

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 8

БАҚЫЛАУ-ӨЛШЕУ ҚҰРАЛДАРЫ

1 (2) аралық аттестациялауға арналған техникалық сипаттама және тестілік тапсырмалар (аралық бақылауға билет сұрақтары)

ББ атауы: 6В10106Фармация (2жылдық)

Пән коды: FMM 2315

Пән: «Фармациядағы маркетинг және менеджмент»

Оқу сағатының көлемі /кредиттің/: 150 (5)

Курс, оқу семестрі: 2/3

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 8

**1 (2) аралық аттестациялауға арналған техникалық сипаттама және
тестілік тапсырмалар (аралық бақылауға билет сұрақтары)**

Құрастырушы: _____ Шмирова 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»
ФИУБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 Зстр. из 8

№ 1 аралық бақылаудың тест тапсырмаларының техникалық спецификациясы

№ р/б	Тақырыбы	Сұрақтар/тапсырмалар саны		
		Білу	Түсіну	Қолдану
1	Маркетингтің мазмұны мен мәні. Маркетингтің нарық туралы түсінігі.	9	22	13
2	Өнімді талдау және әзірлеу. Дәрілік заттардың және медициналық мақсаттағы бұйымдардың өмірлік циклі.	9	23	14
3	Фармацевтикалық компанияның баға саясаты.	9	23	14
4	Тұтынушыларды және есірткі тұтыну типологияларын зерттеу	9	22	13
5	Фармацевтикалық нарықты маркетингтік зерттеу	9	22	14
	Барлығы	45	112	68

№ 2 аралық бақылаудың тест тапсырмаларының техникалық спецификациясы

№ р/б	Тақырыбы	Сұрақтар/тапсырмалар саны		
		Білу	Түсіну	Қолдану
1	Маркетингті басқару, маркетингті жоспарлау	9	22	13
2	Басқарудың әдістемелік негіздері. Басқару шешімдерін қабылдау технологиясы.	9	23	14
3	Шешім қабылдау процесін басқару. Билікті беру принциптері.	9	23	14
4	Еңбек әрекетінің мотивациясы. Жұмыс күшін басқару стильдері.	9	22	13
5	Құзыретті фармацевтикалық кеңес беру - бұл дәріханалар үшін сәттілік рецепті.	9	22	14
	Всего	45	112	68

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 8

1 аралық бақылаудың билеттері

Билет 1

1. Маркетинг бизнестің философиясы ретінде. Маркетингтің мәні және мазмұны.
2. Маркетингтің пайда болу шарттары.
3. Фармацевтикалық маркетингтің дамуы.

Билет 2

1. Маркетингтің функционалдық қызметі,
2. Маркетингтің әлеуметтік қызметі.
3. Сәйкестік өнім, сәйкестік сан, сәйкестік сапа, сәйкестік орын, сәйкестік баға, сәйкестік уақыт, коммуникациялар.

Билет 3

1. Маркетингті басқару.
2. Фармацевтикалық маркетингтің қоғамдық орны.
3. Маркетинг – нарықтық экономика жағдайында өндірістің негізгі қызметі ретінде.

Билет 4

1. Маркетингтің қызметтері мен негізгі қағидалары қандай?
2. Тауар туралы түсініктеме?
3. Тауарлардың классификациясы дегеніміз не?

Билет 5

1. Тауарлардың тұтынушылық қасиеттерін талдау үлгісікөрсет?
2. Тауардың өмірлік циклі дегеніміз не?
3. Өмірлік циклдің сатылары қандай?

Билет 6

1. Маркетингтің ішкі факторлары дегеніміз не?
2. Маркетингтің ішкі факторларын талдау?
3. Мекеменің тауарлық саясаты дегеніміз не?

Билет 7

1. Маркетингтің ішкі факторларының нәтижелерін талдау негізінде фирманың тауарлық саясатын реттеу дегеніміз не?
2. Нарықтың маркетингті түсінігі неде?
3. Қандай нарықтың негізгі түрлері білесіз?

Билет 8

1. Тұтынушы нарығы дегеніміз не?
2. Делдалдық нарығы дегеніміз не?
3. Мемлекеттік мекемелер нарығы дегеніміз не?

Билет 9

1. Халықаралық нарық дегеніміз не?
2. Географиялық жағдай бойынша нарықты қалай топтастырамыз?
3. Нарық көлемі түсінігі дегеніміз не?

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 8

Билет 10

1. Сатушы және сатып алушының нарығы дегеніміз не?
2. Фармацевтикалық нарықты сегменттеу дегеніміз не?
3. Сегменттеудің қандай сатыларын білесіз?

Билет 11

1. Сегменттеудің критерийлерінің түрлерін атаңыз.
2. Баға дегеніміз не?
3. Баға құру туралы шешімдерді қабылдау факторлары неде?

Билет 12

1. Баға құрудағы бәсекелестік дегеніміз не?
2. Емдеу шығындарын орнына келтіру және баға қалай құру?
3. Компанияның қажеттілігі және баға стратегиясын таңдауы қандай?

Билет 13

1. Баға құруда саясат ситуациясын есепке алу?
2. Баға саясаты дегеніміз не?
3. Баға құрудың стратегиялық мақсаттарын ата?

Билет 14

1. Тауар жылжыту саясаты дегеніміз не?
2. Коммуникациялық саясаттың қалыптасуы қалай іске асырылады?
3. Жарнама - дегеніміз не?

Билет 15

1. Жарнаманың негізгі түрлері қандай?
2. Жеке сауда түсінігі неде?
3. Сатылымды ынталандыру тәртібі қандай?

Билет 16

1. Қоғамдық байланыстар түсінігі дегеніміз не?
2. Жарнамалық ұсынысты жасаудың негізгі сатылары
3. Сатып алу кезеңіндегі тұтынушының мінез – құлқы түсінігі дегеніміз неде?

Билет 17

1. Сатушы мен сатып алушының арасындағы қарым – қатынас қалай асырылады?
2. Қажеттіліктер иерархиясының үлгісі дегеніміз не?
3. Тарату жолдары мен принциптері қандай?

Билет 18

1. Қандай тарату факторларын білесіз?
2. Бөлшектік сауда және сервистік серіктестіктер дегеніміз не?
3. Франшиздер, кооперативтер және тұтынушылар клубы дегеніміз не?

Билет 19

1. Сатылымды іске асырудың қандай тәсілдерін білесіз?
2. Физикалық тарату дегеніміз не?

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 6стр. из 8

3. Маркетингтік зерттеулер дегеніміз не?

Билет 20

1. Маркетингтік зерттеу нысандары, олардың құрылымы неде?
2. Макро және микроортаның сипаттамасы неде?
3. SWOT – талдау маркетингті зерттеулердің бір әдісі реті неде?

Билет 21

1. Нарықты сегменттеу. Сегменттерге қойылатын талаптар қандай?
2. Тауардың позициялану әдістері дегеніміз не?
3. Сауалнама жүргізу, сұрпақ қою, байқаулар: сипаттамасы және маркетингті зерттеулердегі маңызы қандай?

Билет 22

1. Маркетингті зерттеулерде сараптама жүргізуі дегеніміз не?
2. Жарнаманың негізгі түрлері қандай?
3. Нарық көлемі түсінігі дегеніміз не?

2 аралық бақылаудың билеттері

Билет 1

1. Маркетингтік жоспарлау үрдісі дегеніміз не?
2. Ұйымның мақсатын қалыптастыруы неде?
3. Мақсатқа жету стратегиясының негізделуі дегеніміз не?

Билет 2

1. Нақты іс-әрекеттердің жоспарларын қалай жасалынады?
2. Уақыт бойынша жоспарлы іс-әрекеттерді қалай келістіру?
3. Уақыт бойынша жоспарлы іс-әрекеттерді реттеу тәсілдері қандай?

Билет 3

1. Тораптың модельдер туралы негізгі түсінік дегеніміз не?
2. Маркетингтік бюджеттерді қалыптастыру іске асырылады?
3. Маркетинг жоспарларын бақылау және түзету қалай жүргізіледі?

Билет 4

1. Менеджмент, фармацевтикалық менеджмент дегеніміз не?
2. Басқару дегеніміз не?
3. Басқару қызметі дегеніміз не?

Билет 5

1. Басқарудың теориясы мен практикасының қандай даму сатыларын білесіз?
2. Менеджменттегі жүйелік тәсіл дегеніміз не?
3. Басқарудағы ситуациялық тәсілдің мәні мен маңызы.

Билет 6

1. Менеджменттің пәні мен нысаны нені зерттейді?
2. Менеджменттің мақсаты қандай?
3. Менеджменттің қандай қызметтерін білесіз?

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИУБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 7стр. из 8

Билет 7

1. Менеджменттің анағұрлым әйгілі әдістерінің мәні неде?
2. Менеджменттің қағидалары дегеніміз не?
3. Басқарудың заманауи қағидалары қандай?

Билет 8

1. Шешім, басқару шешім, басқару техникасына сипаттама беріңіз?
2. Басқару шешімдердің классификациясы дегеніміз не?
3. Басқару шешімдерді қабылдау сатылары қандай?

Билет 9

1. Басқару шешімдерді I сатысында қолдануға болатын әдістердің сипаттама беріңіз?
2. Басқару шешімдерді іске асыру және олардың сатылары қандай?
3. «Менеджердің іскерлігі» түсінігінің сипаттамасы неде?

Билет 10

1. Басқару шешімдеріндегі қандай тәуекел бар?
2. Тәуекелді басқару үрдісі қалай іске асырылады?
3. Өкілеттіліктерді бөлу түсінігі неде?

Билет 11

1. Өкілеттіліктерді бөлудің мақсаты неде?
2. Менеджменттегі ұтымды өкілеттіліктерді бөлудің негізгі принциптері қандай?
3. Ұйымдастырушылық өкілеттіліктер дегеніміз не?

Билет 12

1. Қол асты қызметкерлерінің жұмыс істеу деңгейін бағалау қалай жүргізіледі?
2. Басқару мөлшері дегеніміз не?
3. Басқару мөлшерінің қандай түрлерін білесіз?

Билет 13

1. Басшының жұмыс сапасын анықтау дегеніміз не?
2. Қызметкерлердің жұмыс сапасын анықтау
3. Өкілеттіліктерді табысты бөлудің негізгі факторлары қандай?

Билет 14

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

Билет 15

1. Мотивтеудің негізгі теориялары, анықтамалары мен айырмашылықтары неде?
2. Еңбек ұжымын басқару стильдері қандай?
3. Басшылық стилін анықтаудың үш жолы бар?

Билет 16

1. Дәріхананың кадр саясаты түсінігі неде?
2. Дәріхананың кадр саясат құрылымы қандай?

ONTÜSTIK-QAZAQSTAN MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
ФИУБ кафедрасы Бақылау-өлшеу құралдары		40-2025 8стр. из 8

3. Персоналды басқару қағидалары және концепциялары қандай?

Билет 17

1. Кәсіпорынның кадр саясатының мақсаттары қандай?
2. Кадр саясаттың стратегиялық мақсаттар қандай?
3. Кадр саясаттың тактикалық мақсаттары қандай?

Билет 18

1. Кадр саясатының оперативтік мақсаттары қандай?
2. Қызметтік-лауазымдық нұсқаулықты құрастыру тәртібі.
3. Фармацевтикалық көмек туралы түсінік беріңіз?

Билет 19

1. Фармацевтикалық көмектің жүйесінің ерекшеліктерінің атаңыз?
2. Фармацевтикалық көмектің негізгі мақсаттары қандай?
3. Фармацевттердің кәсіби кеңес беруіне қандай себептер болды?

Билет 20

1. Дәріханалардың ақпараттық - кеңестік қызметтерінің қажеттілігін анықтаңыз?
2. Сапалы көмек көрсетудің негізгі бөлігі білікті фармацевтикалық кеңес беру болып табылады.
3. Өзіндік емделудің қалыптасуына қандай факторлар әсер етті?

Билет 21

1. Тұтынушыларға ақпараттық-кеңес қызметтерін көрсетудегі фармацевттердің ролі.
2. Фармацевт-кеңес берушіге қойылатын талаптар.
3. Мамандардың тұтынушыларға кеңес беруде көбінесе неге көңіл бөледі?

Билет 22

1. Дәріханалық ұйымның қандай негізгі функциялары бар?
2. Дәріхана тұтынушыларын емдеу кезіндегі дәріхана қызметкерінің ролі.
3. Тұтынушыларды ақпараттандыру және кеңес беру қандай нормативті құжаттар негізінде жүзеге асырылады?

Билет 23

1. Дәріхана тұтынушыларына кеңес беру үшін қандай ақпараттар негіз болып табылады?
2. «Фармацевт-кеңес беруші» анықтамасы қашан пайда болды?
3. ҚР дәріхана тұтынушыларына кеңес беру тәжірибесі қолданылады ма?