


| | |
|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 1 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

БАҚЫЛАУ ӨЛШЕУ ҚҰРАЛДАРЫ

1 (2) аралық бақылауға немесе аралық аттестаттауға арналған техникалық сипаттама және тестілік тапсырмалар (аралық бақылауға билет сұрақтары немесе басқа тапсырмалар)


Пәні: «Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг»

Пән коды: М-ФКММ

ББ атауы және шифры: 7М10142 «Фармация» (ғылыми-педагогикалық бағыт)


Оқу сағаты/кредит көлемі: 90 (3)

Оқу курсы мен семестрі: 1/2

| | | |
|--|---|--|
| OҢTҮСТІК-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 2 беті |

«Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг» пәні бойынша сертификаттаудың техникалық сипаттамасы

| № | Тақырыбы | Сұрақтар/тапсырмалар саны | | |
|----|---|---------------------------|--------|---------|
| | | білу | түсіну | қолдану |
| 1 | Фармацевтикалық менеджмент: фармацевтикалық қызметтің негізгі міндеттері | 2 | 6 | 9 |
| 2 | Менеджмент фармацевтикалық кәсіпорынды басқару құралы ретінде | 2 | 6 | 10 |
| 3 | Фармациядағы басқару функциялары. Фармациядағы басқару теориясы. | 2 | 5 | 9 |
| 4 | Фармацевтикалық қызмет сапасын басқару | 2 | 5 | 10 |
| 5 | Фармацевтикалық практикадағы ұйымдастырушылық модельдер. Дәріхана ұйымын басқару | 2 | 6 | 12 |
| 6 | Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындарда іс жүргізу | 2 | 5 | 13 |
| 7 | Фармацевтикалық қызметтің әртүрлі деңгейлеріндегі Стратегиялық жоспарлау. Фармацевтикалық қызметтің әртүрлі деңгейлеріндегі жедел басқару | 2 | 7 | 12 |
| 8 | Фармациядағы стратегиялық басқару. | 2 | 7 | 14 |
| 9 | Фармацияда шешім қабылдау әдістері мен модельдері. Кадрларды басқару, кадрларды басқару | 2 | 6 | 15 |
| 10 | Маркетингтің заманауи тұжырымдамалары. Маркетингтің негізгі категориялары. | 2 | 7 | 4 |
| 11 | Баға саясатын жүзеге асырудағы маркетингтік жоспарлау, идеяларды, өнімдер мен қызметтерді жылжыту және тарату. | 2 | 6 | 15 |
| 12 | Маркетингті басқару процесі. Фармацевтикалық препараттардың жекелеген топтарына қажеттілікті болжау. | 2 | 6 | 14 |
| 13 | SMART принципі және ситуациялық талдау | 2 | 6 | 7 |
| 14 | Дәріхана өнімдеріне сұранысты зерттеу. Маркетинг жүйесіндегі өнім. | 2 | 6 | 17 |
| 15 | Фармацевтикалық компанияларда жасанды интеллектті қолдану | 2 | 4 | 9 |
| 16 | Ассортиментті талдау. Тауарларды орналастыру. Фармацевтикалық нарықты маркетингтік зерттеу. | 2 | 8 | 15 |
| 17 | Дәрілік заттарды жарнамалаудың әдістемелік тәсілдері. Мақсатты жарнама | 2 | 7 | 13 |
| 18 | Копирайтинг маркетинг мәселелерін шешу үшін мәтін құру құралы ретінде | 2 | 5 | 18 |
| | Барлығы | 36 | 108 | 216 |


| | | |
|--|--|--------------------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 85 беттің 3 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

1 аралық бақылауға арналған тесттер

1 нұсқа

1. Ұйым өмірінің философиясы мен мағынасын білдіру, ұйымның негізгі мақсатын анықтау

- a) тапсырма
- b) индикатормен

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 4 беті |

c) Өлшем

d) миссия

e) мәдениет

2. Қойылған міндеттерді тиімді орындау үшін еңбек ұжымын жандандыру мақсаты болып табылатын қызметке мыналар жатады ...

a) бақылау

b) ынталандыру

c) басқару

d) жоспарлау

e) ұйым

3. Бір немесе жұмысшылар тобының жұмыс бірлігін орындау үшін белгіленген жұмыс уақытының құны норма болып табылады....

a) жүктемелер

b) еңбек

c) уақыт

d) саны

e) жұмыстар

4. Уақыт бірлігіне бір немесе жұмысшылар тобы орындауы керек белгіленген жұмыс көлемі норма деп аталады

a) уақыт


b) еңбек

c) табиғи кему

d) тауарларды өткізу

e) жүктемелер

5. Еңбек пен міндеттерді бөлу негізінде мақсаттарға жету үшін қажетті адамдар мен басқа ресурстардың жиынтығы ... деп аталады .

| | | |
|--|--|------------------|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 5 беті |

a) құрылымы

b) кешенімен

c) нормативпен

d) сегментпен

e) ұйым

6. Тапсырмаларды орындау және олардың қанағаттанарлық шешіміне жауап беру міндеттемесі ... деп аталады .

a) жауапкершілік

b) билік

c) өкілеттік

d) мотивация

e) көшбасшылық

7. Қажетті нәтижеге қол жеткізуге бағытталған өзара байланысты шешімдер жүйесін көрсететін құжат....

a) жоспармен

b) мақсаты

c) индикатормен

d) міндет

e) функциясы

8. Күнделікті орындалатын тапсырмаларды жоспарлау ... жоспарлауға жатады.


a) стратегиялық

b) жедел

c) тактикалық

d) перспективалы

e) сараланған

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 6 беті |

9. Ұйымның мақсатына жету үшін нақты стратегияларды әзірлеу бойынша іс-шаралар мен шешімдер жиынтығы ... жоспарлау деп аталады.

- a) жедел
- b) тактикалық
- c) стратегиялық
- d) перспективалы
- e) сараланған

10. Алдын ала белгіленген мақсаттарға жету үшін қажетті міндеттер мен құралдарды негіздеу ... жоспарлауға жатады.


- a) стратегиялық
- b) тактикалық
- c) жедел
- d) жағдайлық
- e) сараланған

11. Басқару өзара байланысты үздіксіз әрекеттер сериясы ретінде ... тәсілді қарастырады.

- a) жүйелік
- b) ситуациялық
- c) ақпараттық
- d) процесс
- e) коммуникациялық

12. Кәсіпорынның стратегиялық жоспарлау элементтеріне ...

- a) тұтынушылардың мінез-құлқы
- b) акционерлер
- c) жедел жоспарлар
- d) корпоративтік мақсаттар

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 7 беті |

е) нарық мүмкіндіктері

13. Шешу үшін бағдарламаланған шешімдер қажет . . . проблемаларды.

а) құрылымданбаған

б) жүйеленген

с) жүйесіз

д) күнделікті

е) құрылымдық

14. Басқару мәселесін шешудің ақылға қонымды баламасын таңдау ... деп аталады .

а) шешім қабылдау

б) өкілеттіктерді беру арқылы

с) процесті ұйымдастыру

д) жағдайды бағалау

е) қызметті жоспарлаумен

15. Басқарылатын Объектінің нақты күйінің қалағанға сәйкес келмеуі ... деп аталады .

а) процесс

б) проблема

с) принцип

д) жанжал

е) өлшем бойынша


16. Топтық шешім қабылдау рәсімі ... болып табылады .

а) басқару технологиясы

б) кәсіпкерлік

с) ми шабуылы

д) жоспарлау

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 8 беті |

е) байланыс

17. Предприимчивостью ... болып табылады .

- a) жұмыс тиімділігін арттыру үшін резервтерді табу және пайдалану білігі
- b) тұлғаның құзыреттілігі мен ұйымдастырушылық қабілеті
- c) қандай да бір объектіге жергілікті мүдделерді пайдалану
- d) басқарушылық шешімдерді дайындау және іске асыру процесі
- e) тұлғаның құзыреттілігі мен ұйымдастырушылық қабілеті

18. Тұлғаның құзыреттілігі мен ұйымдастырушылық қабілеті, негізделген нұсқаулар мен шешімдерді әзірлеу, өзгерістерге тез жауап беру қабілеті ...

- a) кәсіпкерлік
- b) бастамашылықпен
- c) шынайылық
- d) іскерлік
- e) динамикалық

19. Кейбір нақты объектіге жергілікті мүдделердің әрекеті....

- a) іскерлік
- b) кәсіпкерлік
- c) бастамашылықпен
- d) құзыреттілік
- e) тәуекел

20. Фармацевтикалық компанияның менеджері дәрі-дәрмектерді әзірледі, бағасын белгіледі, тауарлардың таралуын анықтады, тауарларды сатуды ынталандыру нысандарын көрсетті. Менеджер қандай операция жасады?

- a) тауар нарығын сегменттеді
- b) сатудан түскен пайданы есептеді
- c) өнімге белгілі бір ереже берді

| | | |
|--|--|------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 9 беті |

d) маркетинг кешенін әзірледі

e) жарнамалық арналарды анықтады

21. Эндокринологиялық диспансердің дәріханасына жаңа препарат түсті. Дәрігерлер мен науқастар арасында сауалнама мен бақылау жүргізілді. Қандай маркетингтік операция жасалды?

a) маркетингтік сауалнама

b) қойылым эксперименті

c) персоналға сауалнама жүргізу

d) ақпаратты бағалау

e) деректерді жинау

22. Фервекс-Упа препараты уақыт өте келе әртүрлі кезеңдерде жақсы сатылды. Өнімнің өмірлік циклінің қай қисығы осы өнімді сатуды сипаттайды?

a) ұлғайту

b) азайту

c) маусымдық

d) классикалық

e) дәстүрлі

23. Өндіруші өз өнімдерінің бағасын максималды пайда алуға кепілдік беретін деңгейде белгіледі. Бұл жағдайда өндіруші қандай баға саясатын қолданды?


a) максималды

b) агрессивті

c) әртараптандыру

d) либералды

e) демократиялық

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 10 беті |

24. Жарғылық капиталы үлеске бөлінген коммерциялық ұйым құрылды, қатысушылар міндеттемелер бойынша жауап бермейді және өздері енгізген салымдар құнының шегінде залалдар тәуекелін көтереді. Бұл ұйым кәсіпкерлік қызметтің қандай түріне жатады?

- a) жауапкершілігі шектеулі қоғам
- b) ашық акционерлік қоғам
- c) Қосымша жауапкершілігі бар қоғамдар
- d) жабық акционерлік қоғам
- e) шаруашылық қоғам

25. Фармацевтикалық өндірісте шектеулі мөлшерде жаңа дәрілік зат шығарылды. Бастапқыда баға жоғары деңгейде белгіленді, бірақ болашақта өндіріс ауқымы ұлғайған сайын дәрі-дәрмектің бағасын төмендету туралы шешім қабылданды. Бұл жағдайда өндіруші қандай баға саясатын қолданды?

- a) агрессивті
- b) нарыққа серпіліс
- c) либералды
- d) классикалық
- e) кремді кетіру

26. Фармацевт жұмысқа қабылданған кезде дәріхана бөлімінің меңгерушісі тікелей жұмыс орнындағы жұмыс тәсілдерін түсіндірді және көрсетті. Бөлім меңгерушісі қандай жұмыс атқарды?

- a) ресімдеу
- b) Нұсқаулық
- c) тестілеу
- d) әңгімелесу
- e) сауалнама

27. Сіз дәріхананың тиімді жұмыс істейтін еңбек ұжымының басшысы болдыңыз және жұмыстың жолға қойылған ырғағын қолдау қажет деп ойлайсыз. Алдымен сіздің әрекеттеріңіз қандай болады?

| | | |
|--|---|---|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казakhstanская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 11 беті |

- a) мен қызметкерлерді қабылданған жұмыс қарқынын сақтау қажеттілігіне сендіруге тырысамын
- b) әрбір жұмыскердің бастамасы үшін жағдайлар жасауға құқылы
- c) бақылау жолымен Бағыныстылардың жұмысын регламенттейтін боламын
- d) жұмыс ауысымының ұзақтығын арттырамын
- e) жұмыс істейтін персоналдың санын қысқарту

28. Сіз жаңа фармацевтикалық фирмаға жаңа қызметкерлерді жалдадыңыз. Сіз бірінші кезекте өз жұмысыңызды неден бастайсыз?


- a) қарамағындағылардың міндеттерін бөлімдер бойынша бөлемін
- b) фирма бөлімдерінің орынбасарларын тағайындаймын
- c) фирма жұмысының негізгі міндеттері мен бағыттарын түсіндіремін
- d) басшылықтың шақыруымен банкет ұйымдастырамын
- e) барлық қызметкерлердің жеке істерімен танысамын.

29. Сізді дәріхана меңгерушісі қызметіне қабылдады. Дәріхана қызметкерлерінің жартысынан көбі жұмысқа бей-жай қарамайды, бірақ бұл қызметкерлер тобы дәріханада жұмысын жалғастыруда, өйткені жалақы жоғары және дәріхана тұрғылықты жеріне жақын орналасқан. Бұл жағдайда бірінші кезекте дәріхана меңгерушісі не істеуі керек?

- a) моральдық ынталандыру көрсеткіштерін әзірлеу
- b) айдың басынан бастап сағаттық еңбекақы енгізу
- c) басқа дәріханаларда әлеуметтік зерттеу жүргізу
- d) жалақыны біртіндеп арттырыңыз
- e) қатаң бақылау қызметін орнату

30. Фармацевтикалық ұйымның басшысы өрт қауіпсіздігі бойынша жауапкершілікті өзінің орынбасарына тапсырды. Бұл жағдайда менеджер басқарушылық қызметтің қандай түрін қолданды?

- a) үйлестіру
- b) байланыс

| | |
|--|--|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 12 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

с) ұйым

d) мотивация

e) делегация

31. Науқас флакондағы № 10 "Цефазолинге" рецепт ұсынды. Фармацевт тағайындалған дәрі-дәрмекті босатты, сонымен қатар еріткішті ұсынды - 10 ампула новокаин, мақта, 10 шприц 5,0 және алкоголь. Бұл жағдайда фармацевт тауарды босатудың қандай түрін жүзеге асырды?

a) презентация

b) сату

c) қызмет

d) қосымша сату

e) кеңес беру

32. Науқас фармацевтке аурумен байланысты проблемалары туралы айтады. Фармацевт пациентті қарсы алып, үндемеді, шынайы көңіл-күй сигналдарын берді, әңгіме барысында түсініктің дұрыстығын тексеріп, нақтылайтын сұрақтар қойды. Фармацевт қарым-қатынас процесінің тиімділігі үшін қандай мінез-құлық принципін қолданды?

a) раппорт принципі

b) пассивті тыңдау

c) белсенді тыңдау

d) күй көрінісі


e) эмпатия принципі

33. Фармацевтикалық компанияның көтерме қоймасына жоғары қысымды "Телмисартан" жаңа препараты келді. Компанияның жарнама бөліміне препараттың нарықта орналасуы туралы тапсырма берілді. Бұл жағдайда жарнаманың қандай түрі қолайлы?

a) препараттың газет жарнамасы

b) мамандандырылған журналдағы жарнама

c) жарнамалық плакаттар-баннерлер

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 13 беті |

d) дәріханадағы жарнамалық витриналар

e) жарнамалық брошюралар-парақшалар

34. Фармацевтикалық фирма үш кезеңнен тұратын фармацевтикалық кеңес беру алгоритмін жасады.

1 қадам-жас санатын анықтау.

2-қадам - "Мазасыз белгілерді" анықтау.

3 қадам-препаратты таңдау.

Дәрігер тағайындаған препаратты босату және үшінші қадамды орындау кезінде дәріханада оның аналогтары болған жағдайда фармацевт қандай негізгі факторды ескеруі керек?

a) нысаны

b) қасиеттері

c) ерігіштігі

d) биожетімділік

e) бағасы

35. Фармацевтикалық ұжымда асептикалық жағдайларда дәрілік формаларды бірлесіп өндіру процесінде шешілмейтін қайшылық пайда болды. Бұл қайшылық қалай аталады?

a) көшбасшылық стилі

b) еңбек қақтығысы

c) іскерлік өзара іс-қимыл


d) бейресми көзқарас

e) ресми қатынас

36. Фармацевтикалық маркетингте тауарларды таратудың 2 түрі бар-тікелей және жанама. Тікелей арна жанама сілтемеден бір сілтеменің болмауымен ерекшеленеді. Бұл сілтеме қалай аталады?

a) өндіруші

b) тұтынушы

| | | |
|--|--|-------------------|
| OҢTҮСТІК-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 14 беті |

- c) логистик
- d) делдал
- e) менеджер

37. Ағымдағы жылы көтерме фармацевтикалық ұйымның ассортименті 45 жаңа препаратқа кеңейді және 8 фармацевтикалық топтың 360 атауын құрады. Ассортиментті қалыптастыру функцияларын орындайтын фармацевт-менеджер талдау жүргізіп, басшылыққа ассортиментті қалыптастыру стратегиясын ұсынуы керек. Бұл жағдайда қандай стратегия орынды болады?

- a) фармацевтикалық ассортименттің жанару индексі есептеу
- b) өткізу жылдамдығын ескере отырып, тауар ассортиментін оңтайландыру
- c) тауар ассортиментінің көрсеткіштерін анықтау
- d) тауарлардың өмірлік циклын айқындау және олардың сипаттамасы
- e) тауар ассортиментін қалыптастыруға әсер ететін факторларды болжау

38. Жаңадан ашылған дәріханада дәрі-дәрмектердің кең ассортименті бар. Фармацевт сауда алаңының терезелерін безендіруге шешім қабылдады.

