1. АССОРТИМЕНТНАЯ МАТРИЦА - формирование, управление, контроль - Управление ассортиментом ч. 12 <https://www.youtube.com/watch?v=tcJG6RlyDfs>
2. Основы маркетинга. Урок 3 из 10. Жизненный цикл товара <https://www.youtube.com/watch?v=QTjzKbtEKKI>
3. Товарная политика предприятия. Ассортимент и товарная номенклатура товаров. <https://www.youtube.com/watch?v=k3T9CdoCcIQ&t=10s>

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 12 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

### №3 сабақ

**1. Тақырыбы:** Нарық маркетингтің экономикалық негізі ретінде.

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды нарықтың негізгі түрлерімен, оның көлемімен және нарықтық потенциалымен таныстыру.

**3. Оқыту міндеттері:**

- нарықтың негізгі түрлерімен таныстыру;
- нарықтың негізгі параметрлерін зерттеу;
- фармацевтикалық маркетингтің мақсаты мен міндеттерімен танысу;
- маркетинг қағидаларымен танысу.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Фармацевтикалық нарық.
2. Нарықтың түрлері.
3. Нарық көлемі.
4. Фармацевтикалық нарық сегментациясы, критерийлері.
5. **Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** SBL, оқу кейсі
6. **Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша SBL» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7. Әдебиет:**


Негізгі:

8. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

**8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, тесттер, тапсырмалар):**

**Сұрақтар:**

1. Нарықтың маркетингті түсінігі неде?
2. Қандай нарықтың негізгі түрлері білесіз?
3. Тұтынушы нарығы дегеніміз не?
4. Делдалдық нарығы дегеніміз не?
5. Мемлекеттік мекемелер нарығы дегеніміз не?
6. Халықаралық нарық дегеніміз не?
7. Географиялық жағдай бойынша нарықты қалай топтастырамыз?
8. Нарық көлемі түсінігі дегеніміз не?
9. Сатушы және сатып алушының нарығы дегеніміз не?
10. Фармацевтикалық нарықты сегменттеу дегеніміз не?

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 13 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

11. Сегменттеудің қандай сатыларын білесіз?
12. Сегменттеудің критерийлерінің түрлерін атаңыз.

**Глоссарий:**

1. **Тұтынушы нарығы** - жеке тұтынуға арналған тауарлар мен қызметтер нарығы
2. **Өндірушілердің нарығы** - тауарлар мен қызметтерді одан әрі қарай өндірісте қолдану үшін тұтынатын ұйымның немесе кәсіпорынның нарығы.
3. **Делдал нарығы** - белгілі бір табыс табу мақсатында, одан әрі қарай сату үшін тауарлар мен қызметтерді тұтынушы кәсіпорындар, ұйымдар және физикалық тұлғалар құрайды
4. **Мемлекеттік мекемелердің нарығы** - өз міндеттерін орындау үшін тауарлар мен қызметтерді тұтынушы мемлекеттік ұйымдар құрайды.
5. **Халықаралық нарық** - берілген мемлекеттік шекарасынан тыс орналасқан, осы мемлекеттен тауарлар мен қызметтерді сатып алушылардың барлығы, оған жеке физикалық тұлғалар, өндірушілер, аралық сатушылар және мемлекеттік мекемелер және т.б. кіреді.

**Тесттер:**

1. Бір жыл ішінде нарықта өткізілуі мүмкін тауар көлемі -
  - A. нарық көлемі
  - B. шығындар деңгейі
  - C. сатуды ынталандыру
  - D. әлемдік нарық
  - E. жергілікті нарық
2. Жеке тұтынушыға арналған тауарлар мен қызметтер нарығы
  - A. тұтынушылық
  - B. халықаралық
  - C. мемлекеттік мекемелер
  - B. аймақтық
  - E. делдалдық
3. Өз міндеттерін орындау үшін тауарлар мен қызметтерді тұтынушы мемлекеттік ұйымдар құрайды:
  - A. мемлекеттік мекемелер нарығы
  - B. жергілікті нарық
  - C. аймақтық нарық
  - D. халықаралық нарық
  - E. тұтынушылық нарық
4. Осы мемлекеттің бүкіл территориясын қамтитын нарық:
  - A. аймақтық
  - B. жергілікті
  - C. тұтынушылық
  - D. әлемдік
  - E. делдалдық
5. Келісімге бағытталған маркетинг:
  - A. сатушының мақсаты
  - B. сатушының қызметі

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 14 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

С.сатушының ұсынысы

Д.келісім - шарт

Е. келісім

6. Әлеуметтік қорғау - ... тұрғысынан мемлекеттік реттеудегі бағыт болып табылады.

А.мемлекеттік иінтіректер

В.әлемдік қоғам

С.қаржылық иінтіректер

Б.аудиториялық иінтіректер

Е. лауазымдық иінтіректер

7. Қаржылық иінтіректер тұрғысынан мемлекеттік реттеу бағытына ... жатады:

А.салықтық жүйе

8. демократияны қорғау

С.ғаламдық қорғау

Д.ақпаратты қорғау

Е. тұтынушыларды қорғау

8. Қаржылық иінтіректер тұрғысынан мемлекеттік реттеу бағытына ... жатады:

А.демеу қаржы жүйесі

В.қоршаған ортаны қорғау

С.экономикалық жүйені қорғау

Д.әлеуметтік қорғау

Е. адамдық рухани қасиеттерді қорғау

9. Мемлекеттік иінтіректер тұрғысынан мемлекеттік реттеу бағытына жатады:

А.тұтынушыларды қорғау

В. салықтық жүйе ь

С.демеу қаржы жүйесі

Б.зейнетақылық қарым - қатынастар жүйесі

Е. несиелік жүйе

10. Елдің бір немесе бірнеше ауданын қамтитын нарық:

А.жергілікті нарық

В.халықаралық нарық

С.әлемдік нарық

Д.делдалдық нарық

Е. аймақтық нарық

**Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.

2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.

3. Оқу кейсінің сұрақтарына жауап беру (АИС Платонус, модуль Оқу кейстері, кейс " нарықтық стратегия»

**Сандық білім беру ресурстары:**

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 15 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

### Бейнефрагменттер

1. Сегментирование рынка. Выбор целевой аудитории. Основы маркетинга. Урок 3  
<https://www.youtube.com/watch?v=rJvUpVhL99g>
2. Основы маркетинга: 4 типа рынков  
<https://www.youtube.com/watch?v=WOC8XRFjeGA>


### №4 сабақ

#### 1. Тақырыбы: Фармациядағы баға принциптері.

2. Мақсаты: Білім алушыларды фармациядағы баға құрудың ұстанымдарымен таныстыру.

#### 3. Оқыту міндеттері:

- баға құру жөнінде шешімді қабылдау факторлары туралы түсінік алу;
- бағаның ғылыми негізделуін зерттеумен таныстару;
- баға құру үрдісінің бірлігімен және бағаны қадағалау ұстанымдарын зерттеуді үйрету;
- баға құру турлы шешімдерді қабылдаудың маңызды факторларын меңгеру.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	B044-40/16-2023-2024 59 беттің 16 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

#### 4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:

1. Баға құру туралы шешімдерді қабылдау факторлары.
2. Баға құрудағы бәсекелестік..
3. Баға құруда саясат ситуациясын есепке алу.
4. Баға саясаты.
5. Баға құрудың стратегиялық мақсаттары.

#### 5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары: Семинар

6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.): Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

#### 7. Әдебиет:

Негізгі:

9. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

#### 8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, тесттер, тапсырмалар):


##### Сұрақтар:

1. Баға дегеніміз не?
2. Баға құру туралы шешімдерді қабылдау факторлары неде?
3. Баға құрудағы бәсекелестік дегеніміз не?
4. Емдеу шығындарын орнына келтіру және баға қалай құру?
5. Компанияның қажеттілігі және баға стратегиясын таңдауы қандай?
6. Баға құруда саясат ситуациясын есепке алу?
7. Баға саясаты дегеніміз не?
8. Баға құрудың стратегиялық мақсаттарын ата?

##### Глоссарий:

1. **Баға құру** - барлық тауарларға қатысы бар, жалпы баға белгілеу тәсілдерімен әдістермен сипатталатын тауарларға және қызметке баға қалыптасу құру үрдісі.
2. **Баға саясаты** - кәсіпорынның босатылатын өнімге баға бекітудегі қолданылатын стратегиялары мен шаралар жиынтығы.
3. **Баға икемділігі** - белгілі тауардың сұраныс көлеміне осы немесе басқа тауар бағасының әсер ету дәрежесінің көрсеткіші.
4. **Бәсекелестік** - белгілі тіршілік қарекетіндегі саласында басқа қызмет істеу субъектілердің мүдделерін ескермей, сөзсіз және шартсыз үстем болу күресі.
5. **Қажеттілік** - игілікті керекті өмір сүруде және оларға ие болуда тұлғаның нысанды белгіленген мұқтажы.
6. **Бағаның икемділік саясаты** - кәсіпорынның ұсыныс және сұраныс қатынастар өзгерісіне жылдам бағалық әсер ету тәжірибесінің қолданылуы.
7. **Кәсіпорын саясаты** - кәсіпорын мақсаттарын қалыптастыру және оларды іске асырудағы құралдарды таңдау.
8. **Баға құру реформасы** - баға жүйесінің және қалыптастыру ұстамдарының түпкірлі өзгеруі.



ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 17 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

**9. Баға стратегиясы** - өндіруші өніміне баға бекіту негізіндегі жағдайлар мен ұстанымдардың жиынтығы.

**Тесттер:**

1. Кез - келген фармацевтикалық препараттың, қызметтің, өнімнің бағасы ... негізінде қалыптасу керек.

- a) нарықты зерттеу
- b) қамсыздандырушымен келісім шартқа отыру жағдайы
- c) тұрғындардың әлеуметтік жағдайы
- d) фармкомитет нұсқауы
- e) көтерме бағаны 15% көтеру

2. Біріншілік ақпарат - ақпарат ...

- a) нақты маркетингтік мәселелерді шешуге арнайы ақпарат жинау.
- b) Басқа мәселелерді шешуге алдын-ала жиналған ақпарат.
- c) Кәсіпорынның даму динамикасы.
- d) Үлкен топты адамдарды түсіну үшін.
- e) Сатып алушыларға моральды және этикалық құнды тауарларды тұтынуға арналған ақпараттар.

3. Екіншілік ақпарат - ақпарат ...

- a) Басқа мәселелерді шешуге алдын-ала жиналған ақпарат.
- b) Нақты маркетингтік мәселелерді шешуге арнайы ақпарат жинау.
- c) Кәсіпорынның даму динамикасын көрсетеді.
- d) Үлкен топты адамдарды түсіну үшін.
- e) Сатып алушыларға моральды және этикалық құнды тауарларды тұтынуға арналған ақпараттар.

4. Ішкі ақпарат...


- a) Кәсіпорынның даму динамикасын.
- b) нақты маркетингтік мәселелерді шешуге арнайы ақпарат жинау.
- c) Басқа мәселелерді шешуге алдын-ала жиналған ақпарат.
- d) Үлкен топты адамдарды түсіну үшін.
- e) Сатып алушыларға моральды және этикалық құнды тауарларды тұтынуға арналған ақпараттар.

5. Сапалық ақпарат -...

- a) Сатып алушыларға моральды және этикалық құнды тауарларды тұтынуға арналған ақпараттар.
- b) нақты маркетингтік мәселелерді шешуге арнайы ақпарат жинау.
- c) Басқа мәселелерді шешуге алдын-ала жиналған ақпарат.
- d) Үлкен топты адамдарды түсіну үшін.
- e) Кәсіпорынның даму динамикасын.

6. Сандық ақпарат - ақпарат ...

- a) Үлкен топты адамдарды түсіну үшін.
- b) Басқа мәселелерді шешуге алдын-ала жиналған ақпарат.
- c) Кәсіпорынның даму динамикасын.
- d) нақты маркетингтік мәселелерді шешуге арнайы ақпарат жинау.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 18 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

е) Сатып алушыларға моральды және этикалық құнды тауарларды тұтынуға арналған ақпараттар.

7. Негізгі-ақпарат - бұл мәселе.

- a) Зерттеу маңызының негізін анықтайды
- b) Респонденттерді топқа, подгруппаға, түрлерге және бөлуге жол береді
- c) Кәсіпорынның даму динамикасы
- d) нақты маркетингтік мәселелерді шешуге арнайы ақпарат жинау.
- e) Сатып алушыларға моральды және этикалық құнды тауарларды тұтынуға арналған ақпараттар.

8. Топтасу ақпарат - бұл мәліметтер ...

- a) Респонденттерді топқа, подгруппаға, түрлерге және бөлуге жол береді.
- b) Зерттеу маңызының негізін анықтайды.
- c) Кәсіпорынның даму динамикасы көрсетеді.
- d) Арнайы маркетинг мәселені шешуге жинақталады.
- e) Тауардың қасиеттерін жетілдіруге қолданылады.

9. Сауалнамалау - бұл ...

- a) Зерттеушілермен арнайы дайындалған сұрақтарға нақты және потенциалды тұтынушылардың жазбаша жауап беруі.
- b) Зерттеушілермен арнайы дайындалған сұрақтарға нақты және потенциалды тұтынушылардың ауызша жауап беруі.
- c) Жазбаша алдын-ала дайындалмаған сауалнамаға жауап беру.
- d) Байқау арқылы маркетингтік ақпарат жинау.
- e) Іздену зерттеулерді жүргізудегі жоспарларды құру.

#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

#### **Сандық білім беру ресурстары:**

##### **Бейнефрагменттер**

1. 3 модели ценообразования. Как и зачем использовать все?  
<https://www.youtube.com/watch?v=XCYkSH1XoVU>
2. Внедрение эффективной системы ценообразования в аптечной сети  
[https://www.youtube.com/watch?v=WCRiVw\\_66wI](https://www.youtube.com/watch?v=WCRiVw_66wI)
3. Какие существуют методы ценообразования  
<https://www.youtube.com/watch?v=maQoriRxpFU>

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 19 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

#### №5 сабақ

**1. Тақырыбы: Тауарларды жылжыту: коммуникациялық саясатты қалыптастыру.**

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды тауарлардың ілгері жылжуы саясатын өндеу және өткізумен таныстыру.

**3. Оқыту міндеттері.**


- тауарлардың ілгері жылжуы саясаты немесе коммуникациялық саясат түсініктерін түсіндіру;
- коммуникациялық саясат ерекшеліктерін зерттеу;
- тауардың нәтижелі ілгері жылжуын талдау;
- жарнамалық қызметтің ролін және оның негізгі кезеңдерін зерттеу.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Тауар жылжыту саятаты.
  2. Коммуникациялық саясаттың қалыптасуы.
  3. Жарнама. Жеке сауда оны жүргізу тәртібі
  4. Сатылымды ынталандыру
  5. Ынталандырудың әдістері
  6. Жарнамалық ұсынысты жасаудың негізгі сатылары.
- 5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** Семинар
- 6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7. Әдебиет:**

Негізгі:

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 20 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

10. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

## 8. Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар):

### Сұрақтар:

1. Тауар жылжыту саятаты дегеніміз не?
2. Коммуникациялық саясаттың қалыптасуы қалай іске асырылады?
3. Жарнама - дегеніміз не?
4. Жарнаманың негізгі түрлері қандай?
5. Жеке сауда түсінігі неде?
6. Сатылымды ынталандыру тәртібі қандай?
7. Қоғамдық байланыстар түсінігі дегеніміз не?
8. Жарнамалық ұсынысты жасаудың негізгі сатылары

### Тесттер:

1. Жарнама - бұл ...

А.көзделген мақсатты аудиторияға қызметтер, ойлар мен тауарлардың ілгері жылжуы және ұсынылуының ақылы түрі.

В.сатып алу мақсатында сатушылар мен сатып алушылардың арасындағы тікелей қарым қатынастар.

С.ұйым және қоғам арасындағы коммуникацияны ұстау.

Д.ұйымның имиджін қалыптастыру және сақтау.

Е. бәсекелестерге қарсы қару - жарақ.

2. Коммуникациялық саясатқа жатпайды:

А.бағаның түзілуі

В. жарнама

С.жеке сатылым

Э.сауданы дамытуға жағдай жасау

Е. қоғамдық байланыстар

3. Тауарлық жарнама - бұл....

А.жеке тауарлардың сатылымын арттыруға арналған.

В.ұйымның имиджін қалыптастыруға бағытталған.

С.екі немесе одан да көп тауарлардың негізгі параметрлерін салыстыруға арналған.

Б.бәсекелес ұйымдардың тауарларына қарағанда аталған ұйым тауарларының артықшылықтарын көрсетеді.

Е. көшелерде анықтама бүктемелерінің таратылуы.

4. Жеке сатылым - бұл ...

А.сатып алу мақсатында сатыпалушылардың арасындағы тікелей қарым -қатынастар.

В.тауарлардың өткізілуін ілгерлету және жекелей емес ұсынудың ақылы түрі.

С.ұйым және қоғам арасындағы коммуникацияны ұстау.

В.ұйымның имиджін қалыптастыру және сақтау.


Е. қысқа уақыттың мадақтау іс - шаралары.

5. Баспасөздегі жарнамалау - бұл ...

А.мерзімді басылымдарда жарияланатын әр түрлі жарнамалық материалдар.

В.жарнамалық сыйлықтың баспалардағы барлық жарнамалық басылым материалдары.

С.жарнамалық кинофильмдер, видеофильмдер және слайд - фильмдер.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 21 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

Б. түрлі радиожариялауларды дауыстау.

Е. ұйымдық кәдесыйлық бұйымдар.

6. Баспа бетіндегі жарнамалау - бұл...

А. жарнамалық - сыйлықтың басылымдардағы барлық баспа жарнама материалдары.

В. баспа кезінде жарияланатын барлық жарнамалық материалдар.

С. жарнамалық кинофильмдер, видеофильмдер және слайд - фильмдер.

Б. дүкендердегі тұлынушыларға жарнамалық бүктемелерді жіберу, пошталық жәшіктерге жіберу.

Е. ұйымдық кәдесыйлық бұйымдар.

7. Аудиовизуальдық жарнамалау - бұл....

А. жарнамалық кинофильмдер, видеофильмдер және слайд - фильмдер. В. жарнамалық сыйлықтың басылымдардағы барлық баспа жарнама материалдары.

С. баспа кезінде жарияланатын барлық жарнамалық материалдар.

Б. ұйымдық кәдесыйлық бұйымдар.

Е. дүкендердегі тұтынушыларға жарнамалық бүктемелерді жіберу, пошталық жәшіктерге жіберу.

8. Теле - және радиожарнамалау - бұл ....

А. түрлі радио жариялаулардың дауыстауы.

В. жарнамалық кинофильмдер, видеофильмдер және слайд - фильмдер.

С. баспа кезінде жарияланатын барлық жарнамалық материалдар. Б. дүкендердегі тұлынушыларға жарнамалық бүктемелерді жіберу, пошталық жәшіктерге жіберу.

Е. жарнамалық - сыйлықтың басылымдардағы барлық баспа жарнама материалдар.

9. Жарнамалық кәдесыйлықтар - бұл ....

А. ұйымдық жапсыпмасы немесе нақыштамасы бар сериялық кәдесыйлық бұйымдар.

В. жарнамалық сыйлықтың басылымдардағы барлық баспа жарнама материалдары.

С. дүкендердегі тұтынушыларға жарнамалық бүктемелерді жіберу, пошталық жәшіктерге жіберу.

Д. баспа кезінде жарияланатын барлық жарнама материалдары.

Е. түрлі радио жариялаулардың дауыстауы.

#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.

2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.

3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

#### **Сандық білім беру ресурстары:**

##### **Бейнефрагменттер**

1. Продвижение товаров или маркетинговые коммуникации

<https://www.youtube.com/watch?v=YbmqPhpBy1k>

2. Лекция 6: Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций

<https://www.youtube.com/watch?v=nC61yfkbbCU>

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 22 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

## № 6 сабақ

### 1. Тақырыбы: Фармацевтикалық тауарларды бөлу.

2. **Мақсаты:** Білім алушыларды фармацевтикалық тауарлардың таратылуы және фармацевтикалық нарықтағы таратылу факторлары түсініктерімен таныстыру

### 3. Оқыту міндеттері:

- сатушы және сатып алушының қарым-қатынасы үрдісімен танысу;
- тарату принциптері мен жолдарымен зерттеу.
- Фармацевтикалық нарықта тарату факторлары бойынша жүйелік білімдер қалыптастыру.

### 4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:

1. Маркетинг және сауда түсініктерінің ара – қатынасы.
  2. Сатып алу кезеңіндегі тұтынушының мінез – құлқы.
  3. Қажеттіліктер иерархия моделі.
  4. Тарату жолдары мен принциптері.
  5. Таратудың шешуші факторлары.
  6. Бөлшектік сауда және сервистік серіктестіктер.
  7. Франшиздер, кооперативтер және тұтынушының мінез – құлқы. Физикалық тарату.
5. **Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** Семинар
6. **Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

### 7. Әдебиет:

Негізгі:

11. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021


### 8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, есеп, тапсырмалар, тесттер):

#### Сұрақтар:

1. Сатып алу кезеңіндегі тұтынушының мінез – құлқы түсінігі дегеніміз неде?
2. Сатушы мен сатып алушының арасындағы қарым – қатынас қалай асырылады?
3. Қажеттіліктер иерархиясының үлгісі дегеніміз не?
4. Тарату жолдары мен принциптері қандай?
5. Қандай тарату факторларын білесіз?
6. Бөлшектік сауда және сервистік серіктестіктер дегеніміз не?
7. Франшиздер, кооперативтер және тұтынушылар клубы дегеніміз не?
8. Сатылымды іске асырудың қандай тәсілдерін білесіз?
9. Физикалық тарату дегеніміз не?

#### Глоссарий:

1. **Жиынтық (қор)** - жергілікті нарықта жеткілікті мөлшерде өнімді жинау. Бұл келесі өнім партиясы келгенге дейінгі немесе қажеттілік сұраныстан асып түссе де сұранысты қамтамасыз ету үшін керек.
2. **Ассортимент** - тұтынушылық пен қажеттіліктерді қанағаттандыруға арналған өнімдердің алуан түрлілігі.

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	B044-40/16-2023- 2024 59 беттің 23 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

3. **Орнықтыру** - экономдау үшін және тауарды сақтау аудандарын үнемдеу үшін жабдықтаушы қорға жинайтын тауарының алуан түрлілігі және мөлшерінен шектейді. Осыған байланысты жергілікті қажеттіліктер таңдалып, оны орнықтыру мәселесі туындайды.

4. **Қайта өңдеу** - тұтынушының қажеттілігіне сәйкес өнімнің формасын өзгерту.

5. **Жеткізу** - таңдалған өнімдерді белгілі бір жинақтау пунктеріне ауыстыру.

6. **Тарату жолдары** - тауарлардың өндірушіден ең соңғы тұтынуға дейін түсетін жолдары.

**Есеп:**

Фармацевтикалық концерн өз шығындарын азайту үшін жаппай өндіріс тауарларын бөлшек сатуды өзінің әріптес-дилерлеріне беруге мәжбүр. Бұрын бұл "концерн стандарттарымен" салыстырғанда қызмет көрсету сапасының айтарлықтай төмендеуіне байланысты наразылық тудырды. Концерн дилерлерге қатысты өз саясатын қайта қарады. Осы жағдайда серіктестер қызметінің қандай принциптері қажет?

**Тесттер:**

1. Сауда түрлері:

А. интернет арқылы, тікелей, пошта арқылы, теледүкен арқылы сату

В. интернет арқылы, тікелей емес, теле дүкен, пошта арқылы сату

С. таныс арқылы, пошта арқылы сату

Б. көшеде сату, теледүкендер, ғимараттың ішінде сату

Е. тікелей және тікелей емес сату

2. Франшиздер -... түріне жатады.

А. Коперативтердің

В. Нарықтық

С. Сатылымның

Д. Бағаның

Е. Валютаның

3. Киоск -... кәсіпорнына жатады.

А. бөлшек

В. көтерме

С. сауда маркасы

Д. кооперативтер

Е. сатып алушылар клубы.

4. Телемаркетинг -... түрі болып табылады

А. сауда

В. нарық

С. баға

Д. валюта


Е. кәсіпорын.

5. ... - ұлттық шекаралардан өтіп, елге тауарларды өткізетін маманданған серіктестер:

А. Импорттер – экспорттер

В. Брокерлер

С. Көтерме кәсіпорындар

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 24 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

Д. Франшиздер

Е. Кооперативтер

6. Тұтынушылық пен қажеттіліктерді қанағаттандыруға арналған өнімдердің алуан түрлілігі:

А. ассортимент

В. нарық

С. баға

Д. сауда

Е. тауар

7. Тауардың өндірушіден ең соңғы тұтынушыға дейін түсу жолы :

А. тарату жолдары

В. тарату байланыстары

С. тарату факторлары

Д. брокерлер

Е. көтерме кәсіпорындар

8. Тарату жолдарының жүйесі болуы мүмкін:

А. тікелей және тікелей емес

В. жасырын және тікелей

С. горизонтальды және вертикальды

Д. тұрақты және өзгермелі

Е. тәуелді және тәуелсіз

9. Тарату жолдарының қызметтерінде болмайды:

А. қызметтерді жою

В. бір қатысушыдан басқасына өту

С. қатысушылар арасында қызметтер бөлісу

Д. бірнеше арнайы кәсіпорындар жүргізеді

Е. қызметтерді өзгертіп, болдырмау

10. Тарату жолдарының дамуы келесі үрдістердің әсерімен жүзеге асады:

А. бизнесті жүргізудің жаңа әдістері пайда болып, жаңа қызметтердің дамуы

В. ескі қызметтерді қолдану, жаңа қатысушылардың пайда болуы

С. қажеттіліктердің өзгеруі, өнеркәсіптік құрылымның өзгеруі

Д. жаңа қызметтердің дамуы, бағалық факторлардың өзгеруі

Е. тұтынушыларға қызмет ету.

#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.


2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.

3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

#### **Сандық білім беру ресурстары:**

#### **Бейнефрагменттер**



ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 25 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

1. Лекция 1.1. Каналы распределения: значение, виды, стратегия и функции  
<https://www.youtube.com/watch?v=2ieNRcDWmeY>
2. Лекция 1.2. Факторы выбора маркетингового канала распределения  
<https://www.youtube.com/watch?v=3DzDYeaf9Zk>

#### № 7 сабақ

**1. Тақырыбы: Маркетингтік зерттеулер: мазмұны және әдістері.**


**2. Мақсаты:** Білім алушыларды маркетингтік зерттеулер, оның мазмұны мен әдістерімен таныстыру

**3. Оқыту міндеттері:**

- маркетингтік зерттеулер бойынша жүйелі білімдерді қалыптастыру;
- маркетингтік зерттеу объектілерінің мәні мен құрылымын зерттеу;
- ақпаратпен жұмыс істеуді үйрену;
- тауардың позициялануымен таныстыру.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Маркетингтік зерттеу объектілері, олардың құрылымы.
2. Макро және микроортаның сипаттамасы.
3. SWOT – талдау маркетингті зерттеулердің бір әдісі ретінде.
4. Нарықты сегменттеу. Сегменттерге қойылатын талаптар.
5. Тауардың позициялану әдістері.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 26 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

6. Сауалнама жүргізу, сұрпақ қою, байқаулар: сипаттамасы және маркетингті зерттеулердегі маңызы.
7. Маркетингті зерттеулерде сараптама жүргізу.
5. **Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** SBL, оқу кейсі
6. **Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша SBL» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

#### 7. Әдебиет:

Негізгі:

12. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

#### 8. Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар):

##### Сұрақтар:


1. Маркетингтік зерттеулер дегеніміз не?
2. Маркетингтік зерттеу нысандары, олардың құрылымы неде?
3. Макро және микроортаның сипаттамасы неде?
4. SWOT – талдау маркетингті зерттеулердің бір әдісі реті неде?
5. Нарықты сегменттеу. Сегменттерге қойылатын талаптар қандай?
6. Тауардың позициялану әдістері дегеніміз не?
7. Сауалнама жүргізу, сұрпақ қою, байқаулар: сипаттамасы және маркетингті зерттеулердегі маңызы қандай?
8. Маркетингті зерттеулерде сараптама жүргізуі дегеніміз не?

##### Тесттер:

1. Маркетингтің ішкі факторларына жатпайды:
  - A. экономика
  - B. баға
  - C. тауар
  - D. сату орны
  - E. қызметкер
2. Маркетингтің сыртқы факторларына жатпайды:
  - A. үрдіс
  - B. саясат
  - C. тұтынушылар
  - D. демография
  - E. мәдениет
3. Нарық сегменті - ... тұтынушылар тобы.
  - A. маркетингтің ояту іс-әрекетіне бірдей көзқараста жауап беретін
  - B. маркетингтің ояту іс-әрекетіне әр түрлі көзқараста болады
  - C. тауардың бағасының жоғарылауы процесіне қатысады
  - D. тауардың бағасының түзілу процесіне қатысады
  - E. екі жауап дұрыс

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 27 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

4. Белгілі бір мерзімге агентке тауарды ұсыну.
  - A. консигнация
  - B. нарық сегменті
  - C. тауарды позициялау
  - D. салық
  - E. экономика
5. Кәсіпкерлікке әсер ететін саяси факторлар.
  - A. барлық жауаптар дұрыс
  - B. заңды актілер
  - C. президенттің жарлығы
  - D. үкіметтің жарлығы
  - E. жергілікті басқару органдарының үкімі
6. Экономикалық үстеменің маңызды көрсеткіші:
  - A. пайыздық үстемелер
  - B. тауар бағасы
  - C. тауар саны
  - D. тауар сапасы
  - E. 2 жауап дұрыс
7. Өсіп жатқан сала – бұл ...
  - A. өнімге (тауар, қызмет) деген сұраныс ұлттық табыс пен тұрғындардың санына қарағанда тезірек өседі.
  - B. өнімге (тауар, қызмет) деген сұраныс ұлттық табыс пен тұрғындардың санына қарағанда баяу өседі.
  - C. сұраныс пен ұсыныс жоқ.
  - D. тауар немесе қызметке деген сұраныс ұлттық табыспен бірдей өседі.
  - E. тауар немесе қызметке деген сұраныс өзгермейді.
8. Пісіп жетілген сала – бұл ...
  - A. тауар немесе қызметке деген сұраныс ұлттық табыспен бірдей өседі.
  - B. өнімге (тауар, қызмет) деген сұраныс ұлттық табыс пен тұрғындардың санына қарағанда тезірек өседі.
  - C. өнімге (тауар, қызмет) деген сұраныс ұлттық табыс пен тұрғындардың санына қарағанда баяу өседі.
  - D. сұраныс пен ұсыныс жоқ.
  - E. тауар немесе қызметке деген сұраныс өзгермейді.
9. Сөніп жатқан сала – бұл ...
  - A. тауар немесе қызметке деген сұраныс ұлттық табыс немесе тұрғындар санныны қарағанда баяу өседі.
  - B. өнімге (тауар не қызметке) деген сұраныс ұлттық табыс және тұрғындар санына қарағанда тезірек өседі.
  - C. сұраныс пен ұсыныс жоқ.
  - D. тауар немесе қызметке деген сұраныс ұлттық табыспен бірдей өседі.
  - E. Тауар немесе қызметке деген деген сұраныс өзгерусіз қалады.
10. Мемлекеттің физикалық және заңды тұлғалардын алатын міндетті төлемі:
  - A. салық

ОҢТҮСТІК-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 28 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

- В. консигнация
- С. нарық сегменті
- Д. тауардың позициялануы
- Е. экономика

**Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Оқу кейсінің сұрақтарына жауап беру ( Платонус ААЖ, модуль оқу кейстері, кейс "Маркетингтік зерттеулер"»

**Сандық білім беру ресурстары:**

**Бейнефрагменттер**

1. Маркетинговые исследования <https://www.youtube.com/watch?v=wb3D1KzlGCQ>
2. Основы маркетинга. Урок 8 из 10. SWOT-анализ <https://www.youtube.com/watch?v=-2SMAoB9-qA>
3. Виды и этапы маркетинговых исследований бывают. Что такое доказательный маркетинг? 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=WrdqKeivIp0>

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 29 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

## № 8 сабақ

### 1. Тақырыбы: Маркетингті жоспарлау принциптері.

2. **Мақсаты:** Білім алушыларды маркетингті жоспарлауға және оны фармацияда қолдануға үйрету

### 3. Оқыту мақсаты:

- маркетингтік жоспарлау бойынша жүйелі білімдерді қалыптастыру;
- маркетингтік жоспарлау бойынша түсініктерді қалыптастыру;
- маркетингтік бюджетін құрастыру ережелерін зерттеумен таныстыру.

### 4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:

1. Маркетингтік жоспарлау үрдісі.
2. Ұйымның мақсатын қалыптастыру.
3. Мақсатқа жету стратегиясының негізделуі.
4. Нақты іс-әрекеттердің жоспарларын құру.
5. Жоспарларды бақылау және түзету.
5. **Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** Семинар
6. **Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

### 7. Әдебиет:


Негізгі:

13. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

### 8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, тесттер, тапсырмалар):

#### Сұрақтар:

1. Маркетингтік жоспарлау үрдісі дегеніміз не?
2. Ұйымның мақсатын қалыптастыруы неде?
3. Мақсатқа жету стратегиясының негізделуі дегеніміз не?
4. Нақты іс-әрекеттердің жоспарларын қалай жасалынады?

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 30 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

5. Уақыт бойынша жоспарлы іс-әрекеттерді қалай келістіру?
6. Уақыт бойынша жоспарлы іс-әрекеттерді реттеу тәсілдері қандай?
7. Тораптың модельдер туралы негізгі түсінік дегеніміз не?
8. Маркетингтік бюджеттерді қалыптастыру іске асырылады?
9. Маркетинг жоспарларын бақылау және түзету қалай жүргізіледі?

**Глоссарий:**

**Жоспарлау** – болашақтың проектісін жасау және оған жетудің ең оңтайлы жолдарын қарастыру.

**Миссия** – мекеменің қызмет жасауының нақты көрсетілген себебі, оның арнауы нағыз глобалды мақсаты.

**Нарыққа терреңірек ену стратегиясы** – өндірісте тауарлардың өндірілу көлемін арттырып, осы тауардың нарыққа ұсыну көлемін де арттыру.

**Тауардың даму стратегиясы** – тұтынушыларды қазықтырып, тауардың сатылымын артыру мақсатында, нарықтағы тауарлардың жаңа модельдерін шығару.

**Нарықтың кеңею стратегиясы** – жаңа тұтынушылар мен тауарды өткізудің жаңа жолдарын жасауға бағытталған іс-шаралар жүйесі.

