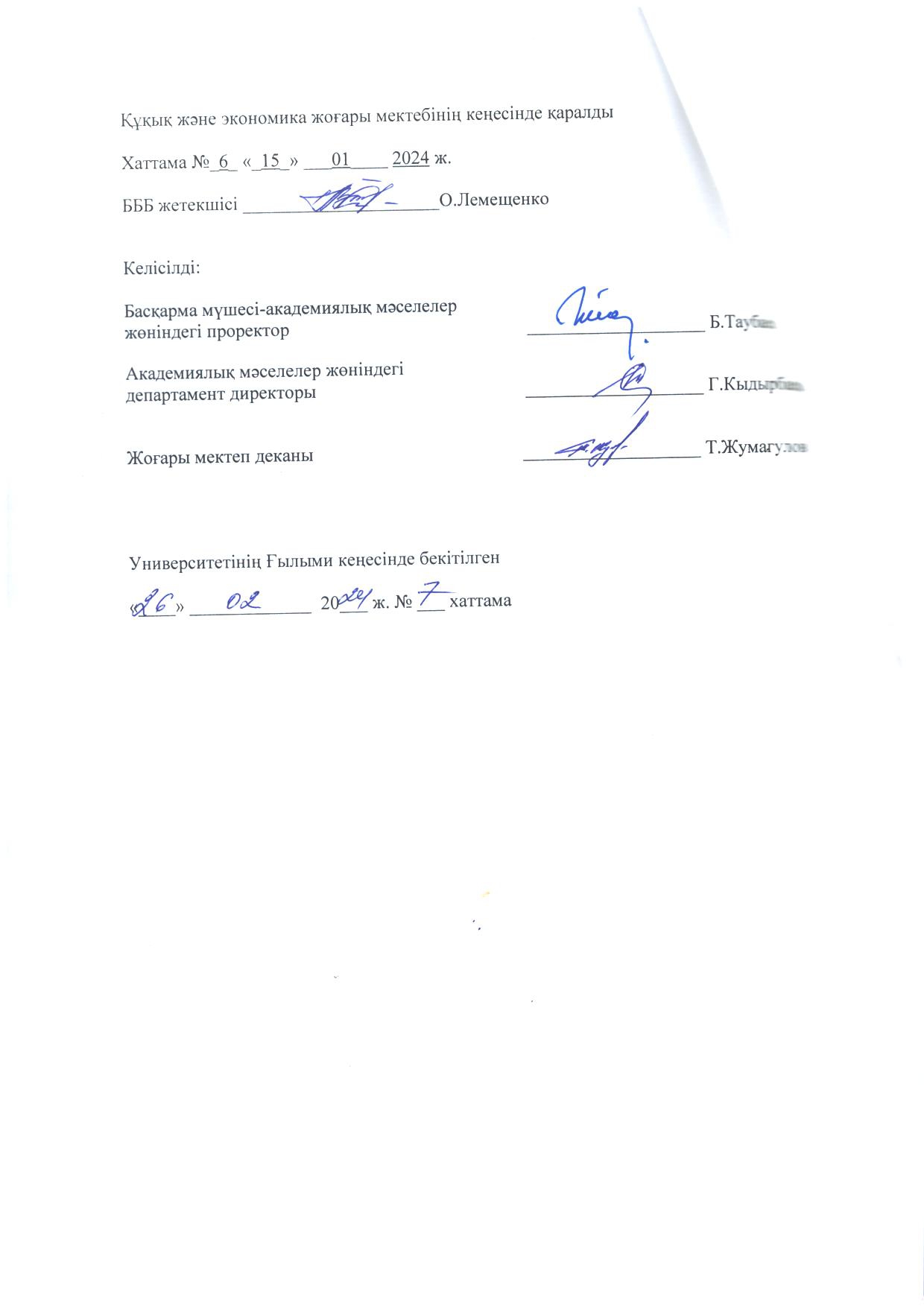
****

****

**ТҮСІНДІРМЕ ХАТ**

6В04102 – «Мемлекеттік және жергілікті басқару» БББ кешенді емтихан мақсаты, оқу кезеңінде алған білімдерін, қоғам, экономика дамуының жалпы заңдылықтарын, экономиканы мемлекеттік реттеу мен басқарудың теориялық негіздерін кешенді бағалау, мемлекеттік саясатты қалыптастыру мен жүзеге асыру тетіктерін көздейді.

Кешенді емтихан мазмұны 6В04102 – «Мемлекеттік және жергілікті басқару» БББ бойынша бакалаврды дайындау деңгейіне және білім беру бағдарламаларының қолданыстағы модуліне қойылатын талаптарға сәйкес әзірленген бағдарламамен анықталады.

Кешенді емтихан бағдарламасының мазмұны негізінде емтихан материалдары әзірленді, олар бітірушілердің кәсіптік қызмет міндеттерін шешуге дайындығын тексеру үшін кешенді сұрақтар тізбесін ұсынады және келесі модульдерден тұрады: 1)Менеджмент, 2)Маркетинг, 3)Экономиканы мемлекеттік реттеу.

**Модуль 1. «Менеджмент»**

1. **Менеджменттің басқарушылық қызметі.**

Менеджменттің басқарушылық қызметі. Управленческая деятельность менеджмента. Менеджердің басқару қызметінің мәні мен мазмұны: менеджерлердің сипаттамалары мен рөлі. Менеджменттің анықтамасы. Менеджер қызметтері мен дағдылары.