Төменде көрсетілген препараттардың қайсысын фармацевт дәріхана терезесіне қояды?

- a) рецептуралық
- b) жеңілдікті
- c) тегін
- d) биржадан тыс
- e) экстемпоралды

39. Дәрілік заттарды жарнамалау тиісті рұқсат болған кезде жүзеге асырылады. Дәрі-дәрмектерді жарнамалауға рұқсат алу үшін төмендегі процедуралардың қайсысынан өту керек?

- a) сараптама органының материалды алдын ала сараптамасын жүргізуі
- b) дәрілік заттарды ресімдеу және буып-түю

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бакылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 15 беті |

- c) халықтың белгілі бір топтарын үгіттеу
- d) дәрілік заттарды қолдану жөніндегі нұсқаулықты жасау
- e) бұқаралық ақпарат құралдарын құлақтандыру

40. Дәріхана ұйымының ұжымы өз басшысын өзін-өзі басқаратын, Дара басшылыққа бейім, қатаң тәртіпті қолдайтын және күшті бәсекелестерден арылу қағидаты бойынша кадрларды іріктеуді жүзеге асыратын ретінде сипаттайды. Бұл басшының жұмысы қандай стильге жатады?


- a) демократиялық
- b) алқалы
- c) либералды
- d) аз инвазивті
- e) директивалық

41. Нарықтық бәсекелестік жағдайында тауар стратегиясына және фармацевтикалық нарықты сегментациялауға көп көңіл бөлінеді. Маркетингтің қандай түрі нарыққа көбірек тауарларды шығаруға ықпал етеді?

- a) сараланған
- b) бөлінбеген
- c) концентрацияланған
- d) ынталандырушы
- e) қозғалмайтын

42. Дәріхана ұйымында жұмысты бөлу жүзеге асырылады. Басқару деңгейі мен бағыныштылық иерархиясын ескере отырып, еңбекті бөлу қалай аталады?

- a) көлденең
- b) көлденең-тік
- c) тік
- d) иерархиялық

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 16 беті |

е) тік-иерархиялық

43. Фармацевтикалық ұйым бөлшек сауданы ұйымдастыруға шешім қабылдады

дәрілік заттарды аудандық бюджеттен алыс ауылдық жерлерде

орталық. Бұл жағдайда төменде көрсетілген фармацевтикалық қызмет объектілерінің қайсысын ұйымдастырған дұрыс?


- a) дәріхана пункті
- b) дәріхана дүңгіршегі
- c) фельдшерлік-акушерлік пункт
- d) жылжымалы дәріхана пункті
- e) дәріхана дүкені

44. Қызметкер дәріханаға фармацевт-талдаушы ретінде жұмысқа қабылданады. Дәріхана меңгерушісі фармацевтке оның құжатталған негізгі құқықтары мен міндеттерін түсіндірді. Фармацевт құжатпен танысып, оған қол қойды. Бұл жағдайда фармацевт қандай құжатқа қол қойды?

- a) лауазымдар номенклатурасы
- b) еңбек шарты
- c) функционалдық Нұсқаулық
- d) қауіпсіздік техникасы жөніндегі Нұсқаулық
- e) лауазымдық нұсқаулық

45. Фармацевтикалық коммерциялық ұйым құрылды, оның жарғылық капиталы акциялармен жасалады, осы ұйымның қатысушылары міндеттемелер бойынша жауап бермейді және оларға тиесілі акциялардың құны шегінде шығындар тәуекелін көтереді. Бұл ұйым кәсіпкерлік қызметтің қандай түріне жатады?

- a) акционерлік қоғам
- b) қосымша жауапкершілігі бар қоғам
- c) шаруашылық серіктестік

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 17 беті |

d) толық серіктестік

e) өндірістік кооператив

46. Нарыққа жаңа препаратты енгізу кезінде сұраныс аз болды, ал бағасы өте жоғары болды. Менеджер осы препараттың тез өтелуіне қол жеткізуі керек және іске асыру кезеңінде өнімге салынған қаражатты қайтаруы керек. Бұл жағдайда менеджер қандай тауар саясатын таңдайды?

a) "кремді алу"

b) "сауын сиыр"

c) "ит"

d) "қиын балалар"

e) "серпіліс"

47. Фармацевт дәрі-дәрмектердің бөлшек бағасын есептеді. Сонымен қатар, ол бастапқы ингредиенттердің, ыдыс-аяқтардың, Тарифтердің, шығындар мен пайданың құнын ескерді. Фармацевт қандай препараттың бағасын есептеді?

a) дайын

b) генерик

c) экстремпоралдық

d) жеке


e) гомеопатиялық

48. Фармацевтикалық ұжым өзінің жетекшісін бағыныштылардың жұмысына минималды араласатын, оларға айтарлықтай еркіндік беретін адам ретінде сипаттайды. Бағыныштылардың бастамасы басылмайды, бірақ көтермеленбейді. Қол астындағыларға және олардың қызметіне қойылатын талаптардың төмен деңгейі, бұл тапсырмаларды кешіктіріп орындауға әкеледі. Бұл басшының жұмысы қандай стильге жатады?

a) директивалық

b) либералды

c) алқалы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 18 беті |

d) демократиялық

e) авторитарлық

49. Дәріханада менеджер өнімді жылжытуға бағытталған сауда залында бірқатар іс-шаралар өткізуді ұйғарды. Бұл іс-шаралар кешені қалай аталады?

a) жарнама

b) көрме

c) логистика

d) жаппай сату

e) мерчандайзинг

50. Маркетинг кешеніне қатысты Элемент -... .

a) бәсекелес

b) нарық

c) өндіруші

d) өнім

e) делдал

51. Маркетингтік қызметті жүзеге асырудың заманауи тәсілі ... негізделген .

a) тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру арқылы компанияның мақсаттарына қол жеткізу

b) тұтынушылардың қажеттіліктерін барынша қанағаттандыру

c) бәсекелестерге қарағанда көбірек пайда табу

d) өткізу нарығын үнемі кеңейту есебінен компанияның мақсаттарына қол жеткізу

e) айналыс шығындарын төмендету есебінен ең жоғары пайда алу

52. Маркетингті басқару процесінің мақсаты-қамтамасыз ететін маркетингтік қызметтің перспективалық бағыттарын анықтау

a) компанияның бәсекелестік артықшылықтары

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 19 беті |

- b) нарықтағы монополиялық жағдай
- c) өндірістік қуаттарды барынша жүктеу
- d) өндіріске арналған ең аз шығындар
- e) барынша кең ассортимент

53. Маркетинг кешені әрқайсысы үшін жасалады

- a) Сатып алушы
- b) тауар
- c) сатушының
- d) бәсекелес
- e) делдал


54. Фармацевтикалық фирма белгілі бір тауарлардың бағасын көтеруді жоспарлап отыр. Егер икемділік коэффициенті 1-ге тең болса және бағасы 10% - ға көтерілсе, сұраныс көлемі қалай өзгеруі мүмкін?

- a) 10-ға артады%
- b) 1-ге төмендейді%
- c) 10-ға төмендейді%
- d) 1-ге ұлғаяды%
- e) өзгермейді

55. Өндіруші жарнаманы ... сұраныс кезінде пайдаланбауы мүмкін.

- a) төмендейтін
- b) теріс
- c) теріс
- d) шамадан тыс
- e) маусымдық

56. "Маркетингтік миопия" тауар тұжырымдамасын енгізе отырып, фармацевтикалық фирма ... саясатын қолданады .

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 20 беті |

- a) тұтынушылардың қажеттіліктерін есепке алмай тауарды жетілдіру
- b) тек көтерме делдалдарды ғана пайдалану
- c) тауарды өткізу бойынша агрессивті күш-жігерді пайдалану
- d) стратегиялық жоспарлаудан бас тарту
- e) жаңа тауар шығарудан бас тарту

57. Бекіту "тырыспаңыз жүргізілсін деп жоспарлауда, ал жасасаңыз, онда табыстай тән тұжырымдамасы.


- a) өндірісті жетілдіру
- b) тауарды жетілдіру
- c) коммерциялық күш-жігерді қарқындату
- d) Әлеуметтік-этикалық маркетинг
- e) заманауи маркетинг

58. Қызмет маркетингінде маркетинг кешенінің қосымша бесінші элементі бар (бесінші "Р") - бұл

- a) жеке сату
- b) презентация
- c) позициялау
- d) тауар
- e) қызметкерлер

59. Фармацевтикалық компания өз қызметін кеңейту мүмкіндігін қарастыруда. Ол балалар тағамын өз өнімдерінің спектріне қосу арасында таңдау жасауы керек, сонымен қатар балалар арбаларын, жаяу жүргіншілер мен тамақтандыру үстелдерін сату мүмкіндігін бағалауы керек. Ансофф классификациясына сәйкес компания арасында таңдау жасауы керек

- a) өнімді дамыту және әртараптандыру
- b) нарыққа ену және өнімнің дамуы
- c) нарықтың интеграциясы және дамуы

| | | |
|--|--|---------------------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | 40/11-2024 85 беттің 21 беті |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

d) нарыққа ену және нарықтың дамуы

e) әртараптандыру және нарыққа ену

60. Фармацевтикалық компаниялардың сыртқы нарыққа шығу себебі....

a) халықаралық қаржы жүйесінің күрделенуі

b) шамадан тыс ішкі бәсекелестік

c) қысқа мерзімді табысқа ұмтылу

d) табысты маркетингтік қызмет

e) жаһандық компаниялар санының артуы

2 нұсқа

1. Тұтынушы белгілі бір кезеңдерден өткен кезде сатып алу туралы шешім қабылдау келесі тәртіппен жүзеге асырылады: түсіну-қалау-артықшылық

a) классикалық иерархиялық модель

b) әлсіз қатысу теориялары

c) матрица косалтинг топтары

d) күтулерді бағалау модельдері

e) диссонансты азайту теориялары

2. Компания бір немесе бірнеше ішкі нарықтың ең үлкен бөлігін қамтуға тырысатын нарықты қамту стратегиясы жатады ... маркетинг.

a) жаппай

b) желілік

c) концентрацияланған

d) сараланған

e) бөлінбеген

3. Сараланған маркетингтік стратегияны қолдану компанияға көмектеседі

a) компания қаражатын үнемдеуді қамтамасыз ету


b) сату көлемін азайту

c) маркетингтік зерттеулер шығындарын азайту


d) бәсекелестіктің ауырлығын төмендету

e) нарықтың әртүрлі сегменттеріне ортақ қажеттіліктерді қанағаттандыру

4. Шоғырланған маркетинг стратегиясын қолдану компанияға мүмкіндік береді:

| | | |
|--|---|--|
| OÑTÝSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 22 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

- a) қызмет көрсетілетін сегментте неғұрлым күшті нарықтық позицияға ие болу
- b) күшті бәсекелестердің кеңеюінен аулақ болыңыз
- c) нарықтың әртүрлі сегменттеріне ортақ қажеттіліктерді қанағаттандыру
- d) маркетингтік зерттеулер шығындарын азайту
- e) әдеттегі маркетингке қарағанда жоғары тәуекел дәрежесін болдырмау
5. Өнімділікті арттыру стратегиясын іске асыру үшін нарық көшбасшысы жүзеге асыра алады.
- a) өнім ассортиментін жетілдіру
- b) тауарды пайдалану қарқындылығын арттыру
- c) бәсекелес компанияны сатып алу
- d) өндіріс шығындарын жүйелі түрде арттыру
- e) жаңа тұтынушыларды тарту
6. Өзінің маркетингтік стратегияларын жобалау кезінде ең алдымен тұтынушылық қажеттіліктерді дамытуды және мақсатты тұтынушыларға жоғары тұтынушылық құндылықты ұсынуды ескеретін Компания - бұл бағытталған компания
- a) нарық
- b) бәсекелестер
- c) технологиясы
- d) тауар
- e) тұтынушылар
7. Өз маркетингтік стратегияларын жасау кезінде клиенттерді де, бәсекелестерді де бақылайтын Компания - бұл бағытталған компания
- a) тұтынушылар
- b) нарық
- c) бәсекелестер
- d) тауар
- e) технология
8. Дербес компьютер провайдері компьютерлерді тек бизнесте қолдану үшін сатады. Ол осы компьютерлерді түпкілікті пайдаланушыларға (жеке тұтынушыларға) сатуды бастауға шешім қабылдайды. Бұл стратегияны қалай атауға болады?
- a) нарыққа ену
- b) әртараптандыру
- c) нарықты дамыту
- d) өнімді дамыту

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 23 беті |

е) концентрациясы

9. Фармацевтикалық кәсіпорын нарықтың екі сегментінде белсенді әрекет етуге шешім қабылдайды және нарықтың әр сегменті үшін әртүрлі өнімдер мен маркетингтік бағдарламаларды әзірлейді. Бұл шешім маркетингтің қандай түріне жатқызылуы мүмкін?

- a) біріктірілген
- b) концентрацияланған
- c) бөлінбеген
- d) сараланған
- e) ситуациялық

10. Тұрақты және бай нарықта жұмыс істейтінін білетін кәсіпкер үшін маркетингтік күш-жігерді сұранысқа бағыттау жақсы шешім болады.

- a) әлеуетті
- b) жалпы
- c) бастапқы
- d) интеграцияланған
- e) сайлау

11. Тұрақсыз нарықта әрекет ететінін білетін кәсіпкер үшін маркетингтік күш-жігерді сұранысқа бағыттау жақсы шешім болады.


- a) бастапқы
- b) әлеуетті
- c) жалпы
- d) сайлау
- e) интеграцияланған

12. Қанықпаған нарықта жұмыс істейтінін білетін кәсіпкер үшін маркетингтік күш-жігерді сұранысқа бағыттау жақсы шешім болады.


- a) әлеуетті
- b) сайлау
- c) жалпы
- d) селективті
- e) интеграцияланған

13. Бір ауданда 50 жастан асқан әйелдер тобы таңдалды. Осы топтағы барлық әйелдерге бір ай ішінде қандай дәріхана ұйымдарына барғанын жазуды сұрады. Бұл зерттеу маркетингтік зерттеудің қандай түріне жатады?

- a) бөлшек сауда аудиті
- b) жиіліктердің таралуын зерттеу
- c) сатушылар тақтасы
- d) тұтынушылар тақтасы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 24 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

- е) матрица Бостон консалтинг топтары
14. Нарықтық үлесі аз, жеткілікті капиталы бар және жақсы беделге ие фармацевтикалық компания өсіп келе жатқан нарықта. Бұл компания үшін қандай өсу стратегиясын қолданған дұрыс?
- нарықты дамыту
 - өнімді дамыту
 - шығындарды қысқарту
 - өсуді тұрақтандыру
 - нарықтық ену
15. Дәріхана сатып алған келушілердің бір бөлігін пайызбен бағалауы керек. Зерттеудің қандай әдісін қолданған дұрыс?
- сауалнама
 - эксперимент
 - сұхбат
 - сауалнама
 - бақылау
16. Макклелландтың мотивация теориясы бойынша адам қажеттіліктерінің ең бастысы-қажеттілік
- ақша
 - еркіндік
 - қауіпсіздік
 - сәттілік
 - Достық
17. Персонал жөніндегі Менеджер білікті кадрлардың ең көп санын таңдауға тырысып, жаңа дәріханаға мамандар қабылдауды жүзеге асырады. Бағыныштылардың шамадан тыс саны несімен қауіпті?
- ұжымның басқарылуын жоғалту
 - бюрократиялық аппараттың өсуі
 - қызмет көрсету күшін арттыру
 - клиенттерге қызмет көрсетудің уақтылығы
 - қызмет көрсету уақытын қысқарту
18. Фармацевтикалық өндірісте жаңа өндіріс желісін құру жоспарлануда. Басшылық олардың құқықтық мәртебесін айқындай отырып, жаңа құрылымдық бөлімшелерді құру бойынша іс-шаралар жүргізді.
- Бұл жағдайда менеджменттің қандай басқару әдістерін қолданған жөн?
- элеуметтік-экономикалық
 - Әкімшілік-шаруашылық
 - ұйымдастырушылық-өкімдік
 - элеуметтік-психологиялық

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 25 беті |

е) қаржылық-технологиялық

19. Фармацевтикалық ұйымда жас перспективалы қызметкер жұмыс істейді, ол ұйымның кірістілігін арттыру бойынша бірнеше рет сындарлы ұсыныстар жасады. Дегенмен, ол жиі жұмысқа кешігіп келеді.

Бұл жағдайда көшбасшы бағыныштыға қандай әсер етуі керек?

- a) мәжбүрлеу
- b) сендіру
- c) бақылау
- d) жаза
- e) көтермелеу

20. Фармацевтикалық компанияда сату менеджері лауазымына бос орын пайда болды. Үміткерлердің бірі түйіндемеде оның пікірінше, оған менеджер лауазымына орналасуға мүмкіндік беретін келесі деректерді көрсетті: жоғары жұмыс қабілеттілігі, орындаушылық, сату жөніндегі маман. Және бас тартты.

Ең алдымен менеджер кім болуы керек?

- A) осы саланың маманы
- b) әлеуметтану маманы
- c) басқарма маманы
- d) Психология маманы
- e) экономика жөніндегі маман

21. Фармацевтикалық компанияның бас директоры стратегиялық дамумен айналысып, Атқарушы директорға сату бөлімінің жұмысын үйлестіру өкілеттіктерін берді.


Бұл жағдайда қандай өкілеттіктер қолданылды?

- a) аппараттық
- b) штабтық
- c) көлденең
- d) үйлестіру
- e) сызықтық

22. Бөлім басшысы өзінің қарамағындағы қызметкерге тапсырманы тапсырды, ол жұмыспен қамтылуына байланысты бұл тапсырманы басқа қызметкерден орындауды сұрады.

Мұнда қандай басқару процесі болды?

- a) делегация
- b) үйлестіру
- c) бақылау
- d) қайта бөлу
- e) өзіндік менеджмент

| | | |
|--|---|--|
| OÑTÝSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 26 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

23. Фармацевтикалық компанияда 90 адам жұмыс істейді. Бас Директорға 12 адам есеп береді. Бас директордың орынбасарларының бірі коммерциялық директор науқастық демалыста, қаржы директоры демалысқа кетті. Оны бас бухгалтер ауыстырады. Бас Директорға бақылау жылдамдығы (басқару жылдамдығы) қандай?

- a) 90
- b) 12
- c) 78
- d) 100
- e) 10

24. Жаңа фармацевтикалық компания ашу жоспарлануда және оның жұмыс істеуі үшін оның қызметін және басқа ұйымдармен және азаматтармен қарым-қатынасын, мемлекеттік немесе экономикалық қызмет саласындағы құқықтар мен міндеттерді реттейтін ережелер жиынтығын әзірлеу қажет. Қандай құқықтық құжатты әзірлеу қажет?

- a) хат
- b) өкім
- c) жарғы
- d) хаттама
- e) акт

25. Дәріханаға 900 мың теңге сомасына дәрілік заттар мен медициналық мақсаттағы бұйымдарды қамтитын тауар келіп түсті. Алдымен фармацевт нені тексеруі керек?

- a) сәйкестік сертификатының болуы, оның қолданылу мерзімі
- b) дәрілік заттар бағасының сәйкестігі, олардың саны
- c) тиісті ораманың, таңбалаудың болуы
- d) дәрілік заттардың жекелеген дозаларының жалпы массасы, массасы
- e) тауарды қабылдау актісінің, брокердің болуы

26. Дәріхананың қызметін тексеру кезінде штаттық 7 қызметкердің біреуінің арнайы білімі туралы құжаттары жоқ екені белгілі болды. Дәріхана меңгерушісі бұл жағдайды қызметкердің дәрі-дәрмектерді биржадан тыс сатумен айналысатындығымен және оның жоғары экономикалық білімі туралы дипломымен түсіндірді. ҚР Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы кодексінің қандай бабы бұзылды?

- a) 64
- b) 44
- c) 10
- d) 66
- e) 97

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 27 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

27. Дәріхана қоймасына басқа қаладан келген жеткізушіден ілеспе құжаттарсыз тауар келіп түсті. Бұл жағдайда тауарды қабылдау үшін фармацевт не істеуі керек?

- тауарды жеткізушіге жіберу
- тауардың нақты бар екендігі туралы акт жасауға міндетті
- тауар-көлік жүккүжатын ресімдеу
- "қабылдау-тапсыру актісін" жасау
- "белгіленген алшақтық туралы Акт" жасау

28. Дәріханада басшының бұйрығымен кассаға кенеттен тексеру жүргізілді. Қолма-қол ақша қайта есептелді, бақылау-кассалық лентаның деректерімен салыстыру жүзеге асырылды. Тексеру нәтижелері бойынша комиссия қандай актіні ресімдеуі керек?

- қолма-қол ақша қаражатын түгендеу
- қолма-қол ақша қаражаты шығыстарының
- ақша қаражатын салыстыру
- қолма-қол ақша қаражатын тексеру
- фискалдық жадтың кассалық деректерге сәйкестігі

29. Дәріханаға бір ай бұрын фармацевт қорлар бөлімінің меңгерушісі қызметіне қабылданды. Фармацевт бір ай бойы толық жұмыс істеді. Фармацевтке жалақы есептеу кезінде қандай құжат негізгі болады?


- жұмысқа қабылдау туралы өтініш
- материалдық жауапкершілік туралы шарт
- жұмыс уақытын есепке алу табелі
- жеке сәйкестендіру нөмірі
- жұмысқа шығу кестесі

30. Дәріхана қоймасына тауар келіп түсті. Комиссия визуалды тексеру кезінде парацетамол таблеткалары сары түске ие және ішінара бұзылғанын анықтады. Дәріхана қоймасының талдаушысы парацетамол таблеткаларының сапасының нормативтік талаптарға сәйкес еместігін анықтады. Бұл жағдайда төменде көрсетілген құжаттардың қайсысын жасау керек?

- талап арыз
- есептен шығару актісі
- тауардың бүлінгені туралы акт
- салыстыру ведомосі
- шағым хат

31. Жоспарлы түгендеу жүргізу сәтінде дәріхана қоймасында құжатпен ресімделмеген мүлік болған. Бұл жағдайда бірінші кезекте қойма меңгерушісі не істеуі керек?

- мүлікті тауар басқарушыға қайтаруға

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 28 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

b) қабылдау-тапсыру актісін жасау

c) түгендеу тізімдемесін жасау

d) тауарға жүкқұжат жазып беруге

e) тауар тасымалдаушымен Шартты бұзуға;

32. Фармацевтикалық компаниямен емшек сүтін алмастырғыштарды, косметиканы, диеталық қоспаларды, ибупрофенді, бисептолды, парацетамолды жарнамалауға келісім жасалды. Бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама компаниясы басталғаннан кейін фирмаға Қазақстан Республикасының "Жарнама туралы" Заңын бұзғаны үшін айыппұл салынды. Қазақстандағы қолданыстағы заңнама аясында бұқаралық ақпарат құралдарында қандай тауар атауын жарнамалауға рұқсат етілмейді?

a) биологиялық белсенді қоспалар

b) емшек сүтін алмастырғыштар

c) косметикалық құралдар

d) парацетамол

e) ибупрофен

33. "Белгілі бір жұмысты орындай бастағанда, белгілі бір ықтималдығы бар адам жұмсалған күш-жігер қажетті нәтиже береді деп күтеді, оны белгілі бір дәрежеде көшбасшы байқап, соған сәйкес марапатталуы керек". Қандай мотивация теориясы жауап беруші осы ереже?

a) Портер Лоуллердің теориялары

b) Макклеланд теориялары

c) Адамс теориясы

d) өтірік теориялары

e) Маслоу теориялары

34. Материалдық жауапкершілік туралы шарт жасалғаннан кейін жас маман дәріхана киоскіне жұмысқа жіберілді. Жұмыс басталғаннан 10 күн өткен соң дүңгіршекте тауарлық-материалдық құндылықтарды түгендеу жүргізілді және жетіспеушілік анықталды. Фармацевтке жетіспеушіліктің барлық сомасын өтеу ұсынылды. Қандай бұзушылық жол берілген жағдайда.

a) түгендеу жүргізу мерзімін сақтамау


b) жұмысқа қабылдау туралы бұйрықтың болмауы

c) материалдық жауапкершілік туралы шарттың болмауы

d) жас маманның құқықтарын бұзу

e) адам құқықтарының бұзылуы

35. Фармацевт сол бастықтың басшылығымен 11 жылдан бері жұмыс істейді. Досының басшысының қалай бағалайтыны, мансаптық

| | |
|--|--|
| O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 29 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

болашағы бар ма деген сұрағына ол бастық бұл туралы ешқашан сөйлеспейтінін және онымен іс жүзінде сөйлеспейтінін айтты. Көшбасшы мен бағыныштылар арасында қандай байланыс жоқ?

- a) логикалық тізбек
- b) ауызша байланыс
- c) тікелей байланыс
- d) кері байланыс
- e) ресми қатынастар

36. Шағын дәріхана ұйымының еңбек ұжымында бейресми көшбасшы бар. Бұл менеджерге қарағанда ұзақ жұмыс тәжірибесі бар, басқа қызметкерлерді қалай тыңдауды біледі, көпшілігі кеңес алу үшін оған барады. Басшы жақын арада басқару құрылымында кейбір өзгерістер енгізуді жоспарлап отыр. Бейресми көшбасшы алдағы өзгерістерге қарсы болды. Дәріхананың тиімді жұмысына қол жеткізу үшін осы жағдайда менеджер не істеуі керек?


- a) бейресми көшбасшыны өз жағына тарту
- b) келіспейтін бейресми көшбасшыны жұмыстан шығару
- c) бейресми көшбасшының пікірін елемей
- d) бейресми көшбасшыны басқа бөлімге ауыстыру
- e) бейресми көшбасшыға жаза қолдану

37. Менеджердің қарамағында қызметкер жұмыс істейді, ол өз қызметінен біршама асып түсті. Алайда, бірқатар объективті себептерге байланысты бұл қызметкердің мансаптық өсуі мүмкін емес және оның табысы өте жоғары. Мұндай қызметкердің мотивациясының қандай түрі осы жағдайда қолайлы?

- a) сыйлықақы төлеу
- b) атақ беру
- c) жалақыны көтеру
- d) талаптарды азайту
- e) жүктемені арттыру

38. Дәріхана басшысы лицензия алу үшін қажетті құжаттарды лицензиялау органына ұсынды. Лицензия беруші орган лицензияны беру немесе беруден бас тарту туралы шешімді қандай мерзімде қабылдайды?

- a) жыл бойы
- b) 6 айдан кейін
- c) бір айдан кешіктірмей
- d) екі апта ішінде
- e) екі айдан кейін

| | | |
|--|--|---------------------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 85 беттің 30 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

39. Дәріханаға аннотацияда және қаптамасында тіркеу нөмірі көрсетілмеген дәрілік зат келіп түсті. Дәріхананың материалдық жауапты тұлғасы осы дәрілік затты қабылдаудан бас тартты. Фармацевт өз әрекеттерін негіздеу үшін төмендегі заңнамалық құжаттардың қайсысын пайдаланды?

- a) ҚР ДСӘДМ министрінің 14.09.2015 №713 бұйрығы
- b) 18-ден ҚР Кодексі .09. 2009 ж.
- c) ҚР ДСМ 13-тен №526 Бұйрығы. 09. 2011 ж.
- d) ҚР Үкіметінің 31-ден № 711 Қаулысы. 05. 2012 ж.
- e) ҚР ДСМ 18-ден № 737 Бұйрығы. 11. 2009 ж.

40. Белгілі бір лауазымды ауыстыру үшін жұмыс берушінің белгілі бір адамды таңдау процесіне байланысты процедураны анықтаңыз:...

- a) қабылдау
- b) орын ауыстыру
- c) жиынтық
- d) іріктеу
- e) жұмыстан босату

41. Жеке сипаттамалары мамандықтың талаптарына сәйкес келетін жоғары дайындық деңгейі мен жоғары жұмыс тиімділігі бар Құзыретті адам:....


- a) тәлімгер
- b) маман
- c) менеджер
- d) директор
- e) кәсіби

42. Жұмыс берушіден жұмыс алғысы келетін жеке тұлғаларды тартуға бағытталған қызмет түрін көрсетіңіз:....

- a) жылжыту
- b) іріктеу
- c) тестілеу
- d) елеу
- e) жиынтық

43. Менеджердің команданы басқаруға белсенді қатысуын азайтумен сипатталатын басқару стилі-бұл стиль ...

- a) кешенді
- b) либералды
- c) авторитарлық
- d) демократиялық
- e) диктаторлық

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 31 беті |

44. Фармацевт клиенттің нақты қажеттіліктерін жақсы түсінуге және оларға бейімделуге тырысатын қарым-қатынас түрін анықтаңыз:...

- a) сендіру
- b) эмпатия
- c) түсіну
- d) коммуникативтілік
- e) қол жетімділік

45. Адам басқа адамдардың рөлдік үміттерін ақтамайтын кезде пайда болатын қақтығыс түрін анықтаңыз:...

- a) ситуациялық
- b) әлеуметтік
- c) экономикалық
- d) саяси
- e) рөлдік

46. Белгілі бір уақыт ішінде белгілі бір тиімділік деңгейінде жұмысты орындау мүмкіндігін сипаттайтын қызметкердің сапасын көрсетіңіз:...

- a) іскерлік
- b) оқу қабілеті
- c) бастамашылық
- d) жұмыс қабілеттілігі
- e) мотивация

47. Ұйымдастырушылық мақсаттармен байланысты персоналды дамытудың сәттілік критерийлерін көрсетіңіз:...

- a) мотивация
- b) ден қою
- c) оқыту
- d) нәтиже
- e) мінез-құлық

48. Кәсіби шеберлік деңгейіне көтерілу, барлық жеке, терең қабілеттерін ашу — бұл ішкі маркетинг ...

- a) оқыту
- b) мансап
- c) біліктілік
- d) мамандықтар
- e) мамандықтар

49. Менеджерлер үшін басшылық лауазымдардың орташа деңгейін анықтаңыз:

- a) орынбасарлары
- b) менеджер

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 32 беті |

- c) топ жетекшілері
 d) бөлімше басшылары
 e) бас директор
50. Өндіріс процесінде қызметкерлердің өзара әрекеттесуінің күрделі жүйесі ... қызмет деп аталады.
 a) өндірістік
 b) экономикалық
 c) еңбек
 d) қаржылық
 e) ақпараттық
51. Жеке қажеттіліктерін ескере отырып, адамды ең жемісті әрекетке итермелейтін критерийді анықтаңыз:
 a) мазмұны жоқ демалыс
 b) әлеуметтік-еңбек қатынастары
 c) қызметкерлерді ынталандыру
 d) жылдық жұмысты жоспарлау
 e) еңбек нормасын арттыру
52. Еңбек және демалыс режимі, еңбек қарқындылығының деңгейі ...
 a) қызметкерлер санын жоспарлау
 b) еңбек жағдайлары
 c) қызметкерлерді ынталандыру
 d) әлеуметтік еңбек қатынастары
 e) персоналды нормалау
53. Өндіріс факторларын таңдаңыз:.... .
 a) ақша және табиғат
 b) Табиғат және қаржы
 c) адам және капитал
 d) Еңбек және жер
 e) табиғат және адам
54. Жұмысшылардың жұмыс және кәсіби біліктілік құрылымы арасында тиімді пропорциялардың болуымен сипатталатын жұмыс түрін таңдаңыз:....
 a) толық жұмыспен қамту
 b) толық емес жұмыспен қамту
 c) ұтымды жұмыспен қамту
 d) жаһандық жұмыспен қамту
 e) икемді жұмыспен қамту
55. Қызметкерлердің жеке, топтық және корпоративтік мотивтерінің өзара әрекеттесуіне және олардың кәсіпорынның пайдасына тікелей тәуелділігіне негізделген басқару әдісін анықтаңыз:....

| | |
|--|--|
| OÑTÚSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 33 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

- a) әкімшілік
- b) психологиялық
- c) ғылыми
- d) экономикалық
- e) социологиялық

56. Білікті қолдануға және еңбек қызметін нормативтік қамтамасыз етуге негізделген әдісті анықтаңыз:...

- a) экономикалық
- b) әлеуметтік-психологиялық
- c) демографиялық
- d) әкімшілік
- e) саяси

57. Белгілі бір мәселені шешу үшін басшының жазбаша немесе ауызша талаптарын анықтаңыз:...

- a) өтініш
- b) акт
- c) өтініш
- d) шарт
- e) бұйрық

58. Кәсіби біліктілікке және орындалатын функцияларға сәйкес белгілі бір дербестік дәрежесі берілетін көшбасшылық стилін таңдаңыз:....


- a) авторитарлық
- b) либералды
- c) демократиялық
- d) икемді
- e) гуманитарлық

59. Көшбасшылық стилін таңдаңыз, Егер менеджердің өз бастамасы болса, ол жауапкершілікті қабылдағысы келмейді: ...

- a) демократиялық
- b) либералды
- c) авторитарлық
- d) икемді
- e) гуманитарлық

60. Қызметкерлерді жоспарлау-бұл персоналды жоспарлау процесінің сатысы.

- a) қорытынды
- b) бастапқы
- c) үшінші
- d) соңғы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 34 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

е) шамалы

3 нұсқа

1. Қызметкерлерді іріктеудің белсенді әдісін таңдаңыз:....
 - A) жеке істі зерттеу
 - b) сипаттаманы алу
 - c) әңгімелесу
 - d) сауалнама
 - e) кандидат туралы анықтамаларды зерттеу
2. Персоналды жоспарлаудағы ең қиын мәселені анықтаңыз:....
 - a) кадрларды пайдалануды жоспарлау
 - b) персоналды оқытуды жоспарлау
 - c) кадрларға қажеттілік болжамы
 - d) персоналды қысқартуды немесе босатуды жоспарлау
 - e) кадрларды пайдалану болжамы
3. Жалақы бойынша түсіну:....
 - a) қызметкердің ай сайын алатын және оның жалпы іске қосқан үлесіне байланысты алатын табысы
 - b) қызметкер бір ай өткеннен кейін алатын сыйақы
 - c) сыйлықақылар мен бонустарды қамтитын сыйақы
 - d) қызметкердің акцияларға салымына бара-бар ақшалай сыйақы
 - e) кәсіпорын қызметкері алатын сыйақы
4. Фирманың жетістігін анықтаңыз:....
 - a) пайда-адамдар-өнімдер
 - b) адамдар-өнім-пайда
 - c) өнім-пайда-адамдар
 - d) адамдар-пайда-өнім
 - e) пайда - өнім-адамдар
5. Менеджменттің түпкі мақсатын анықтаңыз:....
 - a) фирманың техникалық-экономикалық базасын дамыту
 - b) фирманың табыстылығын қамтамасыз ету
 - c) өндірісті ұтымды ұйымдастыру
 - d) қызметкердің біліктілігін арттыру
 - e) қызметкердің шығармашылық белсенділігін арттыру
6. Өз еркімен жұмыстан шығу ықтималдығы жоғары...
 - a) жақында жұмысқа жалданған қызметкерлерде
 - b) ұйымда 8-10 жыл жұмыс істеген қызметкерлерде
 - c) ұйымда 15-20 жыл жұмыс істеген қызметкерлерде
 - d) ұйымда ұзақ уақыт жұмыс істейтін қызметкерлерде
 - e) ұйымдағы жұмыс өтіліне байланысты емес

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 35 беті |

7. Еңбекке ақы төлеудің негізгі нысандары болып табылады... .

- a) жалақы және пайда
- b) тарифтеу және индекстеу
- c) тіркелген және өзгермелі
- d) уақыт бойынша және кесімді
- e) жалақы және тарифтік

8. "Абсентизм" ұғымы белгілеу үшін қолданылады... .

- a) ұйымға адалдық
- b) жұмыстан бас тарту процесі
- c) басқа адамдардың игілігі үшін өмір
- d) кадрлардың тұрақтамауы
- e) кәсібиліктің тез өсуі

9. Бейімделудің бір кезеңін анықтаңыз:

- a) жалақы
- b) акклиматизация
- c) қарама-қайшылық
- d) заңдастыру
- e) ассимиляция

10. Кәсіби бейімделу деп түсініледі... .


- a) дағдыларды меңгеру, жұмысты орындауда жаңа тәсілдерді меңгеру
- b) ұжымдағы өзара қарым-қатынас қағидалары мен нормаларын меңгеру
- c) жаңа адамдарға үйрену
- d) тұтас ретінде қызметкердің организмі деңгейінде еңбек қызметіне бейімделу
- e) жақын әлеуметтік ортаға бейімделу

11. Кәсіби қызмет тәжірибесі жоқ жас қызметкерлердің бейімделуі жатады ... бейімделу.

- a) қайталама
- b) екінші дәрежелі
- c) факторлық
- d) регрессивті
- e) бастапқы

12. Еңбек процесі жоспарланған мақсаттарға қол жеткізуді қамтамасыз ететін еңбек түрін анықтаңыз:....

- a) ұйымдастырушылық
- b) физиологиялық
- c) қаржылық
- d) басқарушылық
- e) экономикалық

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 36 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

13. Көбінесе іс жүзінде белгілі бір уақытта белгілі бір жұмыс орнындағы жұмыс мазмұнын ұсыну түрінде ұсынылады... .

- a) еңбек шартының
- b) лауазымдық нұсқаулық
- c) интервьюер парағының
- d) қызметкердің сауалнамасы
- e) қызметкердің жеке ісі

14. Қызметкермен "сұрақ-жауап" режимінде әңгімелесуді көздейтін персоналды бағалау әдісін көрсетіңіз:.... .

- a) эксперимент
- b) сауалнама
- c) сұхбат
- d) саралау
- e) бақылау

15. Жанжалдарды басқарудың бір әдісін көрсетіңіз:.... .

- a) проблемадан аулақ болу
- b) ұжымға қарсы тұру
- c) жұмысқа қойылатын талаптарды түсіндіру
- d) инцидентті басу
- e) конфликтогендерді жандандыру

16. Қызметкерлердің ауысуы деп нені түсіну керек екенін көрсетіңіз:....


- a) өз қалауы бойынша жұмыстан босатылған
- b) штаттарды қысқарту бойынша жұмыстан босату
- c) әкімшіліктің бастамасы бойынша жұмыстан босатылған
- d) басқа лауазымға ауысуымен байланысты жұмыстан босату
- e) ұйымнан жұмыстан шығарудың барлық түрлері

17. "Executive search" (бас аулау) нені қамтитынын көрсетіңіз:.... .

- a) жоғары білікті мамандарды мақсатты іздеу
- b) басшы лауазымдарға қызметкерлерді іріктеу
- c) нақты қызметкерлерді басқа компанияларға енгізу
- d) бәсекелес ұйымдардағы өнеркәсіптік тыңшылық
- e) бәсекелес фирмалардың бағалы қызметкерлерін жою

18. Қызметкерлер арасындағы өзара іс-қимылды үйлестіру тұрғысынан жобалық ұйымдық құрылымның кемшіліктеріне мыналарды жатқызуға болады... .

- a) жедел мәселелерді келісуге жұмсалатын Елеулі уақыт шығындары
- b) дара басшылықтың болмауы
- c) бастама көтеру мүмкіндігінің болмауы
- d) құрылымның төмен икемділігі
- e) бюрократиялық қондырманың шамадан тыс ауқымдылығы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 37 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

19. Қызметкерлерді жұмыстан шығармай-ақ оның нақты қажеттіліктеріне сәйкес келтіруге бағытталған әрекеттерді анықтаңыз:

- a) қызметкерлердің бір бөлігін қысқартылған жұмыс күніне немесе жұмыс аптасына ауыстыру
- b) жұмысқа қабылдауды тоқтату
- c) риэлторлық компаниялармен қысқа мерзімді келісімшарттар жасасу
- d) персоналды басқа мамандықтарға қайта оқыту
- e) кәсіпорында жұмыс күшінің лизингін пайдалану

20. Лауазымға қабылданғандар санының осы лауазымға үміткерлердің жалпы санына қатынасы ретінде анықталған коэффициентті көрсетіңіз:....

- a) аққыштық
- b) рекрут
- c) іріктеу
- d) таңдау
- e) тұрақтылық

21. Бос лауазымға үміткерлерді таңдау әдісін таңдауға әсер ететін факторды анықтаңыз:.... .

- a) саланың экономикалық тұрақтылығы
- b) ұйымдағы персонал саны
- c) әлеуетті кандидаттардың дайындық деңгейі
- d) іріктеу және іріктеу әдістері кандидаттардың қалауы бойынша таңдалады
- e) ұйымдағы лауазым деңгейі және оның маңызы

22. Маманның әлеуетін түсіну... .


- a) мүмкіндіктер, білім, тәжірибе, ұмтылыстар мен қажеттіліктер жиынтығы
- b) жұмыс жылы ішіндегі адам денсаулығы
- c) қызметтің жаңа жағдайларына бейімделу қабілеті
- d) өндірістен қол үзбей біліктілікті арттыру қабілеті
- e) адамның жұмысты дәл уақытында орындау қабілеті

23. Менеджердің мінез-құлқының екі өлшемді моделіне сәйкес негізгі көшбасшылық стильдерінің ең тиімдісін анықтаңыз:... .

- a) "кедейліктен қорқу"
- b) "демалыс үйі – қала сыртындағы клуб"
- c) " команда " (топтық басқару)
- d) "билік-бағыну-міндет"
- e) "жолдың ортасында"

24. Басқа адамдарды түсіну және олармен тиімді қарым-қатынас жасау үшін қажет дағдыларды анықтаңыз:... .

- a) семантикалық
- b) коммуникативтік
- c) ауызша емес

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 38 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

d) ауызша

e) кәсіби

25. Қызметкерлерге олардың мінез-құлқы мен қызметін дербес ұйымдастыруға мүмкіндік беретін ақпаратты беруді көздейтін әдістерді анықтаңыз:

a) ынталандырудың әртүрлі әдістері

b) сендіру әдістері

c) әкімшілік мәжбүрлеу әдістері

d) ақпараттандыру әдістері

e) экономикалық әдістер

26. Корпоративтік мәдениет ... негізделген .

a) өндіріс ерекшеліктері

b) қоғамда қабылданған мінез-құлық нысандары

c) жоғары тұрған ұйым айқындайтын қағидалар;

d) еңбек қатынастарын нормалау

e) ұйым мүшелерінің сенімдері мен құндылықтары

27. Персоналды басқару әдістерімен көрсетіңіз:.... .

a) ұйымдастырушылық-өкімдік, экономикалық, әлеуметтік-психологиялық

b) ұйымдастырушылық-өкімдік, демократиялық, либералдық

c) әкімшілік-командалық, демократиялық, нормативтік

d) демографиялық, авторитарлық, әлеуметтік

e) мемлекеттік, жеке, муниципалдық

28. Өкілеттік беру ұғымының анықтамасын таңдаңыз:....

a) жауапкершілікті басқарудың төменгі деңгейіне беру

b) биліктің басымдықтарын белгілеу

c) басшы өкілеттігінің бір бөлігін бағыныштыға беру

d) басшының бағыныштыларының сенімі

e) басқару және шешім қабылдау философиясы

29. Жауапкершіліктің мәнін анықтаңыз:.... .

a) еңбек тәртібін бұзушыларға ықпал ету нысаны

b) жасалған қылмыс үшін заңда көзделген жаза

c) есептен шығаруға жататын ұйым ресурстарының бір бөлігі

d) жұмыскердің өзі келтірген залалды өтеу міндеті

e) қызметкердің лауазымдық нұсқаулықта бекітілген өкілеттіктері

30. Кадр саясатының мәнін анықтаңыз:....


a) компанияның көзқарастар, идеялар және қағидаттар жүйесі

b) персоналды басқару бойынша іс-шаралар кешені

c) компанияны басқару философиясы

d) персоналды бағалау критерийлерінің жүйесі

e) Еңбек ресурстарын жоспарлау

| | | |
|--|---|---|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 39 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

31. "Көшбасшылар" ұғымының мәнін анықтаңыз:....

- a) шешім қабылдайтын және олардың орындалуын бақылайтын менеджерлер
- b) компанияны басқару процесіне қызмет көрсететін қызметкерлер
- c) арнайы білімі бар компания қызметкерлері
- d) басқару шешімдерінің нұсқаларын әзірлеуге қатысушылар
- e) компанияның кешенді даму бағдарламаларының инвесторлары

32. "Кадрлар айналымы" терминінің мәнін көрсетіңіз:....

- a) жұмыстан шығарылғандардың орташа тізімдік санға қатынасы
- b) қайта даярлаудан өткен кадрлар саны
- c) қабылданған және жұмыстан босатылған қызметкерлердің саны
- d) персоналдың орташа тізімдік саны
- e) персоналды басқару бойынша іс-шаралар кешені

33. Персоналды басқару ... тұрады .

- a) жұмыс режимін белгілеу.
- b) ұжымдағы психологиялық ахуалды реттеу.
- c) лауазымдық нұсқаулықтарды әзірлеу.
- d) персоналдың біліктілігін арттыру.
- e) адамдарды жұмысты орындауға тарту арқылы жүзеге асырылады.

34. Оңтайлы басқару құрылымын қалыптастыруға байланысты басқару функциясын анықтаңыз:... .

- a) үйлестіру
- b) ұйым
- c) бақылау
- d) мотивация
- e) жоспарлау

35. Бір өлшемді басқару стилін көрсетіңіз:... .


- a) гуманистік
- b) әлеуметтік
- c) авторитарлық
- d) психологиялық
- e) заңды

36. Сыйақы әдетте бөлінеді ...

- a) ішкі және сыртқы
- b) психологиялық және әлеуметтік
- c) ағымдағы және күтілетін
- d) материалдық және моральдық
- e) бастапқы және қайталама

37. Мотивация процесінде негізгі тақырып ...

- a) қызметкер
- b) экономист

| | |
|--|--|
| O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 40 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

c) заңгер

d) есепші

e) басшы

38. Кандидаттарды іріктеуге мыналар жатады:....

a) Профильді анықтау

b) персоналды аттестаттау

c) консультация

d) кадрларды орналастыру

e) алдын ала бағалау

39. Қызметкер мен қызметкер белгілі бір мамандық бойынша жұмыс істеуге міндеттенетін ұйымның иесі арасындағы келісімді білдіретін құжатты анықтаңыз ...

a) жеке карточка

b) еңбек шарты

c) еңбек кітапшасы

d) жеке іс

e) есепке алу табелі

40. Персоналды басқарудың экономикалық әдістеріне ... жатады .

a) жеке жанжал

b) билік

c) өкімдер

d) жалақы

e) жарғы

41. Ымыраға келу ... деп түсініледі .

a) басшының әлсіздігі

b) жанжалдан аулақ болу тәсілі

c) манипуляция әдісі

d) мәселені шешуден бас тарту

e) жанжалдарды шешу тәсілі

42. Конфликтгендер деп түсінеді... .

a) қақтығысқа әкелуі мүмкін сөздер, әрекеттер

b) ымыраға келу жолдары

c) ұйымдағы қақтығыстың себептері

d) ұжымдағы жанжалды шешу жолдары


e) жанжалдағы адамның мінез-құлық реакциясы

43. Қызметкерлерге басқарушылық әсер ету билікке, тәртіпке және жазаларға негізделген әдістерді анықтаңыз:

a) жеке

b) әлеуметтік-психологиялық

c) экономикалық

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 41 беті |

d) әлеуметтік

e) ұйымдастыру-әкімшілік

44. Көшбасшының адамдардың мінез-құлқына белгілі бір жолмен әрекет ету арқылы әсер ететін сапасын анықтаңыз:...

a) адалдық

b) жауапкершілік

c) мейірімділік

d) Сұлулық

e) көшбасшылық

45. Адамның тұрақты сипаттамаларының үйлесімі ...

a) сыртқы орта

b) жеке тұлға

c) көшбасшылық

d) қоршаған орта психологиясы

e) ішкі орта

46. "Тұлға" ұғымын сипаттаңыз: ...

a) адамның тұрақты сипаттамаларының үйлесімі.

b) саналы, әлеуметтік мәні бар іс-қимылдар жиынтығы

c) өзара әрекеттесудің психологиялық аспектілері

d) қоғамдағы адамның мінез-құлқы

e) ұжым адамына қатынасы

47. Тік және көлденең өсудің ауысуын қамтитын мансап түрін анықтаңыз:

... .

a) тік

b) көлденең

c) жасырын

d) сатылы

e) ашық

48. Басқа функционалды салаға көшуді, құрылымдық иерархияның бірдей деңгейіндегі өкілеттіктерді кеңейтуді қамтитын мансап түрін анықтаңыз:....

a) тік

b) сатылы

c) жасырын

d) көлденең


e) іскерлік

49. Жас маман ұйымға келгеннен кейін алты айдан кейін жұмыстан босату туралы өтініш берген кезде, бұл дағдарысқа байланысты болуы мүмкін ...

a) Кәсіптік оқыту

b) кәсіби бейімделу

c) кәсіби өзін-өзі тану

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 42 беті |

d) кәсіби қалыптасу

e) кәсіби мансап

50. Ұсыну резервіне үміткерлерді іріктеудің негізгі критерийін таңдау:...

a) жұмыс өтілі

b) басқару қабілеті

c) еңбек нәтижелері

d) қызметкердің мақсаты

e) қызметкердің мансабы

51. Келесі айнымалыларды қамтитын мотивация теориясын таңдаңыз: күш, қабылдау, нәтижелер, сыйақы, қанағаттану дәрежесі:...

a) Портер-Лоулер моделі

b) Адамстың әділеттілік теориясы

c) күту теориясы

d) ERG Alderfer теориясы

e) А. Маслоу теориясы

52. "X" және "Y" мотивациялық теорияларын талдаған ғалымды анықтаңыз: ...

a) А. Маслоу

b) Ф. Герцберг

c) Ф. Тейлор

d) В.

e) Д. Макгрегор

53. Маслоу пирамидадағы қажеттіліктерді келесі ретпен орналастырды:...

a) физиологиялық, қауіпсіздік, әлеуметтік, Құрмет, өзін-өзі жетілдіру қажеттіліктері

b) қауіпсіздікке, физиологиялық, әлеуметтік, өзін-өзі жетілдіруге, құрметтеуге қажеттілік

c) әлеуметтік, қауіпсіздік, құрмет, өзін-өзі жетілдіру, физиологиялық қажеттіліктер

d) өзін-өзі жетілдіру, әлеуметтік, қауіпсіздік қажеттіліктері, физиологиялық, құрмет

e) әлеуметтік, қауіпсіздік қажеттіліктері, физиологиялық құрмет, өзін-өзі жетілдіру

54. Мотивация теориясын анықтаңыз, оған сәйкес адам жалқау, жұмыстан аулақ болуға тырысады және адамдарды жұмысқа мәжбүрлеу керек: ...


a) "Y" теориясы

b) "Z" теориясы

c) күту теориясы

d) әділеттілік теориясы

e) "X" теориясы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 43 беті |

55. "X" теориясына сәйкес көшбасшы міндетті:

- a) бағыныштыларды түсіну
- b) жұмысты ынталандыру
- c) бағыныштыларды құрметтеу
- d) бағыныштыларды мәжбүрлеу
- e) бағыныстылар үшін жұмысты орындау

56. Адам капиталын инвестициялау мыналарды қамтиды:....

- a) персоналдың біліктілігін арттыруға арналған шығыстар
- b) өндіріске қаражат салу
- c) жаңа технологияларға қаражат салу
- d) жаңа құрылыстар салуға арналған шығыстар
- e) кәсіпорынның ұйымдық құрылымын жетілдіруге арналған шығыстар

57. Жұмыс істеген уақыт үшін ақы төленетін төлем түрін анықтаңыз:....

- a) премиум
- b) уақыт бойынша
- c) кесімді
- d) сызықтық
- e) күнделікті

58. Басқару функциясының кезеңдерінің реттілігін анықтаңыз:....

- a) жоспарлау-ұйымдастыру-ынталандыру-бақылау
- b) мотивация-бақылау-жоспарлау
- c) ұйымдастыру-мотивация-жоспарлау-бақылау
- d) мотивация-жоспарлау-бақылау
- e) бақылау-мотивация-жоспарлау-ұйымдастыру

59. Мотивацияның, моральдық ынталандырудың, әлеуметтік жоспарлаудың қандай басқару әдістеріне жататынын анықтаңыз:....

- a) экономикалық
- b) әкімшілік
- c) ұйымдастыру
- d) әлеуметтік-психологиялық
- e) әкімшілік

60. Еңбек ұжымын басқарудың ұйымдастырушылық және әкімшілік әдістері не негізделгенін анықтаңыз:....

- a) тәртіп, жауапкершілік, билік
- b) бәсекелестік, жұмыспен қамтылу, өнімділік
- c) жалақы, кредит беру, Инвестициялар
- d) ғылыми, жүйелілік, бірлік
- e) еңбекке қабілеттілігі, қалауы, мүдделілігі;

| | |
|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | 85 беттің 44 беті |

1 аралық бақылауға жауаптар эталоны

1 нұсқа

- | | |
|------|-------|
| 1. d | 8. b |
| 2. b | 9. c |
| 3. c | 10. b |
| 4. e | 11. d |
| 5. e | 12. e |
| 6. a | 13. e |
| 7. a | 14. a |

| | | |
|--|--|-------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 45 беті |

- | | |
|------|------|
| 15.b | 38.d |
| 16.c | 39.a |
| 17.a | 40.e |
| 18.d | 41.b |
| 19.c | 42.c |
| 20.d | 43.d |
| 21.e | 44.e |
| 22.c | 45.a |
| 23.b | 46.e |
| 24.a | 47.c |
| 25.e | 48.b |
| 26.b | 49.e |
| 27.a | 50.d |
| 28.c | 51.a |
| 29.a | 52.a |
| 30.e | 53.b |
| 31.d | 54.c |
| 32.c | 55.d |
| 33.b | 56.a |
| 34.e | 57.e |
| 35.b | 58.e |
| 36.d | 59.a |
| 37.a | 60.b |

2 нұсқа


- | | |
|------|------|
| 1. b | 9. d |
| 2. c | 10.e |
| 3. d | 11.b |
| 4. a | 12.c |
| 5. a | 13.d |
| 6. e | 14.e |
| 7. b | 15.e |
| 8. c | 16.d |

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 46 беті |

- | | |
|------|------|
| 17.a | 39.a |
| 18.c | 40.d |
| 19.b | 41.e |
| 20.c | 42.e |
| 21.e | 43.b |
| 22.d | 44.c |
| 23.b | 45.e |
| 24.c | 46.d |
| 25.a | 47.d |
| 26.d | 48.b |
| 27.b | 49.d |
| 28.a | 50.c |
| 29.c | 51.c |
| 30.e | 52.b |
| 31.c | 53.e |
| 32.b | 54.c |
| 33.d | 55.d |
| 34.a | 56.d |
| 35.d | 57.e |
| 36.a | 58.c |
| 37.b | 59.b |
| 38.c | 60.b |

3 нұсқа

- | | |
|------|------|
| 1. c | 9. e |
| 2. c | 10.a |
| 3. a | 11.e |
| 4. b | 12.d |
| 5. b | 13.b |
| 6. a | 14.c |
| 7. d | 15.c |
| 8. d | 16.e |


| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 47 беті |

| | |
|------|------|
| 17.a | 39.b |
| 18.a | 40.d |
| 19.a | 41.e |
| 20.b | 42.a |
| 21.e | 43.e |
| 22.a | 44.e |
| 23.c | 45.b |
| 24.b | 46.a |
| 25.d | 47.d |
| 26.e | 48.d |
| 27.a | 49.b |
| 28.c | 50.c |
| 29.d | 51.c |
| 30.b | 52.e |
| 31.a | 53.a |
| 32.c | 54.e |
| 33.e | 55.d |
| 34.b | 56.a |
| 35.c | 57.b |
| 36.d | 58.a |
| 37.e | 59.d |
| 38.e | 60.a |


2 аралық бақылауға арналған тестер

1 нұсқа

1. Ұйымдағы жалақының орташа деңгейі қалай есептелетінін анықтаңыз:....
 - a) жалпы еңбекке ақы төлеу қорының персоналдың жалпы санына қатынасы
 - b) тауар айналымының жалпы көлеміне өнім санының қатынасы
 - c) пайданың өнімнің өзіндік құнына қатынасы
 - d) өндірілген өнім көлемінің қызметкерлер санына қатынасы
 - e) өзіндік құнның Тауарлық өнім құнына қатынасы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 48 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

2. Биліктің максималды орталықтандырылуымен сипатталатын көшбасшы түрін таңдаңыз:....
- либералды
 - авторитарлық
 - демократиялық
 - инновациялық
 - коммуникативті
3. Түрін таңдау басшысының, оның тән жоғары дәрежесі өкілеттіктерді орталықсыздандыру:
- бюрократиялық
 - авторитарлық
 - демократиялық
 - билік
 - деспотикалық
4. Басқа адамдарға әсер етудің ең тиімді әдістерінің бірін көрсетіңіз:....
- Нұсқаулық
 - дәстүрлерді сақтау
 - бақылау
 - сыйақы
 - қаттылық
5. Белгісіздік жағдайында жұмыс тиімділігін арттыру үшін резервтерді табу және пайдалану мүмкіндігі бар қызметкердің сапасын анықтаңыз:
- жауапкершілік
 - немқұрайлылық
 - төзімділік
 - шыдамдылық
 - кәсіпкерлік
6. "Ғылыми жұмысты ұйымдастыру" өрнегінің мағынасын анықтаңыз:....
- ең аз шығындармен жоғары еңбек тиімділігіне қол жеткізу
 - әрбір қызметкердің білімін барынша пайдалану
 - Еңбек ресурстарын тиімді пайдалану
 - кәсіби білімін үздіксіз арттыру
 - еңбек элементтері арасындағы өзара байланысты орнату
7. Персоналды басқарудың негізгі мақсатын анықтаңыз:....
- адамдарды жұмысқа тарту.
 - жұмыс режимін белгілеу.
 - ұжымдағы психологиялық ахуалды реттеу.
 - лауазымдық нұсқаулықтарды әзірлеу.
 - персоналдың біліктілігін арттыру.

| | | |
|--|--|---------------------------------|
| O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | 40/11-2024 85 беттің 49 беті |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

8. Кез-келген пайымдауды жасауға немесе ықтимал баламалардан нақты іс-қимыл бағытын таңдауға бағытталған көшбасшының функциясын анықтаңыз:

- a) басқару әдістемесі
- b) басқарушылық шешім
- c) жұмысты жоспарлау
- d) процесті ұйымдастыру
- e) процесс коммуникациясы

9. "Миға шабуыл" ұғымының мазмұнын анықтаңыз:.... .

- a) қандай да бір пайымдауды әзірлеу актісі
- b) басқарушылық шешімдерді іске асыру процесі
- c) топтық шешім қабылдау рәсімі
- d) жергілікті мүдделер әрекеті
- e) жоспарды әзірлеу процесі

10. "Іскерлік" ұғымын сипаттаңыз:....

- a) тұлғаның құзыреттілігі мен ұйымдастырушылық қабілеті, негізделген нұсқауларды әзірлеу қабілеті
- b) жеке жұмыстың тиімділігін арттыру үшін резервтерді табу және пайдалану білігі
- c) қандай да бір объектіге жергілікті мүдделерді пайдалану
- d) басқарушылық шешімдерді дайындау, қабылдау және іске асыру процесі
- e) қандай да бір пайымдауды әзірлеу актісі

11. Адамдар өз мақсаттарына жету үшін қарым-қатынас жасайтын және өзара әрекеттесетін құрылымды анықтаңыз:


- a) әкімшілік
- b) тарату арнасы
- c) сегмент
- d) ұйым
- e) франшиза

12. Өкілеттік берудің негізгі принциптерін анықтаңыз:....

- a) дара басшылық, сәйкестік, басқару нормасы
- b) жауапкершілік, кәсіпкерлік, үйлестіру
- c) мотивация, бастамашылық, тәуекел
- d) ұйымшылдық, міндеттілік, демократия
- e) құрмет, бедел, жетістік

13. Ұйымның мақсаттарын қою менеджердің қандай функциясына жататынын анықтаңыз:

- a) сараптамалық
- b) әкімшілік
- c) коммуникациялық

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 50 беті |

d) әлеуметтік

e) стратегиялық

14. Басқару нормасын жіктеуді жүзеге асырыңыз: ...

a) қысқа және ұзын

b) үлкен және кішкентай

c) ең жоғары және ең төмен

d) стратегиялық және жедел

e) кең және тар

15. Фармацевтикалық нарықты зерттеу қызметіне сәйкес келетін маркетингтік ақпараттық жүйенің компонентін анықтаңыз:

a) ішкі есептілік жүйесі

b) маркетингтік зерттеулер жүйесі

c) жедел маркетинг жүйесі

d) маркетингтік қызметті басқару жүйесі

e) кері байланыс жүйесі

16. Дәріхана ассортиментінің тауарларының бәсекеге қабілеттілік критерийлерін көрсетіңіз:....

a) тауардың қажеттілігін қанағаттандыруға және осы нарықта өткізу мүмкіндігіне кепілдік беретін қасиеттер;

b) тауарға қолжетімділік және төлем кезінде пайдаланылатын жеңілдіктер жүйесі;

c) өзіндік құнына қарамастан тауардың төмен бағасы

d) бағасы төмен және айрықша техникалық сипаттамалары бар тауардың үлкен саны;

e) жарнамалық компанияны бәсекелестерден басқа құралдармен және әдістермен жүргізу.

17. Дәріхана ассортиментінің өнімдерінің өмірлік циклі болып саналатын уақыт кезеңін сипаттаңыз:.... .

a) әзірленеді, нарыққа шығарылады, сатылады және пайда әкеледі,

жетілдіріледі, моральдық тұрғыдан ескіреді және нарықтан шығарылады


b) өндіруші мен көтерме сауда арасындағы келісілген бағалар бойынша сатылады

c) нарыққа белсенді жарнама арқылы шығарылады, сұранысқа ие және бәсекеге қабілетті болып табылады

d) сұранысқа ие, өндіруші үшін қолайлы бағамен сатылады, бәсекеге қабілетті және жоспарланған кіріс әкеледі

e) сұранысқа ие, жетілдіріледі, сатудан пайда әкеледі және тұтынушылардың Жаңа қажеттіліктерін қалыптастырады

18. Маркетинг кешеніне кіретін факторлардың жиынтығын көрсетіңіз:....

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 51 беті |

- a) тауар, баға, тауарды тарату, өткізуді ынталандыру және персоналмен жұмыс
- b) жарнама, насихат, жеке сату, сатуды ынталандыру;
- c) нысаналы нарықта тауарды позициялау және ілгерілету, бағаны қалыптастыру
- d) сату әдістері, өткізуді ынталандыру әдістері, баға белгілеу әдістері, тауар қозғалысының арналары
- e) қажетті тауарларды іздеу бойынша персоналдың жұмысы, тауарды жеткізуге, жеткізуге келісімшарттар жасасу
19. Классикалық менеджмент мектебінің негізін салушыны көрсетіңіз:....
- a) Ч. Бебидж
- b) Ф. Тейлор
- c) М. Вебер
- d) Я.Феминг
- e) Друкер П.
20. Сөздердің авторын анықтаңыз: "Менеджмент – бұл не істеу керектігін және оны ең арзан және ең жақсы жолмен қалай жасау керектігін білу өнері"?
- a) ч. Бебидж
- b) М. Вебер
- c) Ф. Тейлор
- d) мен.
- e) Друкер П.
21. 1 жылдан 5 жылға дейінгі кезеңге мақсаттарды анықтау жоспарлаудың қандай түрінде жүзеге асырылатындығын анықтаңыз:....
- a) перспективалы
- b) жедел
- c) ұзақ мерзімді
- d) орта мерзімді
- e) маусымдық
22. 5 жылдан астам мерзімге қызмет мақсаттарын анықтау жоспарлаудың қандай түрінде жүзеге асырылатынын анықтаңыз:....
- a) орта мерзімді
- b) жедел
- c) маусымдық
- d) тактикалық
- e) перспективалы
23. Жеткізуші мен тұтынушы арасындағы алмасу процесінің қажетті шарты қандай екенін анықтаңыз:
- a) тұтынушының қанағаттануы
- b) болмауы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 52 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

- c) жеткізу уақытын қысқарту
- d) байланыстарды жолға қою
- e) өзара пайда

24. Респонденттерден тікелей жиналған арнайы, панельдік деректер қандай деректерге жататынын анықтаңыз:

- a) қайталама
- b) бастапқы
- c) сыртқы
- d) терең
- e) қорытындыланған

25. Өнімнің мәні нені қамтитынын анықтаңыз:

- a) проблемаларды шешу және тұтынушының қажеттіліктерін қанағаттандыру мүмкіндігі
- b) тауардың физикалық сипаттамалары
- c) тұтынушы тауарды пайдаланудан алатын пайда
- d) тұтынушының тауарды пайдалану параметрлері
- e) өмір сүру кезеңінде салынған капиталға қайтарым көрсеткіші

26. Тауарлар/қызметтердің өмірлік циклінің графигінің тік осіне түсетін параметрлерді анықтаңыз:

- a) қайтарым көрсеткіші
- b) шығындар
- c) пайда
- d) шығындар
- e) тиімділік көрсеткіші


27. Игорь Ансофф дәл осындай матрицада анықтаған стратегия түрін көрсетіңіз:

- a) интеграция
- b) маркетинг
- c) әртараптандыру
- d) күту
- e) ынтымақтастық

28. Бостон кеңес беру тобының матрицасында өнімнің атауын анықтаңыз, ол оларды дамыту үшін ғана емес, сонымен қатар нарыққа кіретін/шығатын тауарларды қолдау үшін де қажет:

- a) жұлдыз
- b) қиын сұрақ
- c) ит
- d) қиын бала
- e) сауын сиыр

29. Тауарлардың/қызметтердің бағасын анықтау үшін ... ескеру қажет .

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 53 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

- a) шығындар, бәсекелестер бағасының деңгейі, тұтынушылардың күтулері
- b) өзіндік құн, рентабельділік, пайдаланылған капиталға қайтарым
- c) тұрақты шығындар, ауыспалы шығындар, ұйымның мақсаттары
- d) акционерлердің мүдделері, пайда, рентабельділік
- e) сыртқы орта, Ішкі орта, өзіндік құн

30. Кредіті кетіру стратегиясының артықшылықтарына не жататынын анықтаңыз:...

- a) жоғары баға жоғары пайдаға және әзірлеу мен іске асыру шығындарын тезірек жабуға ықпал етеді
- b) сату көлемінің ұлғаюы үлестік шығындардың азаюына ықпал ететін болады
- c) экономикалық дағдарыстар тауарға деген сұраныс деңгейіне аз әсер етеді
- d) енгізу кезеңінде тұтынушылар тауарды сатып алудан бас тартуы мүмкін
- e) тауарды нарыққа шығару сатысында сатудың төмен деңгейі пайданың төмен деңгейіне әкелуі мүмкін

31. Нарыққа ену стратегиясының кемшіліктерін анықтаңыз: ...


- a) тауарды нарыққа шығару кезеңіндегі сатудың төмен деңгейі, пайданың төмен деңгейі және бастапқы шығындарды өтеудің ұзақ кезеңі
- b) экономикалық дағдарыс кезінде енгізу кезеңінде тұтынушылар тауарды сатып ала алады
- c) енгізу кезеңінде жоғары сұраныс болған кезде тұтынушылардың адалдығын жоғалтуы мүмкін
- d) жоғары баға жоғары пайдаға және әзірлеу мен іске асыру шығындарын тезірек жабуға ықпал етеді
- e) экономикалық дағдарыстар тауарға деген сұраныс деңгейіне аз әсер етеді

32. "Мақсатты аудитория" термині ... түсініледі .

- a) соңғы тұтынушылар (пайдаланушылар)
- b) сатып алушылар мен пайдаланушылар
- c) өндірушілер, әзірлеушілер және фокус-топтар
- d) сатып алушылар, пайдаланушылар және әсер ету топтары
- e) органдар, кіріс ресурстары

33. Классикалық байланыс моделінің негізгі элементтеріне не жататынын анықтаңыз:....

- a) жіберуші, кодтау, хабарлама, байланыс құралы, декодтау, алушы, Кері байланыс, Шу.
- b) кіріс ресурстары, жіберуші, түрлендіру процесі, нәтиже, алушы.
- c) проблеманы анықтау, проблеманы талдау, қорытынды жасау, шешім қабылдау, шешімдерді орындаушыларға жеткізу
- d) мониторинг, мониторинг нәтижелері бойынша іс-қимылдар, Стратегиялық жоспарлау

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 54 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

е) тауарды түпкілікті тұтынушыларға жылжыту

34. Тауарларды итеру стратегиясы-бұл: ...

а) тауарды түпкілікті тұтынушыларға жылжыту

б) әртүрлі коммуникация құралдары арқылы тауарды жылжыту

с) мәселені анықтау, мәселені талдау, қорытынды

д) тарату арналары арқылы тауарды жылжыту

е) шешімдер қабылдау, шешімдерді орындаушыларға жеткізу

35. Портер моделіне сәйкес фирмаға тұрақты әсер ететін бәсекеге қабілетті күштерді анықтаңыз:...

а) сала ішіндегі бәсекелестер, жаңа бәсекелестердің енуі, тұтынушылардың күші, жеткізушілердің күші, алмастырушы тауарлар

б) клиенттердің нарықтық күші, қосалқы тауарлар, өндірушілер тарапынан қауіп

с) дилерлердің, дистрибьюторлардың, көтерме саудагерлердің нарықтық күші, нарыққа жаңа бәсекелестердің ену қаупі

д) маркетингтік күштері, промоутерлердің әрекеттері, жаңа тауар сатушылардың енуі

е) жаңа материалдар мен технологиялардың пайда болуы, басқарушы партиялардың ауысуы, бағалар серпіні (инфляция), салықтар

36. Өндірушілердің жағдайын нашарлататын делдалдар Не әсер етуі мүмкін екенін анықтаңыз:...

а) өз контактілеріне қол жеткізуді түзету

б) қоймалардағы Тауарлар үшін тәуекелдерді қайта бөлу

с) тауарды бақылау деңгейін, пайданы және ақпаратты өзгерту

д) ұзақ мерзімді перспективада нарықтағы өз позициясын сақтауға міндетті

е) нарыққа жаңа кәсіпорындардың кіруін қиындату

37. SMART қағидаттарына сәйкес мақсат қою талаптарын анықтаңыз:....

а) нақты, өлшенетін, қол жетімді, келісілген, уақыт бойынша анықталған

б) тұтынушылардың мақсаттарымен анық, анық келісілген, орындаушылардың мақсаттарына сәйкес келуі

с) бекітілген, барлық мүдделі тұлғалармен келісілген

д) қаржылық, материалдық және ресурстық негізделген, бәсекелес

е) тұрақты, өзгермейтін, таңдаулы, пайдалы, стратегиялық


38. SWOT талдауының мақсатын анықтаңыз:... үшін .

а) ұйымның күшті және әлсіз жақтарын, сыртқы ортаның қолайлы және қолайсыз факторларын анықтау

б) ұйымның күшті жақтарын, ұйымның ықтимал стратегияларын анықтау

с) бәсекелес ортадағы ұйымның жағдайын талдау

д) тауарды жылжытудың барлық жолында әртүрлі кіру кедергілерін белгілеу

| | | |
|--|---|---|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 55 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

е) жаңа тауарды жаңа нарықтарға жылжытудың ықтимал стратегияларын әзірлеу

39. SWOT талдауы қашан қолданылатынын көрсетіңіз:

- a) ұйымның сыртқы және ішкі ортасына талдау жүргізер алдында
- b) жаңа тауарды жылжыту кезеңдерін әзірлеу кезеңінде
- c) тауарды жылжыту жолындағы кіріс кедергілерін анықтағаннан кейін
- d) ақша қаражатының қозғалысы туралы есепті жасау алдында
- e) ұйымның сыртқы және ішкі ортасына талдау жүргізгеннен кейін

40. Маркетинг анықтамасында не маңызды екенін анықтаңыз:....

- a) тауарды өткізу
- b) өндіріс шығындарын азайту
- c) тауардың бағасын белгілеу
- d) сауда үстемесін анықтау
- e) тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру

41. Отбасы құрамы бойынша сегменттің қалыптасуы қандай сегменттеу критерийіне жататынын анықтаңыз:....

- a) географиялық
- b) мінез-құлық
- c) психографиялық
- d) демографиялық
- e) экономикалық

42. Нарықты зерттеу бағыттарының қайсысы нарықтың сыйымдылығын белгілейтінін анықтаңыз:... .


- a) тауарды зерттеу
- b) нарықты зерттеу
- c) сатып алушыларды зерттеу
- d) бәсекелестерді зерттеу
- e) қызметкерлерді зерттеу

43. Анықтамалық кітаптар мен статистикалық әдебиеттерді зерттеу нарықтық маркетингтік зерттеулердің қандай түріне жататынын анықтаңыз:....

- a) панельдік
- b) далалық
- c) кабинеттік
- d) ашық
- e) жабық

44. Сауалнамадағы сұрақтың қай түрі неғұрлым күрделі екенін көрсетіңіз, бірақ көбірек ақпарат алуға мүмкіндік береді:

- a) жабық
- b) далалық

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 56 беті |

с) панельді

d) ашық

е) кабинеттік

45. Маркетингтік қызметті жүзеге асырудың заманауи тәсілі мыналарға негізделген ...

a) тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру арқылы компанияның мақсаттарына қол жеткізу

b) компанияның мақсаттарына қол жеткізу арқылы өндірушінің қажеттіліктерін қанағаттандыру

c) өндірушінің қажеттіліктерін барынша қанағаттандыру

d) бәсекелестерге қарағанда көбірек пайда табу

е) өткізу нарығын кеңейту мүмкіндіктері

46. Маркетинг кешені әрқайсысы үшін жасалады ...

a) делдал

b) жалпы нарық

c) бәсекелес

d) өкіл

е) тауар

47. Маркетингтік стратегияларды әзірлеу кезінде сатып алушыларды да, бәсекелестерді де бақылайтын Компания - бұл бағытталған компания ...

a) тауар

b) тұтынушылар

c) бәсекелестер

d) нарық

е) технология

48. Сұраныс ұсыныстан асып кеткен кезде нарық түрін анықтаңыз: ...

a) өндірушінің нарығы

b) сатып алушының нарығы

c) сатушы нарығы

d) делдал нарығы

е) жеткізушінің нарығы

49. Фирма тауарларының біртектілігі үшін қолданылатын нарықты қамту стратегиясын анықтаңыз: ...


a) сараланған маркетинг

b) бөлінбеген маркетинг

c) жаппай маркетинг

d) шоғырланған маркетинг

е) интеграцияланған маркетинг

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 57 беті |

50. Нарық көшбасшыларын анықтауға және матрицаның төрт квадраты бойынша фирмалар арасындағы тепе-теңдік дәрежесін анықтауға болатын матрицаны анықтаңыз:

- a) SWOT-талдау матрицасы
- b) матрица Бостон консалтинг топтары
- c) жалпы бәсекелестік матрица
- d) М. Портер матрицасы
- e) Матрицаансофф

51. Егер компания нарықта көшбасшы басым болатын "сұрақ белгісі" өніміне қаражат салу арқылы нарықтық үлесті арттырудың агрессивті стратегиясын таңдаса және өнім "жұлдыз" өніміне ауысса, траектория туралы қорытынды жасаңыз.

- a) Траекторияноватор
- b) траектория делдалдығы
- c) Избасардың траекториясы
- d) траектория тексерушінің
- e) сәтсіздік траекториясы

52. Қорытынды жасаңыз: егер нарық динамикасының көрсеткіші (T_m) > 1,4 болса, онда нарық ...


- a) тоқырау
- b) баланс
- c) құлдырау
- d) жедел өсу
- e) шамалы өсу

53. Фармацевтикалық нарық тұтынушылық тауарлармен қатар, өндірістік тауарлармен де ұсынылған. Өндірістік тауарлар нарығының ерекшеліктері туралы қорытынды жасаңыз.

- a) сатып алушылардың саны аз болса да, сатып алу мөлшері әлдеқайда жоғары
- b) көптеген сатып алушылар үшін тауарлардың кең таңдауы
- c) сатушы мен сатып алушы арасында аз қатаң қатынастар қалыптасады
- d) көбінесе өнімдер тұтынушылардың қажеттіліктерін ескермейді
- e) өндірістік мақсаттағы тауарларға сұраныстың икемділігі орын алады

54. Маркетолог тікелей сауалнама әдісін қолдана отырып, фармацевтикалық нарықты зерттеуді жоспарлайды. Бұл жағдайда маркетолог не істеуі керек?

- a) тауарларды тұтыну кестелері
- b) зертханалық деректер
- c) М. Портер матрицасы
- d) баға стратегиясы

| | | |
|--|--|--|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | 85 беттің 58 беті | |

е) сауалнама немесе сұрақтар тізбесі

55. Мақсатты (арнайы) зерттеулер ...

- a) стратегиялық міндеттерді әзірлеу
- b) тұтыну нарығының индексін есептеу
- c) компания персоналының уәждерін анықтау
- d) сапалы зерттеулер жүргізу
- e) жеке тапсырыс беруші үшін тапсырысты орындау

56. Өткен уақытта анықталған көрсеткіштердің қарқыны, пропорциялары мен динамикасы болашақ кезеңдерге берілетін процесті таңдаңыз:

- a) кластер-талдау
- b) желіні жоспарлау
- c) мониторинг
- d) экстраполяция
- e) орналастыру

57. Өнімді жылжыту саясатында фармацевтикалық компания брендинг технологиясын қолданады, оның ерекшелігі-құру ...

- a) тауарларға арналған жарнамалық стратегия
- b) тауарлар тобы
- c) тауарға ұзақ мерзімді артықшылық беру
- d) тауарларды тұтыну кестелері
- e) сауда маркасы

58. Маркетолог зерттеу жоспарына сәйкес жеке сұхбат жүргізді. Бұл операция зерттеудің қай кезеңіне жатады?


- a) жоспардың орындалуын бақылау
- b) іріктемені жобалау
- c) деректерді жинау әдісі
- d) есеп нысаны
- e) зерттеу жобасын жоспарлау және тапсырыс беру

59. Зерттеу барысында объектілердің жалпы жиынтығы анықталды. Бұл көрсеткіш қандай зерттеулерде қолданылады?

- a) зертханалық
- b) сандық
- c) сапалы
- d) стратегиялық
- e) жедел

60. Маркетолог сауалнамаға ашық сұрақтарды енгізді. Қорытынды жасаңыз: сауалнамада қандай сұрақтар ұсынылған?


- a) жауаптардың балама нұсқаларын пайдаланатын сұрақтар
- b) әлеуметтік бағыттағы мәселелер
- c) жауап бермейтін сұрақтар (риторикалық)

| | | |
|--|---|---|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 59 беті |


- d) зерттеуге кірмейтін мәселелер
- e) берілген құрылымсыз сұрақтар

2 нұсқа

1. Маркетингтік зерттеулерде іріктеу қолданылады, сенімділік, бұл
 - a) нарықты зерттеу кезіндегі іріктеменің өкілдік дәрежесі
 - b) зерттеу топтарын ойластырылған іріктеу
 - c) бөгде зерттеулердің әсерін барынша азайту
 - d) кешенді зерттеулерді пайдалану
 - e) оқиғалар туралы күнделікті ақпарат алу
2. Кешенді зерттеулерді маркетингтік ... үшін пайдаланады .
 - a) тауарды нарыққа жылжыту
 - b) нарықтағы жағдайды жан-жақты талдау
 - c) сандық зерттеулер жүргізу
 - d) сапалы зерттеулер жүргізу
 - e) фокус-топ өткізу
3. Дельфи әдісі болжау әдісі ретінде қолданылады...
 - a) далалық зерттеулер жүргізу қажет
 - b) бағалау алу үшін әртүрлі үрдістерді талдау пайдаланылады
 - c) сарапшылардың пікірлерін пайдалану қажет
 - d) бағалау қиын
 - e) бағалау дұрыс емес
4. Маркетингтік зерттеулерде мәліметтер алу үшін әртүрлі әдістер мен құралдар қолданылады. Сауалнама қандай жағдайларда қолданылатынын таңдаңыз.
 - a) басқару
 - b) сұхбат
 - c) эксперимент
 - d) сауалнама
 - e) бақылау
5. Өз зерттеулерінде маркетингтік демографиялық сипаттамаларды талдайды, оған ... кіреді .
 - a) өнімнің өмірлік циклі
 - b) Жаңа тауарлар мен көрсетілетін қызметтерді әзірлеу
 - c) науқандардың жаңа идеяларын әзірлеу
 - d) жаңа маркетингтік стратегияны әзірлеу
 - e) нарықтардың статистикалық сипаттамасы
6. Көптеген нарықтық маркетингтік зерттеулер ...
 - a) анықтамалық
 - b) әкімшілік

| | | |
|--|--|---------------------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | 40/11-2024 85 беттің 60 беті |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

- с) әкімшілік
 d) ақпараттық
 е) түрлендірілген
7. Тауарды таратуға жұмсалатын шығыстардың жалпы сомасында ең жоғары үлеске жұмсалатын шығындар ...
- a) тапсырыстарды өңдеу
 b) құжаттаманы ресімдеу
 c) тасымалдау
 d) таңбалау
 е) тауарды орналастыру
8. Жеткізуші тауардың бағасын оның құндылығына қарай белгіледі. Бұл жағдайда бағаны анықтауда қандай принцип қолданылады?
- a) сатып алушының тауар құндылығын субъективті бағалауы
 b) сұраныс пен ұсыныстың жай-күйі
 c) өндіріс бойынша айналым шығындарын анықтау
 d) тауарды тұтынушымен бағаны келісу
 е) тауарға ең төменгі бағаны белгілеу
9. Зерттеуші респонденттерге зерттеудің нақты мақсатын көрсетпей сауалнама жүргізді. Маркетолог қандай сауалнама жүргізді?
- a) ашық
 b) жоспарлы
 c) жоспардан тыс
 d) жасырын
 е) кабинеттік
10. Фармацевтикалық компанияның маркетологы зерттеудің нақты мақсатын көрсете отырып, респонденттерге сауалнама жүргізді. Маркетолог қандай сауалнама жүргізді?
- a) жасырын
 b) жоспарлы
 c) жоспардан тыс
 d) кабинеттік
 е) ашық
11. Қазіргі нарықтық экономикада бағаны кемсітудің басым түрі болып табылады ...
- a) нарықтың барлық сегменттері үшін бірдей бағалар
 b) нарықтың барлық сегменттері үшін төмен бағалар
 c) нарықтың жекелеген сегменттері үшін әртүрлі бағалар
 d) нарықтың барлық сегменттері үшін жоғары бағалар
 е) нарықтың барлық сегменттері үшін маусымдық бағалар

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 61 беті |

12. Тауар қозғалысын ұйымдастыруда делдал қоймасын пайдалану жағдайы ... болған кезде ұсынылады .

- a) тауар тұтынушыға қажет
- b) тауар нарыққа алғаш рет шығып отыр
- c) тауарға жоғары баға белгіленген
- d) тауарға төмен баға белгіленген
- e) жоғары бәсекелестік бар

13. Тауар қозғалысын ұйымдастыруда өз қоймаңызды пайдалану жағдайы ... болған кезде ұсынылады .

- a) жеткізілімдерді тікелей бақылау қажет
- b) тауар тұтынушыға қажет
- c) тауарға жоғары баға белгіленген
- d) тауарға төмен баға белгіленген
- e) жоғары бәсекелестік бар

14. Зерттеуші жүйелі түрде респонденттердің жиынтығын іріктеп зерттеу (сұрау) жүргізді. Бұл жағдайда ол сауалнаманың қандай түрін қолданды?

- a) Маркетинг
- b) Паблик рилейшнз
- c) түрлендіру
- d) Панель
- e) жабық

15. Прогрессивті өзгерістер енгізілетін процесті анықтаңыз-өндірісті, технологияны түрлендіру, өнімнің жетілдірілген нұсқасын жасау:....


- a) сыртқа тарату
- b) құрылымдау
- c) сегменттеу
- d) саралау
- e) түрлендіру

16. Белгілі бір тұжырыммен келісу (келіспеу) дәрежесін көрсететін Сұрақ түрін анықтаңыз:.... .

- a) ашық
- b) байланыс
- c) арандату
- d) сұрақ-мәзір
- e) Ликерт шкаласымен

17. Өндірістен алынып, нарықтан шығарылған жөн тауарлардың тауарлық номенклатурасында бөлінетін әрекетті анықтаңыз:....

- a) контаминация
- b) түрлендіру
- c) сегментация

| | | |
|--|---|--|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 62 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

d) жою

e) оңтайландыру

18. Фармацевтикалық компания өз өнімдерін нарықтың бірнеше сегменттерінде ұсынды, олардың әрқайсысы үшін жеке ұсыныстар жасады. Компания маркетингтің қандай түрін қолданды?

a) бөлінбеген

b) жаппай

c) халықаралық

d) сараланған

e) жанама

19. Зерттеуші 8-12 адамнан тұратын топта тақырып немесе мәселе бойынша сұхбат жүргізеді. Зерттеуші қандай әдісті қолданды?

a) модельдеу

b) сауалнама

c) Фокус-топ

d) сауалнама

e) шағын топтар

20. Нұсқаудың айқындаушы бөлігі сөйлеммен сүйемелденеді"…».

a) менің ойымша

b) құрметіне

c) мақсатында

d) мүмкіндігінше

e) сізден сұраймын

21. Нұсқаудың өкімдік бөлігі " деген сөздермен басталады…».

a) Мен кеңес беремін

b) міндетті

c) келеді

d) рұқсат етемін

e) ойлаймын

22. Дәріхана мекемелері қызметкерлерінің саны болады

a) қажетті және көмекші

b) нормативтік және тізімдік

c) статистикалық және талдамалық

d) штаттық және штаттан тыс

e) ішкі және сыртқы


23. Персоналдың статистикалық құрылымының элементтері болып табылады

... .

a) меңгеруші және бағыныштылар

b) кәсібі мен лауазымы

c) ұлты және діні

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 63 беті |

d) Әлеуметтік және материалдық жағдайы

e) орта және жоғары білім

24. Жеке тұлғаның профилі және оның мінез-құлқы, қоршаған ортаға жарамдылығы, жеке мақсаттары жатады

a) медициналық тексеру

b) білім беру мәртебесі

c) психологиялық талдау

d) кәсіби бейімделу

e) тұтынушының портреті

25. Кандидаттарды іріктеуге жатады

a) персоналды аттестаттау

b) үміткерлердің консультациясы

c) кадрларды орналастыру

d) Профильді анықтау

e) қызметкерлерді қайта даярлау

26. Сатуды сақтау және ұлғайту үшін төрт балама стратегияны қолдану қарастырылған

a) өнім /нарық бойынша мүмкіндіктер матрицасы/

b) нарықтық үлестің өсу матрицасы

c) бағытталған саясат матрицасы

d) Портердің стратегиялық моделі

e) семантикалық дифференциал

27. Бостон консультативтік тобы ұсынған Матрица

a) бағытталған саясат матрицасы

b) Портердің стратегиялық моделі

c) негізгі мақсаттар матрицасы

d) семантикалық дифференциал

e) нарықтық үлестің өсу матрицасы

28. Белгілі бір нарықта шоғырлануы бар өнімнің белгілі бір ассортимент тобына жауап беретін кәсіпорынның тәуелсіз бөлімі деп аталады... .

a) стратегиялық шаруашылық бірлігі

b) стратегиялық саяси құрылым

c) экспедиция бөлімі


d) маркетинг және өткізу бөлімі

e) әкімшілік-шаруашылық бөлімшесімен

29. Дамушы салада жетекші орын алатын, айтарлықтай пайда әкелетін, бірақ қаржыландыру үшін айтарлықтай ресурстарды қажет ететін стратегиялық экономикалық бөлім деп аталады"...».

a) сауын сиыр

b) қиын балалар

| | | |
|--|---|--|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 64 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

- c) ит
- d) жұлдыз
- e) күн

30. Салыстырмалы түрде жетілген аймақтың жетекші орнын алатын, қажет болғаннан көп пайда беретін стратегиялық экономикалық бөлім деп аталады "...».

- a) ит
- b) сауын сиыр
- c) жұлдыз
- d) қиын балалар
- e) күн

31. Дамушы салада нарықтық үлесі төмен, оны ұстап тұру үшін айтарлықтай қаражат қажет стратегиялық экономикалық бөлім деп аталады "...».

- a) жұлдыз
- b) сауын сиыр
- c) қиын балалар
- d) ит
- e) күн

32. Өнімі құлдырау кезеңінде жетілген немесе тарылып жатқан салада шектеулі өткізу көлемі бар стратегиялық шаруашылық бірлігі " деп аталады "...».

- a) сауын сиыр
- b) жұлдыз
- c) ит
- d) күн
- e) қиын балалар

33. Кәсіпорындағы ішкі ортаны талдау деп аталады

- a) Стратегиялық талдау
- b) ситуациялық талдау
- c) маркетинг жоспары
- d) қаржылық талдау
- e) қызмет аудитімен

34. Маркетингтің стратегиялық жоспары мыналарды қамтиды

- a) өткізудің шектеулі көлемі
- b) балама әрекеттер
- c) ассортиментті талдау
- d) фирманың еңбек ресурстары
- e) тауар ассортименті

| | | |
|--|---|--|
| O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 65 беті |

35. Алмасу процесінде өндірушілер мен тұтынушылардың экономикалық мүдделерін үйлестіру және іске асыру жүзеге асырылатын экономикалық механизм деп аталады

- a) мұқтаждық
- b) қажеттілік
- c) нарық
- d) кәсіпорын
- e) жарнама

36. Өнімге сұраныс деңгейінің көрсеткіші - бұл

- a) сұраныс
- b) қажеттілік
- c) нарық сыйымдылығы
- d) қажеттілік
- e) нарық сегменті

37. Адамның мәдени деңгейі мен жеке басына сәйкес белгілі бір форманы қабылдаған қажеттілік

- a) сұраныс
- b) сыйымдылығы
- c) сегментпен
- d) қажеттілік
- e) қормен

38. Адамның бір нәрсенің жетіспеушілік сезімі-бұл... .


- a) қажеттілік
- b) сұраныс
- c) сыйымдылығы
- d) қажеттілік
- e) сегмент

39. Тауарда әлеуметтік қажетті еңбек өндірушісі бар...

- a) сұраныс
- b) сыйымдылығы
- c) қажеттілік
- d) қажеттілік
- e) құны

40. Тауарлар мен қызметтерге төлем қабілетті қажеттілік болып табылады

- a) құны
- b) сыйымдылығы
- c) қажеттілік
- d) мұқтаждық
- e) сұраныс

| | |
|--|---|
| O'NTUSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 66 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

41. Жеке тұтыну үшін тауар сатып алатын жеке тұлғалар мыналарды құрайды ... нарығы.

- a) делдалдық
- b) тұтынушы
- c) халықаралық
- d) өндірістік
- e) ішкі

42. Тауарлар мен қызметтерден тұратын нарық, осы Мемлекеттен тыс жерде орналасқан сатып алушылар болып табылады

- a) өндірістік
- b) делдалдық
- c) халықаралық
- d) тұтынушы
- e) мемлекеттік

43. Басқа ұйымдарға одан әрі сату үшін тауарлар мен қызметтерді сатып алатын кәсіпорындардан, ұйымдардан және жеке тұлғалардан тұратын нарық жатады ... нарыққа.

- a) тұтынушы
- b) мемлекеттік
- c) делдалдық
- d) өндірістік
- e) халықаралық

44. Қолданыстағы сұраныс бар ұсыныстан асып кетсе, онда нарық пайда болады ...


- a) Сатып алушы
- b) агент
- c) делдал
- d) сатушының
- e) диллер

45. Қауіпсіздік-бұл саладағы маркетинг бағдарламасын жасау кезінде ескерілетін сипаттама

- a) материалдық өндіріс
- b) жеке тұлғалардың бірлестіктері
- c) тұтыну
- d) қызметтер
- e) бизнес

46. Қызмет көрсету саласындағы сұраныс пен ұсыныстың ең жақсы өзара байланысы үшін қолданылады

- a) конверсиялық маркетинг
- b) ремаркетинг

| | |
|--|--|
| O'NTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 67 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | |

- c) демаркетинг
- d) желілік маркетинг
- e) синхромаркетинг

47. Сұраныстың төмендеуіне бағытталған маркетингтік Стратегия деп аталады:

- a) синхромаркетинг
- b) конверсиялық маркетинг
- c) демаркетинг
- d) желілік маркетинг
- e) ремаркетинг

48. Жаңа өнімді сатудың ықтимал көлемін анықтау үшін бір немесе бірнеше географиялық аудандарда жүргізілген далалық эксперименттер деп аталады

... .

- a) желілік маркетинг
- b) ремаркетингпен
- c) сынақ маркетингі
- d) синхромаркетингпен
- e) демаркетингпен

49. Тұтынушыдан жауап алу немесе мәміле жасау үшін бірнеше түрлі байланыс құралдарын қолданатын интерактивті жүйе "деп аталады...».


- a) тікелей маркетинг
- b) сынақ маркетингі
- c) желілік маркетинг
- d) ремаркетинг
- e) синхромаркетинг

50. Компанияның мүмкіндіктерін шоғырланған пайдалану, ұзақ уақытқа есептелген қызмет жағдайларын жасау " деп аталады...».

- a) тікелей маркетинг
- b) Стратегиялық маркетинг
- c) сынақ маркетингі
- d) ремаркетинг
- e) желілік маркетинг

51. Әр түрлі елдердің нарықтарын сипаттайтын параметрлердің ұқсастығы негізінде жасалған Халықаралық маркетинг тұжырымдамасы " деп аталады..."маркетинг.

- a) стратегиялық
- b) жаһандық
- c) тікелей
- d) сынақ
- e) желілік

| | | |
|--|--|---------------------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | 40/11-2024 85 беттің 68 беті |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

52. Қызметтер сапасының белгіленген деңгейіне кепілдік беретін клиенттерге қызмет көрсетудің міндетті ережелерінің жиынтығы деп аталады

- a) техникалық сапамен
- b) қызметтің сапасымен
- c) фирманың имиджі
- d) қызмет көрсету стандарты
- e) қызметтер кешенімен

53. Тікелей маркетинг – бұл

- a) тауарды сауда делдалдарынсыз сату
- b) компьютерлік деректер базасында клиенттерді зерттеу
- c) фирма не өндіретінін қажеттіліктерді ескерусіз сату
- d) фирманың мүмкіндіктерін шоғырланған пайдалану
- e) фирманың шетелдік нарыққа шығу тәсілі

54. Компанияға, оның қызметкерлеріне бағытталған Процесс жатады

- a) жаһандық маркетинг
- b) Стратегиялық маркетинг
- c) тікелей маркетинг
- d) сынақ маркетингі
- e) ішкі маркетинг

55. Маркетингтік зерттеулер жүргізу кезінде жалпы тұтынушылардың бүкіл тобын бейнелейтін респонденттердің бір бөлігі болып табылады


- a) сыйымдылығы
- b) кешенімен
- c) арна
- d) аудиториямен
- e) іріктеу арқылы

56. Өз атынан және өз есебінен әрекет ететін тауарларды сатып алу – сату мәмілелеріндегі делдал болып табылады

- a) агент
- b) сатушы
- c) брокер
- d) дилер
- e) респондент

57. Өнімді бөлшек сауда орындарына және өндірушілерге көтерме сатып алу негізінде кәсіпорындарға сататын тәуелсіз делдалдық компания деп аталады

- a) агент
- b) сатушы
- c) дистрибьютор
- d) брокер

| | | |
|--|--|---------------------------------|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» | 40/11-2024 85 беттің 69 беті |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

е) респондент

58. Компанияның тауарларын сату көлемінің осы нарықта жұмыс істейтін барлық фирмалардың ұқсас тауарларын сатудың жалпы көлеміне қатынасы деп аталады

- a) нарық сегменті
- b) нарық үлесі
- c) маркетинг кешенімен
- d) өткізу арнасы
- e) өмірлік цикл

59. Белгілі бір уақыт аралығында физикалық бірліктерде немесе құндық мәнде осы нарықта сатылатын тауарлардың көлемі деп аталады

- a) сұраныс
- b) нарық сыйымдылығы
- c) мұқтаждық
- d) ұсыныс
- e) қажеттілік

60. Төрт кезеңнен тұратын тауарларды сатуды дамыту процесі – нарыққа енгізу, сатылымның өсуі, жетілу, сатылымның төмендеуі деп аталады

- a) өткізу арнасы
- b) коммуникациялық саясат
- c) тауардың өмірлік циклі
- d) маркетинг кешені
- e) тарату арнасы

3 нұсқа

1. Компанияның беделі, оның өнімдері мен қызметтері туралы Имидж, бедел, көпшіліктің, тұтынушылардың пікірі "деп аталады...».

- a) сауда белгісі
- b) имидж
- c) бәсекелестік артықшылық
- d) байланыс аудиториясы
- e) логотип


2. Жаңа тауарларды әзірлеуге және өндіруге, жаңа технологияларды дамытуға бағытталған Стратегия жатады ... стратегиялар.

- a) жаһандық
- b) халықаралық
- c) инновациялық
- d) бағалық емес
- e) өткізу

3. Нарық туралы қайталама ақпаратты талдау жатады

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 70 беті |

- a) сауалнама
 b) сегменттеу
 c) сұхбаттасу
 d) кабинеттік зерттеулер
 e) халыққа сауалнама жүргізу
4. Белгілі бір жолмен өңделген және ресми және басқа баспа көздерінде қамтылған деректер жатады ... ақпарат.
- A) бастапқы
 b) статистикалық
 c) жинақтаушы
 d) бәсекелестік
 e) қайталама
5. Өнімді немесе қызметті пайдалануға қол жетімді ететін өзара тәуелді ұйымдардың жиынтығы деп аталады
- a) нарық сегменті
 b) тауар циклі
 c) трансұлттық компания
 d) тауар экспортымен
 e) өткізу арнасы
6. Өнім сипаттамаларының стандарттың міндетті талаптарына сәйкестігі деп аталады
- a) сауда маркасымен
 b) тауар лицензиясымен
 c) өнім сапасы
 d) маркетинг кешені
 e) өнім имиджімен
7. Өнімді нарыққа жылжыту жүйесі жатады
- a) коммуникациялық саясат
 b) маркетинг кешені
 c) фирманың имиджі
 d) тауардың өмірлік циклі
 e) инновациялық стратегия
8. Компанияның маркетингтік қызметінің басқарылатын элементтерінің жиынтығы (өнім, баға, орын, жылжыту, адамдар)... .
- a) коммуникациялық саясат
 b) маркетинг кешені
 c) нарық сыйымдылығы
 d) тауардың өмірлік циклі
 e) тауар тұжырымдамасы

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 71 беті |

9. Компанияның толық немесе қысқартылған атауының түпнұсқа стилі деп аталады

- a) лицензия
- b) логотип
- c) тауар маркасымен
- d) сурет
- e) ұран

10. Компания тікелей басқаруға жатпайтын саяси, әлеуметтік-экономикалық, құқықтық, ғылыми-техникалық, мәдени факторлардың жиынтығы жатады

- a) микроорталық маркетинг
- b) макроэкономика
- c) маркетинг кешені
- d) маркетингтің макро ортасы
- e) нарық сегменті

11. Компанияның өзіне тікелей қатысы бар және оның қызметіне әсер ететін субъектілер мен факторлардың жиынтығы жатады

- a) маркетингтің макро ортасы
- b) макроэкономика
- c) маркетинг кешені
- d) микроорталық маркетинг
- e) маркетинг сегменті

12. Есептерді талдау және шешу үшін қажетті деректерді жүйелі түрде анықтау, деректерді жинау, оларды зерттеу және өңдеу, нәтижелер туралы есеп


- a) маркетингтік стратегиялар
- b) маркетингтік зерттеулер
- c) маркетинг кешені
- d) маркетингтік басқару
- e) нарықты сегменттеу

13. Компанияның маркетингтік қызметінің мазмұнын анықтайтын көрсеткіштер мен сапалық сипаттамалар деп аталады

- a) маркетингтік орта
- b) маркетингтік басқару
- c) маркетингтік мақсаттар
- d) маркетинг кешені
- e) маркетингтік стратегиялар

14. Тұтынушылардың мінез-құлқының себептерін зерттеу

- a) тұтынушы моделі
- b) тауарды позициялау

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 72 беті |

с) мотивациялық талдау

d) нарықты сегменттеу

е) маркетингтік талдау

15. Жоғары сапалы, сенімділігі мен қызмет ету мерзімі жоғары тауарларды ұсынуға негізделген бәсекелестік жатады

a) бағалық емес

b) баға

с) серпімді

d) серпімді емес

е) коммерциялық

16. Баға өзгерген кезде өзгеріссіз қалуға немесе аздап өзгеруге бейім сұраныс

a) серпімді емес

b) серпімді

с) коммерциялық

d) мемлекеттік

е) нарықтық

17. Компания өкілдерінің баспасөзде және бұқаралық ақпарат құралдарында сөз сөйлеуі арқылы фирманың даңқына жетудің жолы деп аталады

a) жарнама

b) паблик рилейшнз

с) ұран

d) инновация

е) тақырыптық көрме

18. Сатып алушыға тауарды ауызша ұсыну арқылы жаңа өнімді нарыққа шығарудың бір әдісі

a) қоғамдық қатынастар

b) өткізуді ынталандыру

с) жарнамаға

d) жеке сату

е) ақпарат

19. Тауарлардың нарықтағы орнын анықтау тұтынушы тұрғысынан бірқатар басқа ұқсас тауарлар болып табылады


a) сегменттеу

b) әртараптандыру

с) сертификаттау

d) позициялау

е) инновация

| | | |
|--|---|--|
| OÑTÚSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 73 беті |

20. Бақылау, эксперимент арқылы нақты маркетингтік мәселені шешу үшін арнайы жиналған ақпарат жатады

- a) екінші реттік
- b) маркетингтік
- c) тікелей
- d) жанама
- e) бастапқы

21. Компанияның өз өнімін шығаратын кәсіпорындар құру арқылы сыртқы нарыққа ену тәсілі

- a) тікелей экспорттау
- b) жанама экспортқа
- c) әртараптандыру
- d) өткізу саясаты
- e) тікелей инвестициялау

22. Компанияның өз тауарларын басқа елге өз желісі арқылы делдалдарды тартпай сатуы деп аталады

- a) жанама экспорт
- b) тікелей инвестициялау
- c) әртараптандыру
- d) тікелей экспорттау
- e) өткізу саясаты

23. Импорттаушы елдегі сауда аппаратының делдалдық қызметтерін қолдана отырып, компанияның тауарды басқа елге сатуы жатады


- a) тікелей экспорт
- b) тікелей инвестициялау
- c) жанама экспортқа
- d) әртараптандыру
- e) өткізу саясаты

24. Бәсекелес фирмалар назардан тыс қалдырған нарық сегменті

- a) нарық тауашасы
- b) нарық терезесі
- c) мақсатты аудиториямен
- d) байланыс аудиториясы
- e) өткізу арнасы

25. Осы компанияның өнімдері ең оңтайлы болып табылатын тұтынушылар тобы

- a) нарық тауашасы
- b) нарық терезесі
- c) байланыс аудиториясы
- d) респонденттер

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 74 беті |

е) дистрибьюторлар

26. Ұсынылған өнімге және маркетинг кешеніне бірдей реакциямен сипатталатын тұтынушылар жиынтығы

- a) нарық терезесі
- b) нарық сегменті
- c) байланыс аудиториялары
- d) респонденттер
- e) сарапшылар

27. Тұтынушыларды тар, біртекті сұраулар тобына бөлу деп аталады

- a) әртараптандыру
- b) конверсиялау
- c) сегменттеу
- d) сертификаттау
- e) орналастыру

28. Тауар сапасының белгілі бір талаптар мен нормаларға сәйкестігін куәландыратын құжат болып табылады

- a) лицензия
- b) өнеркәсіптік Регламентпен
- c) Шартпен
- d) сәйкестік сертификатымен
- e) актімен

29. Ақпаратты жинау және талдау процесінде персоналдың, жабдықтардың және әдістемелік тәсілдердің өзара байланысының тұрақты жұмыс істейтін жүйесі болып табылады


- a) маркетинг кешені
- b) маркетинг тұжырымдамасы
- c) нарықты қамту стратегиясы
- d) тауарды өткізу стратегиясы
- e) маркетингтік ақпарат жүйесімен

30. Компания ресурстарын үйлестіру және бөлу арқылы қойылған мақсаттарға жету үшін қажетті іс-қимылдардың жалпылама моделі деп аталады

- a) мақсатты жоспарлау
- b) маркетингтік ақпарат жүйесімен
- c) маркетинг кешенімен
- d) маркетинг тұжырымдамасы
- e) стратегия

31. Нарыққа жаңа өнімді енгізу кезінде компанияның бағалар мен сатуды ынталандыру тәсілдері туралы шешімдерінің жиынтығы жатады

- a) нарыққа шығу стратегиясы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 85 беттің 75 беті |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

b) нарықты қамту стратегиясы

c) өткізу стратегиясы

d) Стратегиялық маркетинг

e) бірлескен кәсіпкерлікке

32. Тауарларды таратудың белгілі бір әдісі, тауардың түріне, делдалдардың санына, тауар қорларының болуына байланысты таңдалады

a) нарыққа шығу стратегиясы

b) өткізу стратегиясы

c) нарықты қамту стратегиясы

d) Стратегиялық маркетинг

e) бірлескен кәсіпкерлікке

33. Компанияның мүмкіндіктерін бағалау және ықтимал қауіптерді анықтау үшін оның күшті және әлсіз жақтарын талдау деп аталады ... талдау.

a) ABC

b) VEN

c) SWOT

d) STEP

e) XYZ

34. Жаңа тауарларды құру және қолданыстағы тауарларды жаңарту, өнім ассортиментін дамыту, тауарлардың нарықта орналасуы туралы шешімдер әзірлеу деп аталады

a) тауар ассортиментімен

b) өткізу стратегиясы

c) нарыққа шығу стратегиясы

d) тауар саясатымен

e) нарықты қамту стратегиясымен

35. Белгілі бір белгілер бойынша біріктірілген тауарлар тобы жатады

a) тауар маркасы

b) тауар белгісі

c) логотип

d) тауар ассортименті

e) нысаналы нарыққа

36. Өндірушінің тауарларын анықтауға мүмкіндік беретін атау, термин, символ, белгі, сурет немесе олардың тіркесімі


a) тауар ассортиментімен

b) тауар саясатымен

c) логотип

d) маркетинг кешені

e) тауар маркасымен

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 76 беті |

37. Өз қызметінің негізгі бөлігін шетелдік нарықтарда еншілес компаниялар құру арқылы жүзеге асыратын ұйым болып табылады

- a) трансұлттық компания
- b) бірлескен кәсіпорын
- c) өндірістік кооператив
- d) ұсақ бөлшек желі
- e) стратегиялық шаруашылық бірлігі

38. Бір Тарап екінші Тарапқа ұсына алатын, материалдық емес оқиға немесе пайда деп аталады

- a) тауар
- b) сапасы
- c) экспорт
- d) импорт
- e) қызмет көрсету

39. Компанияның маркетингтік қызметін зерттеу және зерттеу үшін таңдалған бір немесе бірнеше сегменттер... .

- a) мақсатты маркетинг
- b) бірлескен кәсіпорын
- c) өткізу арнасы
- d) тауардың өмірлік циклі
- e) мақсатты нарық

40. Бағаның шамалы ауытқуымен айтарлықтай өзгертін сұраныс жатады...

- a) серпімді емес
- b) серпімді
- c) маусымдық
- d) шамадан тыс
- e) жоғары

41. Кез-келген пайымдауды әзірлеу актісі немесе ықтимал баламалардан іс-әрекеттің нақты бағытын таңдау деп аталады

- a) аудит
- b) сауалнама
- c) шешімімен
- d) бағдарлама
- e) матрица

42. Шешім мәселенің себептерін жоюға бағытталған басқару жатады

- a) ақпараттық
- b) "тапшылық бойынша" басқару
- c) озыңқы
- d) ұйымдастыру

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 85 беттің 77 беті | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | |

е) стратегиялық

43. "Бағдарламаланған" және "бағдарламаланбаған" шешімдер ұғымдарын әзірледі және енгізді

- a) Дейл Карнеги
- b) Маккинси
- c) Питер Друкер
- d) Герберт Саймон
- e) Анри Файол

44. Басқару шешімдері бұрын белгісіз баламаларды әзірлеуді және бағалауды қажет етеді

- a) бағдарламаланған
- b) ақпараттық
- c) ұйымдастыру
- d) бағдарламаланбаған
- e) стратегиялық

45. Менеджментте басқару шешімінің соңғы нұсқасын таңдау үшін қолданылады

- a) дайындық жұмысы
- b) шешімді іске асыру әдісі
- c) Дельфи әдісі
- d) Парето принципі
- e) сараптамалық пікіртерім әдісі

46. Қызметкердің біліктілік деңгейінің атқаратын лауазымының біліктілік сипаттамаларына сәйкестік дәрежесін анықтау ... жолымен жүргізіледі .


- a) аккредиттеу
- b) аудит
- c) коммуникациялар
- d) сертификаттау
- e) аттестаттау

47. Тауарлар мен қызметтерді құру және сату арқылы пайда табуға бағытталған қызмет деп аталады.

- a) аккредиттеу
- b) аудит
- c) сертификаттау
- d) бизнес
- e) амортизация

48. Бақыланатын процестің немесе объектінің кез-келген параметрінің өзгеруін көрсететін өлшеуішке ... кіреді .

- a) коэффициент
- b) стандарт
- c) индикатор
- d) сегмент
- e) моделі

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 78 беті |

49. Лауазымды тұлғаның негізгі міндеттерін (функцияларын), міндеттерін, құқықтары мен жауапкершілігін анықтайтын нормативтік-құқықтық актіге ... жатады .

- a) лауазымдық нұсқаулық
- b) құрылтай шарты
- c) сәйкестік сертификаты
- d) біліктілік сипаттамасы
- e) мемлекеттік стандарт

50. Жаңа немесе жетілдірілген өнім немесе технология түрінде жүзеге асырылған қызметтің соңғы нәтижесі деп аталады

- a) лицензия
- b) нұсқаулықпен
- c) инновация
- d) партиненттілік
- e) моделі

51. Ақпарат, білім, Зияткерлік меншік алмасу ... деп аталады .

- a) кодтау
- b) коммуникация
- c) бақылау
- d) бейімделу
- e) амортизация

52. Міндеті сандық және сапалық бағалау, нәтижелерді есепке алу болып табылатын басқару қызметі ... деп аталады .

- a) жоспарлау
- b) ұйым
- c) бақылау
- d) мотивация
- e) байланыс

53. Мәселені шешудегі екі немесе одан да көп тараптардың қайшылықтары мен күресінің күрт шиеленісуі ... деп аталады .

- a) байланыс
- b) бейімделу
- c) жанжал
- d) партиненттілік
- e) релеванттықпен


54. Байланыс кезінде алмасатын әртүрлі фактілердің жиынтығы....

- a) инновация
- b) жүйе
- c) индикатормен
- d) ақпарат
- e) кодпен

55. Мансап сатысындағы алға жылжу ... деп аталады .

- a) арна
- b) индикатормен
- c) сегментпен
- d) мансап
- e) инновация

56. Бір нәрсені бағалау, анықтау немесе жіктеу жүргізілетін белгі ... деп аталады .

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 79 беті |

a) кодпен

b) сапасы

c) индикатормен

d) тұрақты

e) өлшем бойынша

57. Миссия, стратегия, мақсаттар, құндылықтар, мінез-құлық стандарттары түрінде ұсынылған өзара байланысты және өзара тәуелді компоненттер жүйесі ... жатады .

a) коммуникациялық саясат

b) ақпараттық жүйе

c) семантикалық дифференциал

d) ұйым ортасы

e) ұйымдастыру мәдениеті

58. Қызметтің белгілі бір түрін жүзеге асыруға арнайы рұқсат ... деп аталады .

a) актімен

b) Жарғымен

c) лицензия

d) шешімімен

e) стандарт

59. Сапалы өнім шығаруға немесе сапалы қызмет көрсетуге жағдай жасауға бағытталған қызмет ... жатады .

a) Стратегиялық менеджмент

b) Инновациялық менеджмент

c) қаржылық менеджмент

d) сапа менеджменті

e) Кадрлық менеджмент

60. Басқарудың әртүрлі мәселелерін шешудің ережелері мен процедураларының жүйесі ... болып табылады .


a) менеджмент әдістерімен

b) ұйымның миссиясы

c) жүйелік тәсіл

d) басқару шешімімен

e) ұйым ортасы

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 80 беті |

2 аралық бақылауға жауаптар эталоны


1 нұсқа

- | | |
|-------|-------|
| 1. a | 31. a |
| 2. b | 32. d |
| 3. c | 33. a |
| 4. d | 34. d |
| 5. e | 35. a |
| 6. a | 36. c |
| 7. a | 37. a |
| 8. b | 38. a |
| 9. c | 39. e |
| 10. a | 40. e |
| 11. d | 41. d |
| 12. a | 42. b |
| 13. e | 43. c |
| 14. e | 44. d |
| 15. b | 45. a |
| 16. a | 46. e |
| 17. a | 47. d |
| 18. a | 48. c |
| 19. b | 49. b |
| 20. c | 50. b |
| 21. d | 51. c |
| 22. e | 52. d |
| 23. e | 53. a |
| 24. b | 54. e |
| 25. a | 55. e |
| 26. c | 56. d |
| 27. c | 57. c |
| 28. e | 58. c |
| 29. a | 59. b |
| 30. a | 60. e |

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 81 беті |

2 нұсқа


- | | |
|-------|-------|
| 1. a | 31. c |
| 2. b | 32. c |
| 3. c | 33. b |
| 4. d | 34. b |
| 5. e | 35. c |
| 6. d | 36. c |
| 7. c | 37. d |
| 8. a | 38. d |
| 9. d | 39. e |
| 10. e | 40. e |
| 11. c | 41. b |
| 12. b | 42. c |
| 13. a | 43. c |
| 14. d | 44. d |
| 15. e | 45. d |
| 16. e | 46. e |
| 17. d | 47. e |
| 18. d | 48. c |
| 19. c | 49. a |
| 20. c | 50. b |
| 21. b | 51. b |
| 22. b | 52. d |
| 23. b | 53. a |
| 24. c | 54. e |
| 25. d | 55. e |
| 26. a | 56. d |
| 27. e | 57. c |
| 28. a | 58. b |
| 29. d | 59. b |
| 30. b | 60. c |

| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 82 беті |

3 нұсқа

- | | |
|-------|-------|
| 1. b | 31. a |
| 2. c | 32. b |
| 3. d | 33. c |
| 4. e | 34. d |
| 5. e | 35. d |
| 6. c | 36. e |
| 7. a | 37. a |
| 8. b | 38. e |
| 9. b | 39. e |
| 10. d | 40. b |
| 11. d | 41. c |
| 12. b | 42. c |
| 13. c | 43. d |
| 14. c | 44. d |
| 15. a | 45. e |
| 16. a | 46. e |
| 17. b | 47. d |
| 18. d | 48. c |
| 19. d | 49. a |
| 20. e | 50. b |
| 21. e | 51. b |
| 22. d | 52. c |
| 23. c | 53. c |
| 24. b | 54. d |
| 25. a | 55. d |
| 26. b | 56. e |
| 27. c | 57. e |
| 28. d | 58. c |
| 29. e | 59. d |
| 30. e | 60. a |

№ 1 аралық бақылауға арналған билетер

| | | |
|--|---|--|
| OÑTÜSTİK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | 40/11-2024 | |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | 85 беттің 83 беті | |

Билет 1

1. Басқарушылық қызмет дегеніміз не?
2. Менеджменттегі жүйелі тәсіл немен байланысты?
3. Басқарудағы ситуациялық тәсілдің мәні мен маңызы неде?

Билет 2

1. Басқарудың ең танымал әдістерінің мәні неде?
2. Басқарудың заманауи принциптері қандай?
3. Басқару функцияларын жіктеу (жалпы / бастапқы, байланыстырушы, арнайы, интегралдау).

Билет 3

1. Менеджменттің жалпы функцияларының өзара байланысы.
2. Басқару шешімдері, олардың сипаттамалары.
3. Менеджменттің арнайы функциялары (маркетинг, бақылау, инновацияларды басқару).

Билет 4

1. Фармациядағы басқару теориясы.
2. Ұйымды басқару құрылымы. Басқару объектісі ретінде фармацевтикалық жүйені ұйымдастыру.
3. Фармациядағы ұйымдастырушылық модельдер.

Билет 5

1. Фармацевтикалық ұйымның табысты қызметінің компоненттері
2. Басқару әдістерінің жүйесі. Басқару деңгейлері.
3. Билік және көшбасшылық.

Билет 6

1. Ұйымның стратегиялық мақсаттары.
2. SWOT талдау.
3. Бизнес-жоспарлау.


Билет 7

1. Фармацевтикалық қызметтің әртүрлі деңгейлеріндегі жедел басқару.
2. Жедел басқару түрлері.
3. Басқару шешімдері қалай жіктеледі?

Билет 8

1. Фармацияда шешім қабылдау әдістері мен модельдері.
2. Басқару шешімі қалай жүзеге асырылады? Басқарушылық шешімді іске асыру процесіне қойылатын талаптар
3. Басқару шешімдерінде қандай қауіп бар? Тәуекелді басқару процесі қалай жүзеге асырылады?

Билет 9

| | | |
|--|---|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  SKMA -1979- | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 84 беті |

1. Мәні және функциялары кадрлық менеджмент. Дәріхана ұйымдарының персоналы.
2. Басқарушылық қызмет дегеніміз не?
3. Менеджменттегі жүйелі тәсіл немен байланысты?

№ 2 аралық бақылауға арналған билеттер

Билет 1

1. Фармацевтикалық маркетинг: маркетингтің негізгі категориялары, принциптері, міндеттері.
2. Кәсіпорынның маркетингтік ортасының түсінігі мен құрылымы.
3. Маркетинг кешені (микс-маркетинг).

Билет 2

1. Қазіргі маркетингтің түрлері.
2. Дәріхана ассортиментінің тауарларын тұтынуға әсер ететін факторлардың жіктелуі.
3. Фармацевтикалық маркетингтегі Стратегиялық жоспарлау.

Билет 3

1. Фармацевтикалық компанияның негізгі өсу стратегиялары. Мақсаттарға қол жеткізу стратегияларының негіздемесі
2. Маркетинг жоспары.
3. Фармацевтикалық маркетингтегі қажеттілік түсінігі.

Билет 4

1. Желілік модельдердің негізгі түсініктерін беріңіз.
2. Маркетинг бюджеттерінің негіздемесі қалай жүзеге асырылады?
3. Фармацевтикалық нарықты зерттеудің негізі ретінде сұраныс пен қажеттілікті анықтау.

Билет 5


1. Фармацевтикалық маркетинг жүйесіндегі тауарлар.
2. Дәрілік заттың тауар ретіндегі ерекшеліктері.
3. Фармацевтикалық тауарларды жіктеу.

Билет 6

1. Фармацевтикалық тауардың бәсекеге қабілеттілігі.
2. Фармацевтикалық тауарлардың ассортиментін талдау.
3. Тауарларды позициялау.

Билет 7

1. Бәсекеге қабілетті позициялау картасы.
2. Фармацевтикалық нарықты маркетингтік зерттеу әдістері.
3. Анкета алу, сауалнамалар, бақылаулар: маркетингтік зерттеулердегі сипаттамасы мен маңызы.


| | | |
|--|--|--|
| ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ |  | SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия» |
| Фармация ісін ұйымдастыру және басқару кафедрасы | | 40/11-2024 |
| "Фармацевтикалық бейіндегі кәсіпорындардағы менеджмент және маркетинг" пәні бойынша бақылау өлшеу құралдары | | 85 беттің 85 беті |


Билет 8

1. Дәрілік препараттарды фармацевтикалық нарыққа жылжытудың этикалық және ғылыми өлшемдері.
2. Фармацевтикалық ұйымдағы брендтік саясат және PR-менеджмент.
3. Өнімді жылжыту стратегиясы.

Билет 9

1. Жеке сату маркетингтік коммуникацияның элементі ретінде (мақсаттары, функциялары, субъектілері, нысандары мен жұмыс қағидаттары)
2. Делдалдарға бағытталған сатуды ынталандыру шаралары.
3. Фармацевтикалық маркетинг: маркетингтің негізгі категориялары, принциптері, міндеттері.

Құрастырған:  Блинова О.В., фарм.ғ.к., каум профессоры

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

Хаттама № 15 Күні 24.05.2024