**Диверсификация стратегиясы** – жаңа тауардың жаңа нарыққа ұсынылуы.

**Жұмыс** – еңбек және басқа да ресурстардың шығынын талап етуші, үзек уақытқа созылатын үрдіс.

**Әрекет** – жоспардың орындалуының нақты кезеңін көрсететін үрдіс.

**Жол** – бастапқы іс-әрекеттен соңғы іс-әрекетіне дейінгі жасалған жұмыстардың байланысын көрсетеді.

**Тесттер:**

1. Жоспарлауды жүргізудің толық және дұрыс реттілігін көрсет:
  - A. ұйымның миссиясын өңдеу, нақты мақсаттарды қалыптастыру, мақсатқа жетудің стратегиясын анықтау, нақты іс-әрекеттің жоспарын құрастыру
  - B. ұйымның миссиясын өңдеу, оның дамуының стратегиялық бағыттарын анықтау, стратегияны іске асыру үшін мақсаттар құру, нақты іс-әрекеттер жоспарын өңдеу, уақыт бойынша істелетін іс-әрекеттерге жоспар құру
  - C. ұйымның миссиясын өңдеу, нақты мақсаттарды анықтау, алға қойған мақсаттарды іске асыру стратегиясын жасау, уақыт бойынша іс-әрекеттерді жоспарлау
  - D. өндіріс үшін даму мақсаттарын анықтау, мақсаттарға қарап ұйымның миссиясын құру, оның дамуының негізгі стратегиялық бағыттарын анықтау, жоспар бойынша уақытқа қарай іс-әрекеттерді орындау
2. Стратегияның дұрыс анықтамасын көрсетіңіз:
  - A. маркетингтік іс-әрекеттердің жоспары мен бағдарламасы
  - B. ұйымның даму бағыттары, нарықтағы күштер мен орналастыру қатынасы
  - C. өндірістің заңы
  - D. нарықта ұйым өзінің кәсіпкерлік қызметін орындауына бағытталған іс-шаралардың жиынтығы
3. И. Ансоффтың стратегиялық матрицасы дегеніміз не?
  - A. матрицалық алгебра тәсілі
  - B. кеңісік-графикалық модель
  - C. ұсыныс пен сұраныстың графикалық моделі

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 31 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- D. екі факторлы жіктеу моделі  
 E. C және A жауаптары дұрыс
4. Бостандық кеңес беру тобының матрицасы дегеніміз не?  
 A. шығарылатын тауарлардың номенклатурасын реттеу әдісі  
 B. тауарлар тобын ұйымдастыруға арналған жіктеу әдісі  
 C. өндірістің ерекшеліктері мен тауарды өткізу әдісі  
 D. ұйымның тактикалық қадамдарын анықтау әдісі
5. Бостандық кеңес беру тобының матрицасындағы қай бөлік шабуыл жасау дәрежесіне сай келеді:  
 A. мәселесі көп тауарлар  
 B. жұлдыздар  
 C. сауылатын сиырлар  
 D. иттер
6. Бостандық кеңес беру тобының матрицасындағы қай бөлік артқа қайту дәрежесіне сай келеді:  
 A. мәселесі көп тауар  
 B. жұлдыздар  
 C. сауылатын сиырлар  
 D. иттер
7. Диверсификация стратегиясының мәні неде?  
 A. тауар номенклатурасын және оны өткізу нарығын кеңейту  
 B. нарықтың жаңа сегменттерін меңгеруде  
 C. агрессивті маркетинг тәсілін қолдану  
 D. жарнамалық қызметті белсендірлендіру
8. Маркетингті жоспарлау іс-әрекеті келесі мақсаттарға бағытталуы мүмкін.  
 A. өндіру көлемі мен өнімнің өтімділігін ұлғайту  
 B. нарық бөліктерін ұлғайту  
 C. жұмыс істеушілер санын көбейту  
 D. қолданылатын құрал жабдықтардың өнімділігін көтеру
10. Маркетинг жоспарының әрбір іс-шарасы келесі параметрлер бойынша бағалануы керек:  
 A. ресурстар бойынша.  
 B. оларды орындау реттілігі бойынша  
 C. жауапкершілігі мол мамандардың саны бойынша  
 D. жасалу мерзімі бойынша  
 E. сыйымдылығы бойынша

**Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

**Сандық білім беру ресурстары:**

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 32 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

### Бейнефрагменттер

1. Тактика 90 дней. Планирование маркетинговой деятельности  
<https://www.youtube.com/watch?v=JCydS5fd8eA>
2. Разработка маркетингового плана | Тактика, цель, стратегия  
<https://www.youtube.com/watch?v=CSz4Ncnidsg>
3. Планирование маркетинговой деятельности. Часть 1  
<https://www.youtube.com/watch?v=3yXAq4xVN5E>

### № 9 сабақ


**1. Тақырыбы:** Ұйым басқару нысаны ретінде.

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды басқару шешімдерді қабылдау технологиясымен және оның фармацияда тәжірбелік қолданылуымен таныстыру

**3. Оқыту міндеттері:**

- ұйым туралы ұғымды қалыптастыру;



ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 33 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- ұйымдар түрлерімен таныстыру;
- ұйымдар белгілері мен негізгі қызметтері туралы ұғымды қалыптастыру.

#### 4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:

1. Ұйым, ұйымға қойылатын негізгі талаптар.
2. Ұйым түрлері.
3. Ұйымның сыртқы ортасы.
4. Фармацевтикалық ұйымдардағы еңбек бөлінісі.
5. Ұйымдастыру дамуының формалары.

#### 5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары: Семинар

#### 6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.): Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

#### 7. Әдебиет:

Негізгі:

14. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

#### 8. Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар):

##### Сұрақтар:


1. «Ұйымға» түсінік беріңіз.
2. Ұйымдар қандай негізгі талаптарға жауап беру керек?
3. Ұйымдардың қандай түрлерін білесіз?
4. Формалды және формалды емес ұйымдар дегеніміз не?
5. Ұйымдардың негізгі сипаттамасын атаңыз.
6. Ұйымдардың қорларына сипаттама беріңіз.
7. Ұйымдардың сыртқы ортасы дегеніміз не?
8. Фармацевтикалық ұйымдарда еңбекті бөлу қалай жүргізіледі?
9. Ұйымдардың негізгі белгілерін атаңыз.
10. Ұйымдық дамудың қандай түрлерін білесіз

##### Тесттер:

1. Дәріхана ұйымының қызметі сыртқы және ішкі ортаның көптеген факторларына байланысты. Төменде көрсетілген факторлардың қайсысы дәріханалық ұйымның ішкі ортасына жатады?
  - A) ұйымның инфрақұрылымы
  - B) экономика жағдайы
  - C) қызметкерлердің біліктілігі
  - D) қызмет көрсетуді тұтынушылар
  - E) ұйымның жағдайы
2. Дәріхана ұйымында жұмысты бөлу жүзеге асырылады. Басқару деңгейі мен бағыныстылық иерархиясын ескере отырып, еңбекті бөлу қалай аталады?



- A) Мемлекеттік  
B) Көлденең  
C) көлденең-тік  
D) Білім Беру  
E) Тік
3. Еңбекті бөлу және мамандандыру, билік желісінің айқындығы, жауапкершілікті бөлу, өкілеттіктер мен жауапкершілікті үйлестіру, бақылау ауқымы ...  
A) басқару жүйесінің құрылымын құрудың негізгі принциптері.  
B) еңбек шартының /келісімшарттың негізгі талаптары.  
C) еңбек өнімділігін арттырудың негізгі құралы.  
D) экономикалық бақылау функциялары.  
E) бизнес-жоспардың негізгі бөлімдері.
4. Мазмұндық және технологиялық байланысты қызмет түрлерін біріктіру:  
A) өнімді өндіру принципі бойынша фирманы ұйымдастыру  
B) бірлескен кәсіпорындар құру  
C) ұйымдастыру, фирманың функционалдық белгісі бойынша  
D) акционерлік қоғам  
E) басқару жүйесі
5. Өнімнің ерекшелігі және оны дайындау технологиясы фирманы ұйымдастырудың негізіне ...  
A) функционалдық принцип.  
B) желілік модельді қолдану.  
C) процесс принципі.  
D) шығарылатын өнім принципіне.  
E) аймақтық принцип.
6. Фирманы процесс принципі бойынша ұйымдастыру:  
A) іс-әрекет түрлері  
B) өнімнің ерекшелігі  
C) фирмалар арасындағы байланыстар  
D) географиялық орналасуы  
E) басқару түрлері
7. Географиялық орналасуына негізделген ұйымдық құрылымның түрі ұйымға қағидат бойынша жатады ...  
A) функционалдық.  
B) процесс.  
C) табиғи-климаттық.  
D) шығарылатын өнім.  
E) аумақтық.
8. Ұйым басқару функциясы ретінде:  
A) басқарудың оңтайлы құрылымын қалыптастыру, жұмысты бөлу, құқықтарды, міндеттер мен жауапкершілікті бекіту жөніндегі қызмет  
B) жұмыс барысында адамдар арасындағы келісімді қамтамасыз ету жөніндегі қызмет  
C) өзін және басқаларды әрекетке итермелеуге бағытталған іс-әрекет  
D) ұйымның даму бағдарламасын қалыптастыру процесі

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 35 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

Е) жоспар әзірлеу және оны табысты іске асыруды қамтамасыз ету қызметі  
 9. Қойылған мақсаттарға жету үшін адамдар өзара қарым-қатынас жасайтын және өзара іс-қимыл жасайтын құрылым:

- A) әлеуметтік
- B) әкімшілік
- C) тарату арнасы
- D) ұйым
- E) әлеуметтік

10. Тұлғаның ұйымның ресурстарын пайдалану және оның қызметкерлерінің белгілі бір міндеттерді орындауға күш-жігерін жұмсау құқығы:

- A) бақылау
- B) басқару технологиясы
- C) өкілеттіктер
- D) іскерлік
- E) еңбек


**Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

**Сандық білім беру ресурстары:**

**Бейнефрагменттер**

Организация как объект управления. Основы менеджмента. Лекция 3  
<https://www.youtube.com/watch?v=zz9LP2XVdjw>

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 36 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

## № 10 сабақ

**1. Тақырыбы: Менеджменттің теориялық негіздері.**

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды менеджменттің теориялық негіздерімен таныстыру

**3. Оқыту міндеттері:**

- фармацевтикалық менеджмент, менеджмент туралы ұғымды қалыптастыру;
- басқарудың теориясы мен практикасының даму сатыларымен таныстыру;
- менеджменттің мақсаты, қызметі, әдістері туралы ұғымды түсіндіру;
- басқарудың заманауи қағидаларымен таныстыру.


**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Менеджмент және басқару.
2. Басқару теориясы мен практикасының дамуының негізгі кезеңдері.
3. Менеджмент объектісі және пәні.
4. Менеджменттің мақсаты мен функциялары.
5. Менеджмент әдістері мен принциптері.
6. Басқарудың қазіргі принциптері.

**5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** Семинар

**6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7. Әдебиет:**

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 37 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

Негізгі:

15. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021


## 8. Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар):

### Сұрақтар:

1. Менеджмент, фармацевтикалық менеджмент дегеніміз не?
2. Басқару дегеніміз не?
3. Басқару қызметі дегеніміз не?
4. Басқарудың теориясы мен практикасының қандай даму сатыларын білесіз?
5. Менеджменттегі жүйелік тәсіл дегеніміз не?
6. Басқарудағы ситуациялық тәсілдің мәні мен маңызы.
7. Менеджменттің пәні мен нысаны нені зерттейді?
8. Менеджменттің мақсаты қандай?
9. Менеджменттің қандай қызметтерін білесіз?
10. Менеджменттің анағұрлым әйгілі әдістерінің мәні неде?
11. Менеджменттің қағидалары дегеніміз не?
12. Басқарудың заманауи қағидалары қандай?


### Тесттер:

1. Ұйым басқару функциясы ретінде:
  - A) басқарудың оңтайлы құрылымын қалыптастыру, жұмысты бөлу, құқықтарды, міндеттер мен жауапкершілікті бекіту жөніндегі қызмет
  - B) жұмыс барысында адамдар арасындағы келісімді қамтамасыз ету жөніндегі қызмет
  - C) өзін және басқаларды әрекетке итермелеуге бағытталған іс-әрекет
  - D) ұйымның даму бағдарламасын қалыптастыру процесі
  - E) жоспар әзірлеу және оны табысты іске асыруды қамтамасыз ету қызметі
2. Үйлестіру басқару функциясы ретінде:
  - A) басқарудың тиімді құрылымын қалыптастыру қызметі
  - B) жұмыс барысында адамдар арасындағы келісімді қамтамасыз етуге бағытталған қызмет
  - C) өзін және басқаларды өзінің жеке мақсаттарына қол жеткізу үшін әрекетке итермелеуге бағытталған қызмет
  - D) ұйымның даму бағдарламасын қалыптастыру қызметі
  - E) жоспар жасау бойынша іс-әрекет
3. Жеке мақсаттар мен ұйымның мақсаттарына қол жеткізу үшін өзін және басқаларды қызметке шақыруға бағытталған басқару функциясы:
  - A) бақылау
  - B) бақылау
  - C) мотивация
  - D) ұйым
  - E) жоспарлау
4. Басқарудың оңтайлы құрылымын қалыптастыру қызметі болып табылатын басқару функциясы:
  - A) бақылау

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 38 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

- В) бақылау  
 С) ұйым  
 D) мотивация  
 E) жоспарлау
5. Жұмыс барысында адамдар арасындағы келісімді қамтамасыз етуге бағытталған басқару функциясы:  
 A) бақылау  
 B) ұйым  
 C) бақылау  
 D) мотивация  
 E) жоспарлау
6. Басқару технологиясы:  
 A) басқару шешімдерін дайындау, қабылдау және іске асыру процесі  
 B) қандай да бір пікір жасау немесе іс-әрекеттің нақты бағытын таңдау процесі  
 C) топтық шешім қабылдау рәсімі  
 D) әр түрлі объектілерді заңды түрде құру  
 E) жергілікті мүдделердің әрекеті
7. Басқару кәсіби қызмет болып табылады ...  
 A) менеджерлер.  
 B) агенттердің.  
 C) брокерлер.  
 D) маркетингтер.  
 E) диллерлер
8. ... басқаруды процесс, өзара байланысты үздіксіз әрекеттер сериясы ретінде қарастырады:  
 A) зерттеу  
 B) жүйелі тәсіл  
 C) іс-әрекет  
 D) ақпараттық процесс  
 E) қарым-қатынас
9. Күрделі жүйелердің байланысы мен тұтастығын қарастырады:  
 A) зерттеу  
 B) іс-әрекет  
 C) жүйелі  
 D) сызықтық  
 E) әскери
10. Қалыптасқан жағдайға байланысты Басқару, проблемаларды шешу тәсілін білдіреді:  
 A) зерттеу  
 B) жүйелі  
 C) сызықтық  
 D) әскери  
 E) білім беру

**Тапсырмалар:**


ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 39 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

**Сандық білім беру ресурстары:**

**Бейнефрагменттер**

1. 08 Профессия менеджер <https://www.youtube.com/watch?v=4Rz7BJURC4o>
2. Сущность менеджмента <https://www.youtube.com/watch?v=46rMgBUXHU4>

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 40 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

## № 11 сабақ

**1. Тақырыбы:** Басқарушылық шешім қабылдау технологиясы.

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды шешімдерді қабылдау технологиясымен және фармацевтикалық тәжірбиеден қолдануымен таныстыру.

**3. Оқыту міндеттері:**

- басқару шешімдері туралы түсінік және оның түрлерін үйрету.
- басқару шешімдерінің қабылдау кезеңдерін үйрету.
- тәуекелге құқық және менеджер пысықтығын реттеуге үйрету.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Шешім, басқару шешім, басқару техникасына сипаттама беріңіз.
2. Басқару шешімдердің классификациясы.
3. Басқару шешімдерді қабылдау сатылары.
4. Басқару шешімдерді іске асыру және олардың сатылары.
5. Басқару шешімдеріндегі тәуекел.
6. Тәуекелді басқару үрдісі.

**5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** TBL, оқу кейсі

**6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша TBL» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7. Әдебиет:**

Негізгі:

16. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

**8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, тесттер, тапсырмалар):**


**Сұрақтар:**

1. Шешім, басқару шешім, басқару техникасына сипаттама беріңіз?
2. Басқару шешімдердің классификациясы дегеніміз не?
3. Басқару шешімдерді қабылдау сатылары қандай?
4. Басқару шешімдерді I сатысында қолдануға болатын әдістердің сипаттама беріңіз?
5. Басқару шешімдерді іске асыру және олардың сатылары қандай?
6. «Менеджердің іскерлігі» түсінігінің сипаттамасы неде?
7. Басқару шешімдеріндегі қандай тәуекел бар?
8. Тәуекелді басқару үрдісі қалай іске асырылады?

**Глоссарий:**

**Шешім** - бұл мүмкін баламалардан таңдалған нақты бағыттағы әрекет немесе қандай да бір пікірдің у өнділіуін растайтын құжат.



O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		B044-40/16-2023-2024 59 беттің 41 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

**Басқару технологиясы** - бұл басқару шешімдерінің шынайылығы мен қабылдану, яғни дайындық үдерісі.

**«Миға шабуыл» немесе (брейнсторлинг)** - процедураны қабылдаудағы топтық шешім.

**Пысықтық** - бұл жеке жұмыс тиімділігін арттыру үшін қор пайдалану, және оған шеберлік таныту, жұмыстағы қиындықты жеңу, ұжым ұзақтығы, халық арасында тексеру барысында сауалдарға тауардың барынша толық қанағаттанарлық және қызметтері негізінде жұмысы жақсы реттелген және ойластырылған басқару ұзақтығы.

**Жұмысбастылық** - көрсетілген негізде қабілеттілік танытып, жеке ұйымдастыру қабілетін және компетенттілігін және шешім, өзгерістерге тез бейімдеу, туындаған конфликті жағдайларда оперативті түрде шешімін табу, сонымен қатар дәл уақытында оны ескерту.

**Талаптылық** - бұл әрекет жергілікті қызығушылықты қандай да бір объекте тексеруде пысықтылық, яғни оның басты генераторы болып табылады.

**Тәуекел** - бұл бір мақсатқа жетуде қоғамдық пайдалы нәтижеде тең дәрежеде туындаған қауіптілік дәрежесі, яғни қарапайым бола алмайтын, тәуекелшіл емес құралдар.

#### **Тесттер:**

1.... мүмкін баламалардан таңдалған нақты бағыттағы ірекет немесе қандай да бір пікірдің өндірілуін растайтын құжат.


- а) Шешім - бұл
- в) Басқару технологиясысы
- с) Миға шабуыл - бұл
- д) Пысықтық - бұл
- е) жұмысбастылық - бұл

2. Басқару технологиясы - бұл

- а) басқару шешімдерінің шынайылығы мен қабылдануы, яғни дайындық үдерісі.
- в) мүмкін баламалардан таңдалған нақты бағыттағы әрекет немесе қандай да бір пікірдің өндірілуін растайтын құжат.
- с) процедураны қабылдаудағы топтық шешім
- д) жергілікті әрекет қызығушылықты қандай да бір объекте тексеруде пысықтылық, яғни оның басты генераторы болып табылады.
- е) бір мақсатқа жетуде тең дәрежеде туындаған қауіптілік дәрежесі, яғни (тәуекелшіл емес) қарапайым бола алмайтын, тәуекелшіл емес құралдар.

3.«Миға шабуыл » бұл...

- а) процедураны қабылдаудағы топтық шешім.
- в) мүмкін баламадардан таңдалған нақты бағыттағы әрекет немесе қандай да бір пікірдің өндірілуін растайтын құжат.
- с) басқару шешімдерінің шынайылығы мен қабылдануы, яғни дайындық үдерісі.
- д) жергілікті әрекет қызығушылықты қандай да бір объекте тексеруде пысықтылық, яғни оның басты генераторы болып табылады.
- е) бір мақсатқа жетуде қоғамдық пайдалы нәтижеде тең дәрежеде туындаған қауіптілік дәрежесі. Яғни қарапайым бола алмайтын, тәуекелшіл емес құралдар.

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		B044-40/16-2023-2024 59 беттің 42 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

4. ... - бұл жеке жұмыс тиімділігін арттыру үшін қор пайдалану және оған шеберлік таныту, жұмыстағы қиындықты жеңу, ұжымдағы ұзақтылық

- а) Пысықтылық
- в) Басқару технологиясы
- с) «Миға шабуыл»
- д) Шешім
- е) Жұмысбастылық.

5. Жұмысбастылық - бұл ...

а) көрсетілген негізде қабілеттілік танытып, (жұмыстағы қиындықты жеңу, жеке ұйымдастыру қабілетін және компетенттілігін және шешімді, өзгерістерді тез бейімдеу, туындаған конфликті жағдайларда оперативті түрде шешімін табу, сонымен қатар дәл уақытында оны ескерту.

в) мүмкін баламалардан таңдалған нақты бағыттағы әрекет немесе қандай пікірдің өдірілуін растайтын құжат.

с) басқару шешімдерінің шынайылығы мен қабылдануы, яғни дайындық үдерісі.

д) жергілікті әрекетте қызығушылықты қандай да бір объекте тексеруде пысықтылық, яғни оның басты генераторы болып табылады.

е) бір мақсатқа жетуде қоғамдық пайдалы нәтижеде тең дәрежеде туындаған қауіптілік дәрежесі, яғни қарапайым бола алмайтын, тәуекелшіл емес құралдар.

6. Талаптылық - бұл әрекет ...

а) жергілікті қызығушылықты қандай да бір объекте тексеруде пысықтылық, яғни оның басты генераторы болып табылады.

в) мүмкін баламалардан таңдалған нақты бағыттағы әрекет немесе қандай да бір пікірдің өндірілуін растайтын құжат.

с) басқару шешімінің шынайылығы

д) көрсетілген негізде қабілеттілік танытып, жеке ұйымдастыру қабілетін және шешімін, өзгерістерге тез бейімделу, туындаған конфликті жағдайларын оперативті түрде шешімін табу, сонымен қатар дәл уақытында оны ескерту.

е) бір мақсатқа жетуде қоғамдық пайдалы нәтижеде тең дәрежеде таңдалған қауіптілік дәрежесі, яғни қарапайым бола алмайтын, тәуекелшіл емес құралдар.

7. ... - бұл бір мақсатқа жетуде қоғамдық пайдалы нәтижеде тең дәрежеде туындаған қауіптілік дәрежесі, яғни қарапайым бола алмайтын, тәуекелшіл емес құралдар.

- а) Тәуекел.
- б) Басқару технологиясы.
- с) «Миға шабуыл».
- д) Шешім.
- е) Жұмысбастылық.

#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысыңыз.

2. Тақырыптың сұрақтарына жауап беріп, оқу материалын меңгергенін тексеріңіз (ауызша).

3. Оқу кейсінің сұрақтарына жауап беру ( Платонус ААЖ, модуль оқу кейстері, кейс «Басқарушылық шешім»

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 43 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

## Сандық білім беру ресурстары:

### Бейнефрагменттер

1. 17 Сущность управленческого решения  
<https://www.youtube.com/watch?v=SGZ1Q1-xSVg>
2. 19 Классификация управленческих решений  
<https://www.youtube.com/watch?v=hA3ITPtUOCE>
3. Лекция 22: Управленческие решения в менеджменте  
<https://www.youtube.com/watch?v=37LR80eCDNQ>

### № 12 сабақ


**1. Тақырыбы:** Өкілеттікті бөлу негізінде ұйымды басқару.

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды бірлесіп, өкілеттіліктерді бөліп алып, қызмет етуді үйлестіру принциптерімен таныстыру

**3. Оқытудың міндеттері:**

- Өкілеттіктерді бөліп үйлестіру принциптері мен түсіндіру
- Ұйымдастырушылық өкілеттермен және қызметкерлердің жұмысының деңгейін бағалаумен танысу
- Ұғынудың ерекшеліктері
- Басқару ережелерімен танысу
- Қызметті табысты үйлестірудің негізгі факторларын ұғыну.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 44 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

1. Өкілеттіліктерді бөлу заманауи басқаруындағы маңызды әдіс ретінде
2. Менеджменттегі ұтымды өкілеттіліктерді бөлудің негізгі принциптері
3. Ұйымдастырушылық өкілеттіліктердің түрлері және оны талдау
4. Басқару мөлшері және оның түрлері
5. Қызметкерлердің жұмыс сапасын анықтау
6. Өкілеттіліктерді табысты бөлудің негізгі факторлары
5. **Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** CBL, оқу кейсі
6. **Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

#### 7. Әдебиет:

Негізгі:

17. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021


#### 8. Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар, есеп, глоссарий):

##### Сұрақтар:

1. Өкілеттіліктерді бөлу түсінігі неде?
2. Өкілеттіліктерді бөлудің мақсаты неде?
3. Менеджменттегі ұтымды өкілеттіліктерді бөлудің негізгі принциптері қандай?
4. Ұйымдастырушылық өкілеттіліктер дегеніміз не?
5. Қол асты қызметкерлерінің жұмыс істеу деңгейін бағалау қалай жүргізіледі?
6. Басқару мөлшері дегеніміз не?
7. Басқару мөлшерінің қандай түрлерін білесіз?
8. Басшының жұмыс сапасын анықтау дегеніміз не?
9. Қызметкерлердің жұмыс сапасын анықтау
10. Өкілеттіліктерді табысты бөлудің негізгі факторлары қандай?

##### Тесттер:

1. Алдына қойған мақсаттарына жету үшін адамдардың бір - бірімен араласуы және қарым - қатынасқа түсуі, орны
  - A. Ұйым
  - B. Өкілеттілік
  - C. Өкілеттіліктерді бөлу
  - D. Іскерліктерді жүргізу
  - E. Әкімшілік
2. Белгілі бір міндеттерді орындау үшін ұйымның қорларын және қызметкерлердің күштерін бағыттайтын лауазымдық қызметі бар тұлғаның шектелген құқығы
  - A. Өкілеттілік
  - B. Үйлесімділік
  - C. Ұйым
  - D. Міндеттеме
  - E. Нәтижелілік

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 45 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

3. Өкілеттілікті бөлу түсінігі:

- A. Қызметкерлерді басқарудың маңызды өкілеттілігінің бірі
- B. Ұйымның мақсаттарына жетуге бағытталған маңызды басқару қызметтерінің бірі
- C. Ұйымда белгілі бір қызметті орындағаны үшін сыйақы алу
- D. Осы адамға құндының барлығы - ақша, табыс, құрмет, сүйспеншілік және т.б.
- E. Өзі орындауы тиіс міндеттемелері бар басқарушы

4. Өкілеттілікті бөлу екі:

- A. Өкілеттілік және жауапкершілік
- B. Үйлесімдік және сәйкестік
- C. Дара басқарушы және міндеттеме
- D. Дәлелді және басқарушылық
- E. Ұйымшылдық және дәлдік

5. Қызметкердердің тапсырмаларды орындап және олардың орындалуына жауапкершілігі міндеті:

- A. Жауапкершілік
- B. Ұйымшылдық
- C. Басқарушылық
- D. Міндеттеме
- E. Дәлелдеме

6. Өкілеттерді бөлу принциптері - бұл:

- A. Дара басқарушы және басқару мөлшері, сәйкес келу
- B. Жауапкершілік, үйлесімділік және басқару тәсілдері
- C. Өкілеттілік, дәлелдеме және басқару түрлері
- D. Қимыл - әрекет, қажеттілік және басқару мақсаты
- E. Таратудың қарқындылығы, басқарудың сипаттамасы және ұйымдастырылуы.

7. Ұйымдастырушылық өкілеттіліктің түрлері:

- A. Сызықты және штабты
- B. Қисық және вертикальды
- C. Горизонталды және түзу
- D. Иерархиялық және функционалды
- E. Басқарушы және оперативті


8. Басқару картасы ... санын көрсетеді:

- A. Бастапқыдағы қызметкерлер санын
- B. Басқару деңгейін
- C. Басқарушының өкілеттерін
- D. Басқару каналын
- E. Басшының басқару каналдарын

9. Басқару мөлшері...

- A. Кең және тар
- B. Ұзын және қысқа
- C. Ұлкен және кіші
- D. Жалпақ және дөңес
- E. Максимальды және минимальды

10. АНУ көзқарасы бойынша басқарушының жұмысы келесі категорияларға бөлінеді:

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 46 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- A. Бақылау және оперативті
- B. Міндетті және бөлінетін
- C. Үйлестірілген және дәлелдемелі
- D. Әрекеттегі және жауапкершілікті
- E. Шектеулі және басқарылатын
- 11. Басшының басқару мөлшерін таңдау әдісі ... негізделген
  - A. Қызметкерлердің жұмыс деңгейін анықтауға
  - B. Ұйымға қатысты басшының міндеттерін анықтау
  - C. Басшыға арналған еңбекті азайтуға
  - D. Өкілеттіліктерді бөліп беру арқылы өзінің үрдісті басқару дағдыларын дамытуға
  - E. Қызметкерлер мен жұмысқа қарым - қатынасты дамыту үшін шығармашылық қарау
- 12. Басшының өкілеттіліктерді бөлуге деген ықыласы жоқ - бұл
  - A. Қызметкерлерге деген сенімнің болмауы
  - B. Қосымша жауапкершіліктің болмауы
  - C. Өзіне деген сенімінің болмауы
  - D. Қызметкерлерді сынаудың болмауы
  - E. Ақпараттар мен қорлардың болмауы
- 13. «Қиын қызметкер қорғаушы»
  - A. Кез - келген өзгерістер туралы кішкене ишара болған кезде қорғана бастайды
  - B. Өзгерістер болса қарсы шығады
  - C. Шектелген қорытындылар жасайды
  - D. Өздерінің тітіркенген және қиқарланған қатынасы арқылы адамдармен қарым - қатынасын бұзады

#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысыңыз.
2. Тақырыптың сұрақтарына жауап беріп, оқу материалын меңгергенін тексеріңіз (ауызша).
3. Оқу кейсінің сұрақтарына жауап беру ( Платонус ААЖ, модуль оқу кейстері, кейс "Өкілеттілікті бөлу").
4. Есепті шешу

#### **Есеп:**

Дәріхана ұйымының басшысы ұйымдастыру-әдістемелік жұмысты орындайды, өртке қарсы қауіпсіздікке жауап береді, басқа ұйымдармен байланысты жүзеге асырады. Еңбекті тиімді ұйымдастыру үшін менеджерге қандай функцияларды беру керек?

#### **Сандық білім беру ресурстары:**


#### **Бейнефрагменттер**

Как делегировать полномочия? Что значит делегировать? Делегирование полномочий в фирме. <https://www.youtube.com/watch?v=SMNACryZ8xY>

#### **Глоссарий:**

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 47 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

1. **Ұйым** - алдына қойған мақсаттарына жету үшін адамдардың бір - бірімен араласуы және қарым - қатынасқа түсу орны
2. **Өкілеттіліктерді бөлу** - ұйым басшысы өкілеттіліктерін қызметкерлерге бөліп үйлестіру
3. **Белгілі бір міндеттерді орындау** үшін ұйымның қорларын және қызметкерлердің күштерін қолдануға болатын лауазымдық қызметі бар тұлғаның шектелген құқығы – өкілеттілік
4. **Дара басқарушы** - қызметкер тапсырма алып және осы тапсырмалардың орындалуына бір ғана басқарушының алдында жауап береді.
5. **Сәйкестік** - міндеттердің құрамы қызметкерлердің өкілеттіліктерін сипаттамасына сай болу керек
6. **Үйлесімділік** - өкілеттіліктің құрамына қызметкердің жаңа тапсырмаларына сәйкес өзгерістер енгізілуі керек.
7. **Жеткілікті бөлу** - жауапкершіліктің көлемі қызметкерлердің жеке мүмкіндіктерінен аспау керек.
8. **Дәлелді** - жауапкершіліктің көлемі еңбек ақының, лауазымның не қызметінің өсуіне сәйкес әлелді түрде өсуі керек.
9. **Ұйым** - алдына қойған мақсаттарына жету үшін адамдардың бір - бірімен араласуы және қарым - қатынасқа түсу орны
10. **Өкілеттіліктерді бөлу** - ұйым басшысы өкілеттіліктерін қызметкерлерге бөліп үйлестіру

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 48 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

### № 13 сабақ

**1. Тақырыбы:** Мотивация басқару үрдісінің ажырамас бөлігі ретінде.

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды адамдар мен қызметтерді мотивтеу қағидаларымен таныстыру.

**3. Оқыту міндеттері:**

- ұйымдарды мотивтеу туралы түсінік беру;
- еңбек қызметін мотивтеу мен түсіндіру;
- мотивтеу ториясы туралы түсінік беру;
- еңбек ұжымын басқару стильдері туралы түсінік беру.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. «Мотивтеу» түсінігіне анықтама беріңіз.
2. Мотивациялық үдеріс үлгілеріне сипаттама беріңіз.
3. Ұйымдар қызметін мотивтеу.
4. Мотивтеудің негізгі теориялары, анықтамалары мен айырмашылықтары.
5. **Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** CBL, оқу кейсі
6. **Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7.Әдебиет:**

Негізгі:

18. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

**8. Бақылау (сұрақтар, тесттер, тапсырмалар):**

**Сұрақтар:**

1. «Мотивтеу» түсінігіне анықтама беріңіз?
2. Мотивациялық үдеріс үлгілеріне сипаттама беріңіз?
3. Ұйымдар қызметін мотивтеу дегеніміз не?





4. Мотивтеудің негізгі теориялары, анықтамалары мен айырмашылықтары неде?
5. Еңбек ұжымын басқару стильдері қандай?
6. Басшылық стилін анықтаудың үш жолы бар?

**Тесттер:**

1. Жалпы ұйымның немесе жеке адамды өзін –өзі ынталандыру үрдісі... деп аталады.

- A. мотивация
- B. өкілеттілік
- C. іс жүргізу
- D. координация
- E. әсерлігі

2. Мотивациялау үрдісінің моделі ...кезеңі болып табылады.

- A. 6
- B. 5
- C. 7
- D. 9
- E. 8

3. Тұтынушылықтың негізгі көрінісі – бұл ... болып табылады.

- A. Физиологиялық
- B. Рухани
- C. Тұрмыстық
- D. Мотивация
- E. Үдерістік

4. Мотивациялаудың үшінші кезеңі ...болып табылады.

- A. Мақсатын анықтау
- B. Сыйақы алу
- C. Белгіленген тұтынушылық
- D. Қозғалыс жасаудың мәні
- E. Тұтынушылықты жою

5. Басты мақсат... болып табылады.


- A. Миссия, ұйым философиясы, мен саясаты
- B. Қимыл, ұйым миссиясы мен іздеу
- C. Нарық философиясы, саясат пен тұтынушылық
- D. Тұтынушылық, ізденіс пен қимыл
- E. Ұйым саясаты, ізденіс пен қимыл

6. Ұйым қызметіндегі мотив... бағытталады.

- A. Қоғам мен тұтынушыға
- B. Қызығушылық пен мақсатқа
- C. Тұтынушылық және қимылға
- D. Ұйым және бөлісуге
- E. Нарық және координацияға

7. Мотивация... болып 2 тоақа бөлінеді.

- A. Мазмұндық және үдерістік
- B. Теориялық және тәжірибелік
- C. Әлеуметтік және физикалық

ОҢТҮСТІК-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 50 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

- Д. Біріншілік және екіншілік
- Д. Құрылымдық және басқарушылық
8. Жұмысшы мотивациясы теориясының негізін қалаушы.
- А. Фредерик Герцберг
- В. Дугас Мак- Грегор
- С. А. Маслоу
- Д. Оури
- Е. Портер -Лаулера
9. Дуглас Мак- Грегордың V теориясына сай еңбек дегеніміз ... болып табылады.
- А. Адамның қалыпты жағдайы
- В. Өзінің мүмкіндіктерін көрсету
- С. Жеке жетістіктер
- Д. Адамның қалыпты тұтынушылығы
- Е. Өзін бақылауда қалыпты тұтынушылық
10. Мінез- құлық типін таңдау және мақсаттарды анықтау үшін адами тұрғыдан қарау мотивацияның ... теориясы деп аталады.
- А. Үдерістік
- В. Құрылыстық
- С. Координациялық
- Д. Мақсаттық
- Е. Ұйымдық
- Тапсырмалар:**
1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысыңыз.
  2. Тақырыптың сұрақтарына жауап беріп, оқу материалын меңгергенін тексеріңіз (ауызша).
  3. Оқу кейсінің сұрақтарына жауап беру ( Платонус ААЖ, модуль оқу кейстері, кейс «Мотивация»).


### **Сандық білім беру ресурстары:**

#### **Бейнефрагменттер**

1. Лекция 9: Мотивация как функция менеджмента  
<https://www.youtube.com/watch?v=FIq7rsi3X4>
2. 25 Теории мотивации <https://www.youtube.com/watch?v=54MYfxZgpmo>

### **№ 14 сабақ**

#### **1. Тақырып: Дәріхананың кадрлық саясаты.**

O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 51 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

**2. Мақсаты:** Білім алушыларды еңбек ұжымды басқару қағидаларымен және концепцияларымен таныстыру.

**3. Оқыту міндеттері:**

- дәріхананың кадр саясаты бойынша жүйелік білімдерді қалыптастыру;
- персоналды басқару қағидаларын және концепцияларын зерттеу;
- кәсіпорынның кадр саясаты, мақсаттары туралы түсінік беру.

**4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:**

1. Дәріхананың кадр саясатының мәні және құрылымы.
2. Персоналды басқару қағидалары және концепциялары.
3. Кәсіпорынның кадр саясатының мақсаттары.
4. Кадр саясаттың стратегиялық мақсаттары.
5. Кадр саясаттың тактикалық мақсаттары.
6. Кадр саясатының оперативтік мақсаттары

**5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары:** Семинар

**6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7. Әдебиет:**

Негізгі:

19. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

**8.Бақылау (сұрақтар, глоссарий, есеп, тесттер, тапсырмалар):**


**Сұрақтар:**

1. Дәріхананың кадр саясаты түсінігі неде?
2. Дәріхананың кадр саясат құрылымы қандай?
3. Персоналды басқару қағидалары және концепциялары қандай?
4. Кәсіпорынның кадр саясатының мақсаттары қандай?
5. Кадр саясаттың стратегиялық мақсаттар қандай?
6. Кадр саясаттың тактикалық мақсаттары қандай?
7. Кадр саясатының оперативтік мақсаттары қандай?
8. Қызметтік-лауазымдық нұсқаулықты құрастыру тәртібі.

**Глоссарий:**

**Персоналдарды басқару** – қызметкерлерді басқару әдістері мен кадрлық саясат стратегиясын зерттеу концепциясынан тұратын ұйым құрамын бағыттауға бағдарланған, сонымен қатар басқару персоналы жүйесіндегі бөлімшелердегі мамандар мен жетекшілер.

**Персоналдарды басқару концепциясы** – бұл әдістемелік – теория жүйесіндегі түсінік пен мағынасын анықтау, мазмұнын, мақсатын, иапсырмаларын, критерилерін, принциптері мен персоналдарды басқару әдістері, сонымен қатар дәріханалық ұйымда ұйымдық – тәжірбелік жолдарын қалыптастыру механизмдері.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 52 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

**Персоналды басқару принципі** - персоналдарды басқару үрдісінде жетекшілер мен мамандардың негізгі ережелері мен тәртіптері.

**Кадр саясаты** – персоналға бағытталған жұмыс стандарттары мен талаптары.

**Фармацевтикалық кадрларды жоспарлау** - бұл фармацевтикалық кадрларды толықтыру мен тұтынушылық бағасы.

**Фармацевтикалық кадрларды таңдау** - қажетті жұмысты орындау үшін үміткерлерді тарту.

**Маман сертификаты** – бұл маманның мемлекеттік білім беру стандарттарына сай екендігін нақтылайтын құжат.

**Кәсіби адаптация** – стандартты жағдайларды шешу үшін қажетті дағдылар алу мен кәсіби белсенділікті меңгеру.

**Психофизиологиялық адаптация** – ұйымда еңбек пен демалыстың шарттары.

**Әлеуметтік – психологиялық адаптация** – жазылмаған құқықтар мен адамдармен танысу.

**Мамандандыру** – маман қызметінде талап етілетін дағдылар, білімді жетілдіру үшін оқыту.

**Дәрежесін жоғарылату** – белгілі мамандықта жоғарғы дәрежеге дайындау үрдісі.

**Қарапайым жетілдіру** – жеке маңызды сұрақтарды және белгілі курстарда тәжірбелік дағдыларды үйрену.

**Аттестация** – халыққа медициналық көмек көрсету дәрежесі мен сапалы мамандарды дайындауда мемлекеттік бақылау механизмі.

**Еңбек өмірінің сапасы** – ұйымда жұмыс көмегімен жеке маңызды тұтынушылықты қанағаттандыру.

**Контракт** – белгіленген жұмыс барысында жұмыс беруші мен жұмыс істеушінің міндеттері мен құқықтары көрсетілген еңбек келісімі.

**Штаттық кесте** - әрбір лауазым бойынша қызметкерлердің саны, қызметтердің атауы, еңбекақы мөлшесі және оған үстемелер туралы мағлұматтары бар:бірінші басқарушы бекіткен құжат.


**«Лауазымдық міндеттер»** - ұйым құрылымындағы белгілі бір қызметтің дәрежесі мен орны туралы, білікті тұлғаларға қойылатын талаптар, сонымен қатар лауазымдық міндеттемелердің маңыздылығы бойынша тізімі туралы мәліметтер келтіріледі.

**«Білу керек»** - негізгі қызметтердің ерекшеліктеріне деген талаптардың және онымен байланысты нормативтік құжаттарды, әдістемелік материалдарды, техника қауіпсіздігі және еңбекті қорғау ережелерінің бар тізімі.

**«Істей алу керек»** мұнда қызметкердің армайы дайындығының бейімділігі мен бағытына талаптар, еңбек өтіліне, жиналған тәжірбиеге, жүктелген міндеттерді сапалы орындауға мүмкіндік беретін біліктіленге талаптар көрініс табады.

**Есеп:**

Дәріханаға фармацевт лауазымына Р.М. Колдасова қабылданды, оның лауазымдық міндеттеріне тауарды қабылдау, сақтау орындарына орналастыру, тауарды дәріхана бөлімдеріне жіберу кірді. Жұмысқа орналасқан сәттен бастап жарты жылдан кейін дәріханада тауарлық-материалдық құндылықтарға түгендеу жүргізілді, оның барысында 127000 теңге мөлшерінде тауардың жетіспеушілігі анықталды. Акт жасалды, онда материалдық жауапты адамдар, оның ішінде Р.М. Колдасова да

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 53 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

жетіспеушілікті үш күндік мерзімде өтеуі керек деп көрсетілген. Р.м. Колдасова жетіспеушілікті өтеуден бас тартты, өйткені жұмысқа қабылдау кезінде онымен жауапкершілік туралы Келісім жасалмады. Бұл жағдайда ұйым басшысының әрекеттері қандай?

**Тесттер:**

1. Персоналдарды басқару ... болып табылады.

А. қызметкерлерді басқару әдістері мен кадрлық саясат стратегиясын зерттеу концепциясынан тұратын ұйым құрамын бағыттауға бағдарланған, сонымен қатар басқару персоналы жүйесіндегі бөлімшелердегі мамандар мен жетекшілер

В. бұл әдістемелік – теория жүйесіндегі түсінік пен мағынасын анықтау, мазмұнын, мақсатын, иапсырмаларын, критерилерін, принциптері мен персоналдарды басқару әдістері, сонымен қатар дәріханалық ұйымда ұйымдық – тәжірибелік жолдарын қалыптастыру механизмдері

С. персоналдарды басқару үрдісінде жетекшілер мен мамандардың негізгі ережелері мен тәртіптері

Д. бұл фармацевтикалық кадрларды толықтыру мен тұтынушылық бағасы.

Е. персоналға бағытталған жұмыс стандарттары мен талаптары

2. ... бұл әдістемелік – теория жүйесіндегі түсінік пен мағынасын анықтау, мазмұнын, мақсатын, иапсырмаларын, критерилерін, принциптері мен персоналдарды басқару әдістері, сонымен қатар дәріханалық ұйымда ұйымдық – тәжірибелік жолдарын қалыптастыру механизмдері болып табылады.

А. Персоналдарды басқару концепциясы

В. Персоналдарды басқару

С. Персоналды басқару принципі

Д. Кадр саясаты

Е. Фармацевтикалық кадрларды жоспарлау

3. Персоналды басқару принципі ... жүйесі.

А. персоналдарды басқару үрдісінде жетекшілер мен мамандардың негізгі ережелері мен тәртіптері

В. бұл әдістемелік – теория жүйесіндегі түсінік пен мағынасын анықтау, мазмұнын, мақсатын, иапсырмаларын, критерилерін, принциптері мен персоналдарды басқару әдістері, сонымен қатар дәріханалық ұйымда ұйымдық – тәжірибелік жолдарын қалыптастыру механизмдері

С. қызметкерлерді басқару әдістері мен кадрлық саясат стратегиясын зерттеу концепциясынан тұратын ұйым құрамын бағыттауға бағдарланған, сонымен қатар басқару персоналы жүйесіндегі бөлімшелердегі мамандар мен жетекшілер.

Д. бұл фармацевтикалық кадрларды толықтыру мен тұтынушылық бағасы.

Е. персоналға бағытталған жұмыс стандарттары мен талаптары.

. Фармацевтикалық кадрларды жоспарлау ... болып табылады.

А. бұл фармацевтикалық кадрларды толықтыру мен тұтынушылық бағасы

В. қажетті жұмысты орындау үшін үміткерлерді тарту

С. персоналға бағытталған жұмыс стандарттары мен талаптары

Д. стандартты жағдайларды шешу үшін қажетті дағдылар алу мен кәсіби белсенділікті меңгеру

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 54 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- Е. белгілі мамандықта жоғарғы дәрежеге дайындау үрдісі
5. Фармацевтикалық кадрларды таңдау ... болып табылады.
- А. қажетті жұмысты орындау үшін үміткерлерді тарту.
- В. бұл фармацевтикалық кадрларды толықтыру мен тұтынушылық бағасы.
- С. персоналдарды басқару үрдісінде жетекшілер мен мамандардың негізгі ережелері мен тәртіптері.
- Д. стандартты жағдайларды шешу үшін қажетті дағдылар алу мен кәсіби белсенділікті меңгеру
- Е. белгілі мамандықта жоғарғы дәрежеге дайындау үрдісі
- 6... стандартты жағдайларды шешу үшін қажетті дағдылар алу мен кәсіби белсенділікті меңгеру болып табылады.
- А. Кәсіби адаптация
- В. Психофизиологиялық адаптация
- С. Мамандандыру
- Д. Әлеуметтік – психологиялық адаптация
- Е. Аттестация
7. Әлеуметтік – психологиялық адаптация ... болып табылады.
- А. ұйымда еңбек пен демалыстың шарттары.
- В. стандартты жағдайларды шешу үшін қажетті дағдылар алу мен кәсіби белсенділікті меңгеру
- С. жазылмаған құқықтар мен адамдармен танысу.
- Д. маман қызметінде талап етілетін дағдылар, білімді жетілдіру үшін оқыту.
- Е. белгілі мамандықта жоғарғы дәрежеге дайындау үрдісі
8. ... жазылмаған құқықтар мен адамдармен танысу болып табылады.
- А. Әлеуметтік – психологиялық адаптация
- В. Психофизиологиялық адаптация
- С. Мамандандыру
- Д. Кәсіби адаптация
- Е. Аттестация
9. Мамандандыру дегеніміз ... болып табылады.
- А. маман қызметінде талап етілетін дағдылар, білімді жетілдіру үшін оқыту.
- В. стандартты жағдайларды шешу үшін қажетті дағдылар алу мен кәсіби белсенділікті меңгеру
- С. жазылмаған құқықтар мен адамдармен танысу
- Д. ұйымда еңбек пен демалыстың шарттары
- Е. халыққа медициналық көмек көрсету дәрежесі мен сапалы мамандарды дайындауда мемлекеттік бақылау механизмі
10. ... халыққа медициналық көмек көрсету дәрежесі мен сапалы мамандарды дайындауда мемлекеттік бақылау механизмі болып табылады.
- А. Аттестация
- В. Психофизиологиялық адаптация
- С. Мамандандыру
- Д. Кәсіби адаптация
- Е. Әлеуметтік – психологиялық адаптация

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		Б044-40/16-2023-2024 59 беттің 55 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

11. . Штаттық кесте -... бекіткен құжат

А. Әрбір лауазым бойынша қызметкерлердің саны, қызметтердің атауы, еңбекақы мөлшері және оған үстемелер туралы мағлұматтары бар; бірінші басқарушы бекіткен құжат

В. Әрбір лауазым бойынша қызметкерлердің саны, қызметтердің атауы, еңбекақы мөлшері және оған үстемелер туралы мағлұматтары бар; екінші басқарушы бекіткен құжат

С. Әрбір лауазым бойынша қызметкерлердің саны, қызметтердің атауы, еңбекақы мөлшері және оған үстемелер туралы мағлұматтар бар; басқарушының төрағасы бекіткен құжат

Д. Штаттық кесте ешкімнен бекітілмейді.

12. «Лауазымдық міндеттер» - бұл...,

А. Ұйым құрылымындағы белгілі бір қызметтің дәрежесі мен орны туралы, білікті тұлғаларға қойылатын талаптар, сонымен қатар лауазымдық міндеттемелердің маңыздылығы бойынша тізімі туралы мәліметтер келтіріледі.

В. Негізгі қызметтердің ерекшеліктерін білуге және онымен байланысты нормативтік құжаттар, әдістемелік материалдар, техника қауіпсіздігі мен еңбекті қорғауға қойылатын талаптардың тізімі.

С. Қызметкерлердің арнайы дайындығының бейімділігі мен бағытына, еңбек өтіліне, жиналған тәжірбеге, жүктелген міндеттерді сапалы орындауға мүмкіндік беретін біліктілікке қойылатын талаптар.

Д. Әрбір лауазым бойынша қызметкерлердің саны, қызметтердің атауы, еңбекақы мөлшері және оған үстемелер туралы мағлұматтар


#### **Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

#### **Сандық білім беру ресурстары:**

##### **Бейнефрагменттер**

1. Тема 2 Кадровая политика предприятия  
[https://www.youtube.com/watch?v=BIYcyuE\\_AC4](https://www.youtube.com/watch?v=BIYcyuE_AC4)
2. Управление персоналом. Урок 6. Кадровая политика  
<https://www.youtube.com/watch?v=ATUGk6agWHM>

O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 56 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

## № 15 сабақ

### 1. Тақырыбы: Еңбек ұжымын басқару стилі.

2. Мақсаты: Білім алушыларды еңбек ұжымын басқару стильдері және олардың ерекшеліктерімен танысу

### 3. Оқыту міндеттері:

- басшы түсінігін беру;
- білім алушыға «басқару стилі» терминін түсіндіру;
- тақырыпты ұғыну және мысалдар келтіру;
- стильдерді құрастыру үрдісін зерттеу;
- бірөлшемдік және көпөлшемдік басқару стильдері туралы түсінік беру.

### 4. Тақырыптың негізгі сұрақтары:

1. Басшылық – менеджердің тұлғаларды қызмет жасауға ынталандырудың қабілеті.
2. Біржақты басқару стильдерінің сипаттамасы.
3. Көпжақты басқару стильдері.
4. Басқару стильдерінің үлгілері.
5. Заманауи менеджерге қойылатын жалпы талаптары.
5. Пәннің соңғы ОН қол жеткізу үшін оқыту мен оқытудың негізгі формалары/ әдістері/ технологиялары: Семинар



O'NTUSTIK-QAZAQSTAN <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 <b>SKMA</b> -1979-	SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы		B044-40/16-2023-2024 59 беттің 57 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар		

**6. Пәнді ОН қол жеткізу деңгейін бағалауға арналған бақылау түрлері (тестілеу, ситуациялық есептерді шешу және т.б.):** Бағалау «силлабус қосымшасында көрсетілген чек-Парақ (Feedback) бойынша семинар» әдісін бағалау критерийлеріне сәйкес жүргізіледі.

**7. Әдебиет:**

Негізгі:

20. Арыстанов Ж.М., Ахелова Ш.Л., Зулпыхарова А.Т. Управление и экономика фармации с основами менеджмента и маркетинга: Учебник. "SkySystems" 2021

**8. Бақылау (сұрақтар, глоссарий, тесттер, тапсырмалар):**

**Сұрақтар:**

1. Басшылық – менеджердің тұлғаларды қызмет жасауға ынталандырудың қабілеті неде?
2. Жеке қасиеттер жағынан көшбасшылықтың мәні қандай?
3. Көшбасшылықтың ситуациялық жолдары түсіндірініз?
4. Көпмөлшерлік мінез-құлқы жолдары қандай?
5. Бірмөлшерлік басқару стильдерінің сипаттамасы қандай?
6. Көпмөлшерлік басқару стильдері дегеніміз не?
7. Өмірлік цикл теориясы-көшбасшылықтың ситуациялық теориясы қандай?
8. Басқару стильдерінің Үлгілері қандай?
9. Заманауи менеджерге қойылатын жалпы талаптары дегеніміз не?


**Глоссарий:**

1. **Көсемдік** - индивидуалдар мен адамдардың тбына басқарушының әсер ете алу қабілеті. Бұл белгілі бір мақсаттарға жету үшін адамдарды жұмыс істеуге итермелеу арқылы жүргізіледі.
2. **Басқарудың көпдеңгейлік стильдері** - бір біріне тәуелсіз, бірін толықтыратын, бір - бірімен байланысқан басқарудың амал тәсілі.
3. **Басқарудың «қосүйлік» стилі** - жұмысқа немесе баса назар аударуға негізделген басқару тәсілі.
4. **«Менеджердің» торы (решетка)** - дұрыс бағдарда қызмет ететінін, мақсаттарды айқын анықтауға, біліктілікті жоғарлатуды анықтауға көмек беретін түсінік.
5. **Басқарушы** - түрлі жағдайларды өзін әр түрлі көрсете алатын жетекші.
6. **Басқару стилі** - ұйымның мақсаттарына жету үшін басқарушының қызметкерлеріне әсер етуінің әдеттегі үлгісі.
7. **Ұйым** - индивидтер, мақсаттар мен міндеттердің бірегей үйлесімділігі.
8. **Басқарудың авторитарлы (өктемшіл) стилі** - ұйымның мақсаттары мен міндеттеріне байланысып ешбір түсіндірусіз, қызметкерлерге сену, көптеген мәселелерді шешуде олардың көзқарасын ескеру, оларды талқылау мүмкіндігін беру.
9. **Демократиялық басқару стилі** - қызметкерлердің кеңесін тыңдау, олармен кеңесу, қызметкерлермен жартылай ресми қатынастарды бөлу.
10. **Басқарудың ымырашылдық (либералдық) стилі** - қызметкерлердің басқарылуына басшының араласуын минимумға келтіру, көптеген мәселелерді шешуде қызметкерлерге мұрша беру.

**Тесттер:**



1. Басшыға сай келмейтін мінез:
  - A. пайдакүнемдік
  - B. интеллект пен білімнің деңгейі
  - C. әсерлі сырт келбеті
  - D. дұрыс ойлану
  - E. өз күшіне сену
2. Басқарудың бірдеңгейлік стилі
  - A. өтемшіл (авторитарлы)
  - B. әлеуметтік
  - C. жұмысқа бағытталған
  - D. адамға бағытталған
  - E. рухани
3. Басқарудың ымырашылдық стиліне мысал
  - A. дәріхана директорының білікті көмекшісіне деген қатынасы
  - B. жаттықтырушының спортқа қатынасы
  - C. офицердің сарбазға қатынасы
  - D. оқытушының білім алушыға қатынасы
  - E. режиссердың актерлерге қатынасы
4. Басқарудың көпдеңгейлік стилі
  - A. бір - бірін толықтыратын әдістердің кешені
  - B. ымырашылдық
  - C. демократиялық
  - D. өктемшіл
  - E. агрессиялық
5. Басқару стилінің үлгісіне жатпайды:
  - A. басқарушы барлық мәселелерді қызметкерлеріне жүктеуі
  - B. басқарушы бар ақпараттарды қолданып шешім қабылдайды
  - C. басқарушы үнемі топпен бірлесіп жұмыс істейді
  - D. басқарушы мәселені қызметкерлермен кеңесіп, талқылап шешімдер қабылдайды.
  - E. басқарушы қызметкерлеріне мәселені айтады, олардың көзқарастарын жинақтап дорытындылайды.
6. Басқару стилін таңдауда келесі белгілер қолданылады:
  - A. жеткілікті ақпарат және қызметкерлердің біліктілігінің жоғары болуы
  - B. жақсы тәбет
  - C. сәнді киім
  - D. фармацевтикалық комитетте таныстардың болуы
  - E. юристік білімнің болуы
7. Менеджер үшін маңызды мінез - құлық:
  - A. дербес ойлау мен мақсатқа талпынушылық
  - B. ерікті график
  - C. оптимизм мен пессимизмнің болуы
  - D. физикалық дайындық
  - E. ІС бухгалтерияны білу
8. Менеджер білуі тиіс мәселелер :

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ	 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы	Б044-40/16-2023- 2024 59 беттің 59 беті
«Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері» пәні бойынша тәжірбелік сабақтарға арналған әдістемелік нұсқаулар	

- A. бағалық саясат
  - B. ауа райын болжау
  - C. ЖОО - ндағы білім алуға төлем
  - D. салондардағы прайс - парақтар
  - E. көліктің маркасы
9. Іскерлік және жеке тұлғалық сапаларға жатпайды:
- A. сәнді ұялы сымтетіктер аналитикалық
  - B. қабілеттер қызығушылықтар
  - C. адамдармен қарым - қатынастарға түсе алу қабілеті
  - D. күйзелістер тұрақтылығы
10. Менеджерге қатысты емес қылық:
- A. сорпа дайындау
  - B. ұйымдастыру және жоспарлау
  - C. шешімдер қабылдау
  - D. басқару
  - E. адамдармен ауызғда және жазбаша қатынасу

**Тапсырмалар:**

1. Сабақ тақырыбы бойынша ақпаратпен танысу.
2. Тақырып, тест сұрақтарына жауап бере отырып, материалдың игерілуін тексеру.
3. Сабақ тақырыбы бойынша презентация, реферат, ситуациялық есептер, видео дайындау

**Сандық білім беру ресурстары:**

**Бейнефрагменттер**

4 типа подчиненных - 4 стилия управления. Часть 1

[https://www.youtube.com/watch?v=-ZR4Z\\_8LGtw](https://www.youtube.com/watch?v=-ZR4Z_8LGtw)