1. **Ұйымның және басқару қызметінің сипаттамасы.**

Ұйымның және басқару қызметінің сипаттамасы. Ұйымның анықтамасы. Ресми және бейресми ұйымдар. Күрделі ұйымдар және оларға тән жалпы белгілер. Басқару қажеттілігі.

1. **Кәсіпкер және менеджер.**

Кәсіпкер және менеджер. Ұйымдастыру иерархиясындағы менеджмент деңгейлері. Ұйым табысының құраушылары. Шағын бизнестегі және коммерциялық емес ұйымдардағы менеджмент.

1. **Басқарудың негізгі даму үрдістері.**

Басқарудың негізгі даму тенденциялары.Менеджмент ғылым және өнер ретінде. Менеджерлердің жаңа құзыреті. Қазақстан Республикасындағы менеджментті дамытудың саяси және экономикалық алғышарттары.

1. **Басқару ойының эволюциясы.**

Басқару ойының эволюциясы. Менеджментті дамытудағы тарихи алғышарттар және кезеңдеу. 1990 жылға дейін басқару және ұйымдастыру. Ғылымды және өзіндік зерттеу саласын басқаруды мойындау.

1. **Басқарудағы түрлі мектептер.**

Басқарудағы түрлі мектептер. Әртүрлі мектептерді бөлу негізінде басқару тәсілдері: ғылыми басқару, әкімшілік мектеп, адами қатынастар және мінез-құлық ғылымдары мектебі, басқару ғылымы (немесе сандық көзқарас). Үдерістік, жүйелік және жағдайлық тәсіл: олардың сипаттамалары.

1. **Басқаруды ұйымдастыру.**

Ұйым басқару объектісі ретінде. Ұйымның негізгі айнымалылары. Ұйымның мақсаты: олардың әр түрлілігі және бөлімшелердің мақсаттары. Ұйымның құрылымы. Міндеттер сипаттамасы, міндеттері және мамандануы.

1. **Ұйымның ішкі ортасы.**

Ұйымның ішкі ортасы. Адамдар: жеке тұлға сипаттамалары. Ішкі айнымалылардың өзара байланысы және оларды жүйелік модель түрінде ұсыну. Әлеуметтік техникалық кіші жүйелер.

1. **Ұйымның сыртқы ортасы.**

Ұйымның сыртқы ортасы және оның ұйым үшін маңызы. Сыртқы ортаның сипаттамалары. Тікелей және жанама әсер ету ортасының негізгі факторлары.

1. **Халықаралық бизнесті басқару.**

Халықаралық бизнесті басқаруды дамыту. Халықаралық бизнестің түрлері. Халықаралық орта факторлары. Технология: технологиядағы ірі төңкерістер. Джоан Вудворд, Джеймс Томпсон бойынша технологиялардың жіктелуі.

1. **Әлеуметтік жауапкершілік.**

Қоғамдағы бизнестің рөлі. Әлеуметтік жауапкершілік түсінігі. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі үшін және қарсы дәлелдер. Ұйымның стейкхолдерлері. Компанияның әлеуметтік жауапкершілігін бағалау. Әлеуметтік жауапкершіліктің жоғары түрі ретінде дискрециялық жауапкершілік.

1. **Менеджер этикасы.**

Этика ұғымы. Этикалық шешімдер қабылдау үшін критерийлер. Этикалық таңдауға әсер ететін факторлар. Компанияның этикасы мен әлеуметтік жауапкершілігін басқару. Қазіргі жағдайда әлеуметтік жауапкершіліктің этикалық мінез-құлқы мәнінің өсуі.

1. **Менеджменттегі коммуникация.**

Ұйымды басқару тиімділігін қамтамасыз етудегі коммуникацияның рөлі. Ұйым мен оның ортасы арасындағы коммуникациялар. Менеджмент жүйесіндегі көлденең және тік коммуникациялар.

1. **Коммуникациялық процесс.**

Коммуникациялық процесс. Коммуникация процесінің элементтері мен кезеңдері. Тұлғааралық коммуникациялар және олардың жолындағы кедергілер. Ұйымның ақпараттық алмасуын жетілдіру тәсілдері.

1. **Басқарушылық шешімдерді қабылдау.**

Шешім ұғымы. Басқарудағы ұйымдастырушылық шешімдердің рөлі мен маңызы. Басқару шешімдерінің түсінігі және жіктелуі. Шешім қабылдау тәсілдері. Мәселелерді тиімді шешу кезеңдері.

1. **Басқарушылық шешімдерді қабылдау процесіне әсер ететін факторлар.**

Ұйымдастыру үшін тиімді шешімдер қабылдау жолындағы ақпараттық және мінез-құлық шектеулері. Қабылданатын шешімдердің ықтимал теріс салдарлары мен жанама әсерлерін есепке алу.

1. **Басқару ғылымының модельдері.**

Басқару ғылымының модельдері. Модель түрлері. Модель құру процесінің негізгі кезеңдері. Модельдің тиімділігін төмендететін әлеуетті қателіктер.

1. **Шешім қабылдау әдістері.**

Шешім қабылдау әдістері: төлем матрицасы және ағаш шешімдер. Формалды емес, сандық және сапалық болжау әдістері.

1. **Менеджмент функциялары.**

Жоспарлау. Ұйымдастыру, Мотивация, Бақылау.

1. **Жоспарлау.**

Ұйымды тиімді басқару үшін жоспарлаудың мәні. Ұйымның миссиясын таңдау. Топ-менеджменттің құндылықтары мен мақсаттары. Мақсаттардың сипаттамасы.

1. **Стратегиялық жоспарлау.**

Стратегиялық жоспарлау. Стратегиялық жоспарлау үдерісі шеңберіндегі басқарушылық қызметтің мәні, негізгі түрлері. Стратегиялық жоспарды іске асыру. Ресми жоспарлаудың негізгі компоненттері. Стратегиялық жоспардың іске асырылуын басқару және оның орындалуын бақылау.

1. **Сыртқы ортаны бағалау және талдау.**

Сыртқы ортаны бағалау және талдау. Ұйымның ішкі күшті және әлсіз жақтарын басқарушылық зерттеу. Стратегиялық баламаларды зерттеу және стратегияны таңдау.

1. **Бюджет және мақсаттар бойынша басқару.**

Мақсаттар бойынша бюджеттер және басқару. Мақсаты бойынша басқару процесінің кезеңдері. МВО бағдарламаларының тиімділігі. Стратегиялық жоспарды бағалау.

1. **Ұйым басқару функциясы ретінде.**

Ұйым менеджмент функциясы ретінде. Делегациялау, жауапкершілік және өкілеттілік. Ұйымдастырушылық өкілеттіліктің классикалық тұжырымдамасы. Сызықтық және аппараттық өкілеттіктер.

1. **Әкімшілік аппаратының түрлері.**

Әкімшілік аппараттың түрлері. Аппараттық өкілеттіліктің түрлері. Өкілеттіктерді тиімді бөлуді ұйымдастыру. Тиімді делегацияға кедергілер.

1. **Ұйымдық құрылымдар.**

Басқарудың ұйымдық құрылымының мақсаты. Ұйымдастырушылық жобалау кезеңдері. Ұйымдастыру құрылымдарының баламалы нұсқалары. Орталықтандырылған және орталықсыздандырылған ұйымдар.

1. **Бюрократиялық ұйымдастырушылық құрылым.**

Бюрократиялық ұйымдастырушылық құрылым: оның артықшылықтары мен кемшіліктері. Департаменттеу және департаменттеудің кең таралған жүйелері: олардың артықшылықтары мен кемшіліктері. Бейімделу ұйымдастыру құрылымдары: олардың артықшылықтары мен кемшіліктері. Конгломерат түрін ұйымдастыру.

1. **Менеджменттегі мотивация.**

Мотивация ұғымы және мотивация ұғымының эволюциясы. Мотивацияның бастапқы тұжырымдамалары. Бастапқы және қайталама қажеттіліктер. Қажеттілік және мотивациялық мінез-құлық. Сыйақылар: ішкі және сыртқы.

1. **Заманауи мотивация теориялары.**

Мотивацияның мазмұнды теориялары: А. Маслоу бойынша қажеттіліктердің иерархиясы; Д. Макклеланд қажеттіліктерінің теориясы, Ф. Герцбергтің екі факторлы теориясы. Мотивацияның процессуалды теориясы: күту теориясы, әділдік теориясы, Портер-Лоулер моделі. Мотивацияның іс жүргізу теорияларының негізгі тұжырымдары және олардың басқару практикасында қолданылуы.

1. **Бақылау.**

Бақылаудың мәні мен мағынасы. Бақылаудың объективті қажеттілігі. Бақылау түрлері және олардың сипаттамалары. Бақылау процесінің кезеңдері. Бақылаудың мінез-құлық аспектілері.

**Модуль 2. «Маркетинг»**

1. **Маркетингтің теориялық негіздері мен тұжырымдамалары.**

Маркетингтің пайда болуы және дамуының экономикалық алғы шарттары. Маркетингтің мәні. Маркетинг мәнінің анықтамасының әртүрлі бағыттары. Нарықтық ғылым ретінде маркетингтің әлеуметтік-экономикалық мазмұны, ерекшелігі және дамуы. Маркетингтің негізгі ұғымдары. "Сатушы рыногы" және "сатып алушылар рыногы" жағдайларындағы маркетинг іс-әрекеттерінің ерекшеліктері. Маркетингтің объектісі, субъектісі, мақсаттары, қызметтері, үрдісі және қағидалары.

1. **"Маркетинг-микс" түсінігі.**

Тауарлар мен қызметтер үшін маркетинг кешенінің негізгі элементтері. Маркетинг түрлері: дифференциалданбаған, дифференциалданған, шоғырланған, кешенді және коммуникативті (өзара байланысқан). Сұранысқа байланысты маркетинг типтері: конверсиялық, дамушы, ремаркетинг, синхромаркетинг, ынталандырушы, қолдаушы, демаркетинг, қарсы әрекет етуші маркетинг. Коммерциялық маркетинг нысандары. Бейкоммерциялық маркетинг. Қолдану саласы бойынша маркетинг түрлері: тұтыну, өнеркәсіп. Инвестициялық, қызмет маркетингі. Экономикалық субъектінің әрекетіне байланысты маркетинг түрлері: ұйым маркетингі, эгомаркетинг, орын маркетингі, әлеуметтік маркетинг және т.б. Оларда маркетинг философиясы мен құралдарын қолдану ерекшеліктері. Макромаркетингті қолдану салалары мен ерекшеліктері.

1. **Маркетингтік зерттеулер.**

Маркетингтік ақпарат жүйесі түсінігі. Маркетингтік ақпарат жүйесінің құрамдастары. Маркетингтік ақпаратты жіктеу. Маркетингтік ақпарат құрылымы. Бастапқы және екінші ретті ақпарат, оның артықшылықтары мен кемшіліктері. Сыртқы ақпарат көздері. Ішкі ақпарат көздері. Маркетинг зерттеулерінің ұғымы, оның рөлі мен қажеттілігі. Маркетинг зерттеу жүргізу принциптері. Маркетинг зерттеу мақсаттары, нысаналары және типтері.

1. **Маркетинг зерттеулерінің негізгі бағыттары.**

Маркетинг зерттеулері ережелері мен тәртіптері: зерттеу жоспарын өңдеу, зерттеу жоспарын жүзеге асыру, зерттеу нәтижелерін бейнелеу және тұжырымдау. Маркетинг зерттеулерінің әдістері: кабинеттік және далалық, санды және сапалы. Кабинеттік зерттеулер: екінші ретті мәліметтерді талдау, контент-талдау, регрессиялық және корреляциялық талдау. Далалық зерттеулер: бақылау, тәжірибе, таңдамалы зерттеу. Санды зерттеулер: ауызша түрде сұрау, почта арқылы сауалнама, телефондық сұхбат. Сапалы зерттеу: терең түрде жүргізілетін сұхбат, фокус-топтар, эксперттік бағалау.

1. **Маркетингтік зерттеудің қазіргі жағдайы.**

Шетелдік және отандық тәжірибеде маркетинг зерттеулерін жүргізу ерекшеліктері. Қазақстанда маркетингтік зерттеулердің рөлі.

1. **Маркетингтік ортасы.**

Маркетинг іс-әрекеттерін жүргізу ортасының түсінігі. Маркетинг ортасының құрамдас бөліктері. Маркетинг ортасының бақыланатын және бақыланбайтын факторлары: олардың өзара байланысы.Микроорта және оның құрамдастары. Бәсекелестік орта ұғымы. Бәсекелестердің түрлері. Фирманың жабдықтаушыларымен қарым-қатынасын зерттеу. Жабдықтаушылар түрлері. Жабдықтаушыларға қойылатын маркетинг талаптары. Делдалдар ұғымы және олардың түрлері: сауда, маркетинг қызметін көрсететін мекемелер, қаржы-несие мекемелері, тауар жылжытуды ұйымдастырушы маман фирмалар.

1. **Фирманың ішкі ортасын зерттеу.**

Фирманың әлеуетін талдау: өндіру, тарату, жылжыту, басқару, қаржы, басқарудын ұйымдық құрылымы. Фирмада маркетингті ұйымдастыру.Медиаорта: ішкі, жергілікті байланыс аудиториялары, мемлекеттік мекемелер байланыс аудиториялары, қаржы топтары, іс-әрекет жүргізетін азаматтық топтар, көпшілік бұқара, бұқаралық ақпарат құралдарының байланыс аудиториялары. Байланыс аудиториялар түрлері.

1. **Тауар нарығындағы тұтынушылардың мінез-құлығы.**

"Қажеттілік" ұғымы. Қажеттілік түрлері: қажеттіліктің тарихи орнына қарай, қанағаттанлыру деңгейіне сәйкес, қалыптасу қарқынына қарай және т.б. Қажеттіліктерді өлшеу негіздері: оңтайлы тұтыну теориясы (физиологиялық, функпионалды, тұрмыс үдерістері, әлеуметтік талаптары). экономикалық теориялар (шекті пайдалылық теориясы, икемділік теориясы, З.Фрейд. А.Маслоу уәждеме теориялары) және мінез-құлықтың эмоционалды уәждері.Тұтынушылар түрлері. Тұтынушылар түрлерінің араларындағы негізгі айырмашылықтар.

1. **Тұтынушы-ұйымдардың сатып алудағы мінез-құлқының ерекшеліктері.**

Сатып алу түрлері. Сатып алу туралы шешім қабылдау үрдісінде есепке алынатын факторлар. Тұтынушы-ұйымдар мінез-құтқына әсер ететін негізгі факторлар.

Өнеркәсіп тауарларын сатып алу туралы шешім қабылдау үрдісі: қажеттілікті ұғыну және оны сипаттау, жабдықтаушыларды іздеу, ұсыныс іздеу, жабдықтаушыны таңдау, тапсырыс беру, жабдықтаушының жұмысын бағалау.

1. **Нарықты сегменттеу.**

Нарықты сегменттеудің мәні, мағынасы және белгілері. Сегменттеудің артықшылықтары. Сегменттеу түрлері: макросегменттеу, микросегменттеу, терең сегменттеу, енінен сегменттеу, алдын ала және соңғы сегменттеу.

Тұтынушылар нарығын сегменттеудің негізгі принциптері: географиялық, әлеуметтік-демографиялық, экономикалық, психографиялық, мінез-құлықтық.

1. **Тауарлар нарығының жіктелуі.**

Конъюктуралық шолу. Нарық сыйымдылығы: түсінігі, деңгейі. Нарық сыйымдылығын бағалау. Нарық үлесін анықтау. Нарықтын сыйымдылығы мен үлесінің динамикалық әсер ететін факторлар. Нарықты қамтудың маркетингтік стратегиялары: дифференциалданбаған, дифференциалданған, шоғырланған.Тауарды нарықта жайғастыру үрдісі. Жайғастырудың критерийлерін таңдау. Тауардың нарықта жайғастыру кезіндегі әрекеттер тізбегі. Жайғастыру карталары Жайғастыру стратегиялары. Тауарды қайта жайғастыру.

1. **Маркетинг жүйесіндегі тауар.**

Маркетингтегі тауар түсінігі. Тауардың үш деңгейлік үлгісі. Тауарларды жіктеу: дәстүрлі, қызмет және дәстүрлі емес. Тұтыну тауарларын жіктеу. Өнеркәсіп тауарларын жіктеу.

1. **Тауардың өміршеңдік кезеңі концепциясы.**

Тауардың өміршеңдік кезеңдерінің кезеңдері: енгізу, өсу, кемелдену, құлдырау. Тауардың өміршеңдік кезеңдері түрлері. Тауардың өміршеңдік кезеңін ұзату әдістері.

Тауарды таңбалау. Тауар белгісі және мәні. Тауарлық-белгі тәжірибесінің негізгі түсініктері. Тауарды таңбалаудың тәсілдері мен қағидалары. Фирманың тауар саясатындағы бренд және брендинг. Брендингтің мәні, түрлері. Брендті басқару. Сервис және кепілдемелік қызмет көрсету.Тауардың орамы. Орам түсінігі, мәні, қызметтері. Орамды жасау кезінде қойылатын талаптар.

1. **Маркетингтегі тауар саясаты.**

Тауар саясатының мәні, мақсаттары және міндеттері. Ассортименттік саясат. Ассортимент түсінігі. Тауар ассортиментінің көрсеткіштері. Тауар ассортименттік басқару. Тауар элиминациясы.Жаңа тауар ұғымы және оның мәні. Жаңалық деңгейінің түсінігі. Жаңартылған тауар, жаңа тауар, нарықтық жаңалығы бар тауар. Жаңа тауарды жасау үрдісі: идеялар жинау, идеяларды іріктеу, жаңа тауар тұжырымдамасын тексеру, экономикалық сараптама жүргізу, өнімді өңдеу, байқау маркетингісі, өндірісті коммерииялық дамыту. Тауарды тестілеу.

1. **Тауардың бәсекеге қабілеттілігі түсінігі және оны анықтау белгілері.** Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтау әдістері. Тауардың бәсекеге қабілеттілігі параметрлары. Тауар сапасы түсінігі және оның құрамдастары. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету жүйесіндегі стандарттау және сертификаттау.
2. **Маркетингтің баға саясаты.**

Бағаның мәні және оның фирманың бәсекелестік стратегиясының элемент ретіндегі рөлі. Баға және құндылық түсініктері, олардың өзара байланысы. Бәсекелестік артықшылық. Бәсекелестік ортадағы фирманың позициясы. Бағалы сегменттер.Баға саясаты. Онын мәні және фирманың нарықтағы жалпы мінез-құлқы саясатымен байланысы. Фирма қызметіндегі баға саясатының күшейтуінің себептері мен оның маркетинг-микс элементтерімен байланысы. Бағаның басқа m маркетинг құралдарымен салыстырғандағы айырмашылықтары Меt ерекшеліктері. Баға саясатының мақсаттары. Тауарларға баға орнату үрдісі (сатылары).

1. **Баға саясатына әсер ететін факторлар.**

Бәсекелестік. Нарықтар және оның құрылымы. Сатып алушылардын мінез-құлқы. Бағалық менеджменттің психологиялық аспектілері. Баға икемділігі. Шығындар. Басқа да факторлар (инфляция, салықтар, мемлекеттік реттеу, келісім-шарт түрлері және т.б.). Баға түрлері.Бағалық стратегия. Бағалық стратегияның мәні. Бағалық стратегияның түрлері және оның қолдану шарттары. Бағалық шешімдерді қабылдауға қажетті ақпараттар. Соңғы бағаны орнату.

1. **Маркетинг жүйесіндегі тарату саясаты.**

Тарату саясатынын мәні және негізгі құрамдас бөліктері. Тарату саясатындағы шешімдерді қабылдау.Делдалдардың жіктелуі, атқаратын қызметтер.Тарату арналары: түсінігі, мәні, атқаратын қызметтері. Тарату арналарының сипаттамалары: деңгейі, ұзындығы, ені.Өткізу стратегиялары: қарқынды, ірікті, эксклюзивті. Өткізу стратегияларының артықшылыктары мен кемшіліктері. Іріктеп өткіздегі делдалдарды таңдау белгілері. Дәстүрлі тарату арнасы. Интегралды тарату арналары. Франшиза түсінігі, түрлері.Логистика. Логистика түрлері. Маркетинг-логистиканың үдерісі.

1. **Бөлшек сауда ұғымы, оның атқаратын қызметтері және түрлері.**

Бөлшек сауда ұйымдарын жіктеу. Дүкен түрлері. Дүкенсіз бөлшек сауда. Бөлшек саудагерлердің негізгі маркетингтік шешімдері. Мерчендайзинг түсінігі және мәні.

Электронды коммерция. Электронды сауда. Интерактивті дүкен. Ниртуалды нарықтағы маркетингтік шешімдердің тиімділігі.

1. **Маркетингтегі коммуникациялық саясат.**

Коммуникация жүйесі түсінігі. Маркетингтік коммуникациялар даму кезеңдері. Маркетингтік коммуникация үрдісінің үлгісі, оның элементтері. Коммуникация арналары: коммуникацияның жеке және жеке емес арналары. Коммуникациялық саясат: ұғымы, мәні. Жылжыту қаржысын өңдеу әдістері.Коммуникаииялық саясатының құралдары: жарнама, жеке сату, қоғаммен байланыс (паблик рилейшнз), өткізуді ынталандыру. Жеке сатудың маңызы, рөлі мен ерекшеліктері. Жеке сатудың артықшылықтары мен кемшіліктері. Жеке сатуды жүзеге асыру құралдары. Жеке сату аясындағы сауда персоналының міндеттері.

1. **Өткізуді ынталандыру: түсінігі, ерекшеліктері, түрлері.**

Өткізуді ынталандыру багдарламасын өңдеу. Тұтынушыларды, делдалдарды, ынталандыру әдістері.

Тікелей маркетинг. Тікелей маркетингтің тұжырымдамалары: сенаратты, интегративті, функционалды. Өнім-плейсмент: түсінігі, қолдану ерекшеліктері.

Интерактивті коммуникациялар. Интернеттің функционалды міндеті және қорлары. Маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін арттыруға арналған құралдар мен әдістері. Біріккен маркетингтік коммуникациялар.

1. **Маркетинг жүйесіндегі жарнама.**

Жарнама, оның мәні, ерекшеліктері, атқаратын қызметтері және түрлері. Жарнама тарату құралдары: баспа, пошта арқылы, экрандық, сыртқы, баспасөздегі, хабар тарату құралдарындағы жарнама, көлік жарнамасы, интернет. Тауарды тарату арналарын таңдау белгілері. Жарнама қызметін жоспарлау. Жарнама қызметінің кезеңдері.

1. **Жарнамалық кампания түсінігі.**

Жарнамалық кампанияны ұйымдастыру және жүргізу. Жарнамалық шаралардың тиімділігін анықтау. Жарнамалық агенттіктердің қызметі: олардың түрлері, қызметтері. Жарнамалық агенттіктердің жұмыстарының ерекшеліктері. ҚР-ғы жарнамалық қызметтің дамуы.

1. **Маркетингті жоспарлау және бақылау.**

Маркетингті жоспарлаудың рөлі және артықшылықтары. Маркетинг жоспарын тиімді құруға әсер ететін факторлар. Маркетинг жоспарын жіктеу. Оларды жіктеу белгілері: іс-әрекет ету мерзімі, маңыздылығы және жасау әдістері. Маркетингтің жалпы, біріккен және арнайы жоспары. Стратегиялық және тактикалық жоспарлар.Маркетингтік жоспарлаудың әдістері және кезеңдері. Маркетинг жоспарын орындауды қамтамасыз ететін нақты іс-әрекеттерге жоспар жасау.

1. **Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау.**

Стратегиялық жоспарлау мәні мен мағынасы. Стратегиялық жоспарлау үрдісі. Маркетингтегі стратегилық жоспарлаудың ерекшеліктері және міндеттері. Фирмада стратегиялық жоспар өңдеу салалары. Фирманың мақсаты мен миссиясы.

1. **Маркетинг стратегиясын өңдеу үшін қолданатын үлгілер.**

Маркетинг мүмкіндіктерін талдау: ситуациялық талдау. STEP-талдау, GАР-талдау.

Тауар нарық мүмкіндіктері қалыптамасы (МакКинси), "нарық үлесі өсу" (БКТ) қалыптамасы. PIMS-талдау. Ұйым дамуының базистік стратегиялары. И. Ансофф қалыптамасы. М. Портердің бәсеке үлгілері. Бәсекелестік басымдылық қамтамасыз ету үшін маркетингтік шешімдер.

1. **Халықаралық маркетинг.**

Халықаралық маркетинг ұғымы Халықаралық маркетингтің ролі мен мағынасы. Интернационализация нысандары және халықаралық маркетингтің дамуы.

1. **Халықаралық маркетинг ортасы**.

Сыртқы нарықтың экономикалық, құқықтық және мәдени ортасы, олардың халықаралық маркетингке әсер етуі.

Халықаралық маркетинг стратегияларын жасап дайындау. Халықаралық қызмет түрлері.

Халықаралық маркетинг-микс. Тауарды жоспарлау стратегиялары. Тауарды сыртқы нарықта тарату стратегиялары. Халықаралық маркетингтегі баға стратегиялары. Тауарды жылжыту стратегиялары.

1. **Қызметтер және бейкоммерциялық әрекеттің маркетингі.**

Қызмет ұғымы. Қызметтердің негізгі сипаттамалары. Қызметтерді жіктеу. Қызметтер маркетингінің кешенін жасап дайындау ерекшеліктері.

Қызметтер рыногын сегменттеу. Қызметтер аясында бәсекелік басымдылықтар. Қызметтер саласында өндіріс, жылжыту, тарату және баға белгілеу ерекшеліктері.

1. **Бейкоммерциялық әрекеттер аясындағы маркетинг.**

Бейкоммерциялық ұйымдар. Бейкоммерциялық маркетингтегі айырбас үрдісі.

Ұйымдар маркетингі, оның элементтері. Қоғам пікірін қалыптастыру. Саяси маркетинг, эго-маркетинг, өзіндік маркетинг: түсінігі, ерекшеліктері. Идеялар маркетингі, оның мәні. Қоғамдық маркетинг. Қоғамдық маркетингті жоспарлау үрдісі.

**Модуль 3. «Экономиканы мемлекеттік реттеу»**

1. **Экономикаға мемлекеттің араласуының объективті қажеттігі.**

Қоғамдық-экономикалық жүйенің типологиясы мен шаруашылық жүргізудің негізгі үлгілері. Мемлекеттің экономикалық рөлі жөніндегі мәселелердің бағыттары: неоклассикалық және кейнсиандық ағым, неолиберализм, институционализм және т.б.

1. **Экономиканы «мемлекеттік реттеу» түсінігінің анықтамасы.**

Нарықтық қатынастар ареалы мен оның шектері. Нарықтық экономиканың қалыптасуы мен дамуындағы мемлекеттің рөлі. Экономиканы мемлекеттік реттеудің анықтамасы. Мемлекеттік реттеудің объектілері: макросфера, экономиканың өндірістік, инфрақұрылымдық, әлеуметтік сфералары. ЭМР-дің субъектілері, олардың әлеуметтік-экономикалық және шаруашылық мүдделері. Бұл мүдделерді бір арнаға бағыттау – мемлекеттің маңызды міндеті.

1. **Экономиканы мемлекеттік реттеудің методологиясы жөніндегі ұғым.**

Акселератор, мультипликатор түсініктері және олардың ЭМР-дегі рөлі. ЭМР-дің қағидасы мен принциптерін негіздеу. ЭМР әдісі мен механизмдері.

1. **ЭМР әдістерінің құрамы, объектісі мен мақсаттары.**

Экономиканы мемлекеттік реттеудің әдісітері: макроэкономикалық, институицоналдық, ақпараттық, ресурстық. Мемлекеттің дәстүрлі және жаңа қызметтері. Әкімшілік-құқықтық реттеу. Экономикалық реттеу.

1. **Экономиканы мемлекеттік реттеудің әдістері мен құралдары.**

Экономикаға мемлекеттің тікелей және жанама әсер ету нысандарын анықтайтын жағдайлар. Қазақстандағы мемлекеттің экономикалық билік ету жүйесі. Кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдауды ұйымдастырушылық-құқықтық қамтамасыз ету. Мемлекеттік кәсіпкерліктің мәні және даму белгілері.

1. **Болжау** - **мемлекеттік реттеудің негізгі әдісі ретінде.**

Мемлекеттік реттеудің қазіргі әдістері: ғылыми болжау, жоспарлау, бағдарлама жасау. Болжаудың негізгі түрлері. Болжаудың қағидалары: кешенділігі, ғылыми негізделуі, баламалылығы, мақсатқа сай бағытталуы.

1. **Жоспарлау мен бағдарламалаудың реттеушілік маңыздылығы.**

Жоспарлаудың мәні және негізгі мақсаттары. Жоспарлаудың түрлері: директивті және индикативті. Жоспарлаудың қағидалары. Экономикалық бағдарлама жасау. Мемлекеттік бағдарламаның мақсаттары, мерзімі, сипаты және жүзеге асыру тәсілдері.

1. **Фискалды саясат қаржы-бюджеттік реттеудің негізі ретінде.**

Қаржы-бюджеттік саясакттың мақсаттары, негізгі құралдары. Мемлекеттік бюджет экономиканы қаржылық реттеудің негізі. Бюджет жүйесін құрудың қағидалары: ашықтық, ғылымилық, толықтық, адрестік. Мемлекеттік бюджеттің қызметтері. Қазақстан Республикасындағы қаржы саясатының ерекшеліктері.

1. **Салық жүйесі мемлекеттің экономикалық саясатының әдісі ретінде.**

Салықтардың реттеушілік қызметі. Салық жүйесін құрудың қағидалары, негізгі құралдары: салықтық жеңілдіктер, салықтық несиелер, жеделдетілген амортизация. Бюджеттің тапшылығы және мемлекеттік қарыз- экономиканы реттеудің құралдары. Қазақстан Республикасындағы қаржы саясатының ерекшеліктері.

1. **Экономиканы ақша-несиелік реттеудің негізгі механизмдері.**

Ақша-несиелік реттеудің теориялық негіздері. Ақша-несиелік реттеудің неоклассикалық және кейнстік модельдері. Ақшаның монетарлық теориясы.

1. **Мемлекеттің ақша-несиелік реттеудің мақсаттары мен қазіргі жағдайы.**

Ақша-несиелік реттеудің мақсаттары. Орталық банктің қызметтері. Классикалық монетарлық құралдар: ашық рыноктағы операциялар, пайыз қойылымы саясаты, міндетті резервтерді реттеу. ҚР даму сатыларындағы ақша-несиелік саясатының ерекшеліктері.

1. **Экономикалық өсуді қамтамасыз етудің мемлекеттік іс-шаралары.**

Экономикалық өсудің мақсаттары, типтері, факторлары. Экономикалық өсу және қоршаған орта. Тұрақты экономикалық өсу және тұрақты экономикалық даму тұжырымдамасы. Экономикалық өсудің модельдері. Адам капиталы өсудің маңызды факторы ретінде. Экономикалық өсуді қамтамасыз ету бойынша мемлекеттің негізгі әрекет ету бағыттары.

1. **Ғылыми-техникалық прогрестің бағыттары және оны жеделдетудегі мемлекеттің рөлі.**

Ғылыми-техникалық прогресс қазіргі дамудың факторы ретінде. Ақпараттық-телекоммуникациялық төңкеріс жағдайындағы ұлттық мемлекеттердің даму ерекшеліктері. Ақпараттық технологиялардың адам факторына әсері. Ғылыми- техникалық және инновациялық саясаттардың қалыптасуы. Қазақстан Республикасының индустриалды-инновациялық стратегиясы.

1. **Индустриалды-инновациялық стратегияны жүзеге асыруда мемлекеттің қызметі.**

Постиндустриалды қоғам құрудағы іргелі және қолданбалы ғылыми зерттеулердің рөлі. НИОКР-ды қаржыландыру жағдайлары мен көздері. Индустриалды-инновациялық стратегияны жүзеге асыруда ҚР даму институттарының рөлі. Венчурлық кәсіпкерлікті ұйымдастыру мен дамытуды ынталандыру. Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2015 - 2019 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасының мақсаты, паспорты, жүзеге асыру бағыттары.

1. **Мемлекеттің құрылымдық саясаты.**

Мемлекеттің құрылымдық саясаты және негізгі көрсеткіштері: ұдайы өндірісті реттеу, «мотор-салаларды» анықтау. Экономиканы қайта құрылымдау кезіндегі мемлекеттік реттеу іс-шаралары. Ұлттық шаруашылық құрылымын өзгертудің қажеттігі – Қазақстанның бәсекеге қабілетті дамыған 50 елдің қатарына қосылуының маңызды шарты.

1. **Белсенді өнеркәсіптік саясатты қалыптастырудың қажеттігі.**

Ұзақ мерзімге арналған өнеркәсіптік саясаттың негізгі міндеттері, мақсаттары, қағидалары. Өнеркісіптік саясаттың түрлері. ҚР өнеркәсіпті қолдаудың таңдамалы және жалпы іс-шаралары.

1. **Құрылымдық және өнеркәсіптік саясаттағы инвестициялық сфераның рөлі.**

Инвестициялаудың субъектілері мен объектілері. Инвестицияның негізгі пайда болу көздері. Инвестициялық іс-әрекетті мемлекеттік реттеу нысандары: инвестициялық бағдарлама, мемлекеттік инвестицияларды тікелей басқару. Инвестициялық сфераға ықпал ету нысандары: салық жүйесі, қаржылық көмек, несие және амортизациялық саясат.

1. **Елдің экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етуде аграрлық сфераның рөлі.**

Ұлттық экономикадағы аграрлық өндірістің ерекшеліктері. Агроөнеркәсіптік кешенде тұрақты өндірісті қамтамасыз ету бойынша мемлекеттің негізгі қызметтері. Өндірушілерді мемлекеттік қолдау нысандары: ауыл шаруашылық өнімдеріне сұраныс пен ұсынысқа әсер ету.

1. **Мемлекеттік аграрлық саясаттың іс- шаралары.**

Аграрлык саясаттың іс-шаралары. Агробизнесті қалыптастыру. Қазақстан Республикасында аграрлық өндірісті дамытуды ынталандыратын мемлекеттік бағдарламалар.

1. **Бәсекелік ортаны қалыптастыруда монополияны реттеу қажеттілігі.**

Бәсекелік ортаны қалыптастыру экономикалық өсудің маңызды шарты ретінде. Монополияға қарсы саясат: мазмұны, түрлері, әсер ету әдістері. Әділетсіз бәсекенің түрлері және тұтынушылардың құқықтарын қорғау. ҚР монополияға қарсы саясаттың мазмұны мен механизмі.

1. **Мемлекет** – **бәсекелік ортаны қамтамасыз етудің кепілі ретінде.**

Кәсіпкерлік қызмет түрлерін қолдау және олардың дамуы. Мемлекет бәсекелік ортаны қамтамасыз етуде атқаратын іс-шаралары. Қазіргі кездегі кәсіпкерлікті ынталандырудың нормативті-құқықтық аспектілері.

1. **Жұмыспен қамтуды мемлекеттік реттеу мақсаттыры мен қажеттілігі.**

Жұмыспен қамтудың әлеуметтік-экономикалық мәні, құрылым мен қағидалары. Еңбек рыногы субъектілері, объектілері, реттеу механизмдері. Мемлекеттің жұмыспен қамту саясаты. Белсенді және белсенді емес модельдер.

1. **Халықты әлеуметтік қорғауда мемлекеттің атқаратын іс-әрекеттері.**

Әлеуметтік саясаттың теориялық аспектілері. Табыстарды бөлудегі теңсіздік мәселесі. Қазіргі рыноктық экономикадағы әлеуметтік басымдықтар. Адам капиталын қалыптастыруда мемлекеттің рөлі. Экономикалық өсу мен әлеуметтік сфераның дамуы арасындағы өзара байланыс. ҚР әлеуметтік саясаттың ерекшеліктері.

1. **ҚР экологиялық мәселелерді шешуге бағытталған мемлекеттің саясаты.**

Өндіріс пен биологиялық орта арасындағы өзара қатынастардың жаңа жүйесі. Өндіріс және сыртқы әсерлер. Теріс экстерналии және экологиялық теңсіздік. Табиғи ресурстарды пайдалануды мемлекеттік реттеу. Табиғи ресурстарды пайдалануды экономикалык және әкімшілік реттеу. