

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИҰБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 1стр. из 5

БАҚЫЛАУ-ӨЛШЕУ ҚҰРАЛДАРЫ

Бағдарламаның аралық аттестациялауға арналған сұрақтары

ББ атауы: 6В10106 «Фармация» - ускор_3 о.ж.

Пән коды: FMMN3313

Пән: «Фармациядағы менеджмент және маркетинг негіздері»

Оқу сағатының көлемі /кредиттің/: 180 (6)

Курс,оқу семестрі: 3/5

Шымкент,2025

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИҰБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 2стр. из 5

Бағдарламаның аралық аттестациялауға арналған сұрақтары

Құрастырушы: _____ Шиминова Ж.К., к.фарм.н., доцент м.а.

Кафедра меңгерушісі _____ Шертаева К.Д.
Хаттама № _____ « _____ » 20 _____ г.

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИҰБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 Зстр. из 5

Бағдарламаның аралық аттестациялауға арналған сұрақтары

1. Маркетинг бизнестің философиясы ретінде. Маркетингтің мәні және мазмұны.
2. Маркетингтің пайда болу шарттары.
3. Фармацевтикалық маркетингтің дамуы.
4. Маркетингтің функционалдық қызметі,
5. Маркетингтің әлеуметтік қызметі.
6. Сәйкестік өнім, сәйкестік сан, сәйкестік сапа, сәйкестік орын, сәйкестік баға, сәйкестік уақыт, коммуникациялар.
7. Маркетингті басқару.
8. Фармацевтикалық маркетингтің қоғамдық орны.
9. Маркетинг – нарықтық экономика жағдайында өндірістің негізгі қызметі ретінде.
10. Маркетингтің қызметтері мен негізгі қағидалары қандай?
11. Тауар туралы түсініктеме?
12. Тауарлардың классификациясы дегеніміз не?
13. Тауарлардың тұтынушылық қасиеттерін талдау үлгісікөрсет?
14. Тауардың өмірлік циклі дегеніміз не?
15. Өмірлік циклдің сатылары қандай?
16. Маркетингтің ішкі факторлары дегеніміз не?
17. Маркетингтің ішкі факторларын талдау?
18. Мекеменің тауарлық саясаты дегеніміз не?
19. Маркетингтің ішкі факторларының нәтижелерін талдау негізінде фирманың тауарлық саясатын реттеу дегеніміз не?
20. Нарықтың маркетингті түсінігі неде?
21. Қандай нарықтың негізгі түрлері білесіз?
22. Тұтынушы нарығы дегеніміз не?
23. Делдалдық нарығы дегеніміз не?
24. Мемлекеттік мекемелер нарығы дегеніміз не?
25. Халықаралық нарық дегеніміз не?
26. Географиялық жағдай бойынша нарықты қалай топтастырамыз?
27. Нарық көлемі түсінігі дегеніміз не?
28. Сатушы және сатып алушының нарығы дегеніміз не?
29. Фармацевтикалық нарықты сегменттеу дегеніміз не?
30. Сегменттеудің қандай сатыларын білесіз?
31. Сегменттеудің критерийлерінің түрлерін атаңыз.
32. Баға дегеніміз не?
33. Баға құру туралы шешімдерді қабылдау факторлары неде?
34. Баға құрудағы бәсекелестік дегеніміз не?
35. Емдеу шығындарын орнына келтіру және баға қалай құру?
36. Компанияның қажеттілігі және баға стратегиясын таңдауы қандай?
37. Баға құруда саясат ситуациясын есепке алу?
38. Баға саясаты дегеніміз не?
39. Баға құрудың стратегиялық мақсаттарын ата?
40. Тауар жылжыту саясаты дегеніміз не?
41. Коммуникациялық саясаттың қалыптасуы қалай іске асырылады?
42. Жарнама - дегеніміз не?
43. Жарнаманың негізгі түрлері қандай?

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИҰБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 4стр. из 5

44. Жеке сауда түсінігі неде?
45. Сатылымды ынталандыру тәртібі қандай?
46. Қоғамдық байланыстар түсінігі дегеніміз не?
47. Жарнамалық ұсынысты жасаудың негізгі сатылары
48. Сатып алу кезеңіндегі тұтынушының мінез – құлқы түсінігі дегеніміз неде?
49. Сатушы мен сатып алушының арасындағы қарым – қатынас қалай асырылады?
50. Қажеттіліктер иерархиясының үлгісі дегеніміз не?
51. Тарату жолдары мен принциптері қандай?
52. Қандай тарату факторларын білесіз?
53. Бөлшектік сауда және сервистік серіктестіктер дегеніміз не?
54. Франшиздер, кооперативтер және тұтынушылар клубы дегеніміз не?
55. Сатылымды іске асырудың қандай тәсілдерін білесіз?
56. Физикалық тарату дегеніміз не?
57. Маркетингтік зерттеулер дегеніміз не?
58. Маркетингтік зерттеу нысандары, олардың құрылымы неде?
59. Макро және микроортаның сипаттамасы неде?
60. SWOT – талдау маркетингті зерттеулердің бір әдісі реті неде?
61. Нарықты сегменттеу. Сегменттерге қойылатын талаптар қандай?
62. Тауардың позициялану әдістері дегеніміз не?
63. Сауалнама жүргізу, сұрпақ қою, байқаулар: сипаттамасы және маркетингті зерттеулердегі маңызы қандай?
64. Маркетингті зерттеулерде сараптама жүргізуі дегеніміз не?
65. Маркетингтік жоспарлау үрдісі дегеніміз не?
66. Ұйымның мақсатын қалыптастыруы неде?
67. Мақсатқа жету стратегиясының негізделуі дегеніміз не?
68. Нақты іс-әрекеттердің жоспарларын қалай жасалынады?
69. Уақыт бойынша жоспарлы іс-әрекеттерді қалай келістіру?
70. Уақыт бойынша жоспарлы іс-әрекеттерді реттеу тәсілдері қандай?
71. Тораптың модельдер туралы негізгі түсінік дегеніміз не?
72. Маркетингтік бюджеттерді қалыптастыру іске асырылады?
73. Маркетинг жоспарларын бақылау және түзету қалай жүргізіледі?
74. Менеджмент, фармацевтикалық менеджмент дегеніміз не?
75. Басқару дегеніміз не?
76. Басқару қызметі дегеніміз не?
77. Басқарудың теориясы мен практикасының қандай даму сатыларын білесіз?
78. Менеджменттегі жүйелік тәсіл дегеніміз не?
79. Басқарудағы ситуациялық тәсілдің мәні мен маңызы.
80. Менеджменттің пәні мен нысаны нені зерттейді?
81. Менеджменттің мақсаты қандай?
82. Менеджменттің қандай қызметтерін білесіз?
83. Менеджменттің анағұрлым әйгілі әдістерінің мәні неде?
84. Менеджменттің қағидалары дегеніміз не?
85. Басқарудың заманауи қағидалары қандай?
86. Шешім, басқару шешім, басқару техникасына сипаттама беріңіз?
87. Басқару шешімдердің классификациясы дегеніміз не?
88. Басқару шешімдерді қабылдау сатылары қандай?
89. Басқару шешімдерді I сатысында қолдануға болатын әдістердің сипаттама беріңіз?
90. Басқару шешімдерді іске асыру және олардың сатылары қандай?

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИҰБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 5стр. из 5

91. «Менеджердің іскерлігі» түсінігінің сипаттамасы неде?
92. Басқару шешімдеріндегі қандай тәуекел бар?
93. Тәуекелді басқару үрдісі қалай іске асырылады?
94. Өкілеттіліктерді бөлу түсінігі неде?
95. Өкілеттіліктерді бөлудің мақсаты неде?
96. Менеджменттегі ұтымды өкілеттіліктерді бөлудің негізгі принциптері қандай?
97. Ұйымдастырушылық өкілеттіліктер дегеніміз не?
98. Қол асты қызметкерлерінің жұмыс істеу деңгейін бағалау қалай жүргізіледі?
99. Басқару мөлшері дегеніміз не?
100. Басқару мөлшерінің қандай түрлерін білесіз?
101. Басшының жұмыс сапасын анықтау дегеніміз не?
102. Қызметкерлердің жұмыс сапасын анықтау
103. Өкілеттіліктерді табысты бөлудің негізгі факторлары қандай?
104. «Мотивтеу» түсінігіне анықтама беріңіз?
105. Мотивациялық үдеріс үлгілеріне сипаттама беріңіз?
106. Ұйымдар қызметін мотивтеу дегеніміз не?
107. Мотивтеудің негізгі теориялары, анықтамалары мен айырмашылықтары неде?
108. Еңбек ұжымын басқару стильдері қандай?
109. Басшылық стилін анықтаудың үш жолы бар?
110. Дәріхананың кадр саясаты түсінігі неде?
111. Дәріхананың кадр саясат құрылымы қандай?
112. Персоналды басқару қағидалары және концепциялары қандай?
113. Кәсіпорынның кадр саясатының мақсаттары қандай?
114. Кадр саясаттың стратегиялық мақсаттар қандай?
115. Кадр саясаттың тактикалық мақсаттары қандай?
116. Кадр саясатының оперативтік мақсаттары қандай?
117. Қызметтік-лауазымдық нұсқаулықты құрастыру тәртібі.
118. Фармацевтикалық көмек туралы түсінік беріңіз?
119. Фармацевтикалық көмектің жүйесінің ерекшеліктерінің атаңыз?
120. Фармацевтикалық көмектің негізгі мақсаттары қандай?
121. Фармацевттердің кәсіби кеңес беруіне қандай себептер болды?
122. Дәріханалардың ақпараттық - кеңестік қызметтерінің қажеттілігін анықтаңыз?
123. Сапалы көмек көрсетудің негізгі бөлігі білікті фармацевтикалық кеңес беру болып табылады.
124. Өзіндік емделудің қалыптасуына қандай факторлар әсер етті?
125. Тұтынушыларға ақпараттық-кеңес қызметтерін көрсетудегі фармацевттердің ролі.
126. Фармацевт-кеңес берушіге қойылатын талаптар.
127. Мамандардың тұтынушыларға кеңес беруде көбінесе неге көңіл бөледі?
128. Дәріханалық ұйымның қандай негізгі функциялары бар?
129. Дәріхана тұтынушыларын емдеу кезіндегі дәріхана қызметкерінің ролі.
130. Тұтынушыларды ақпараттандыру және кеңес беру қандай нормативті құжаттар негізінде жүзеге асырылады?
131. Дәріхана тұтынушыларына кеңес беру үшін қандай ақпараттар негіз болып табылады?
132. «Фармацевт-кеңес беруші» анықтамасы қашан пайда болды?
133. ҚР дәріхана тұтынушыларына кеңес беру тәжірибесі қолданылады ма?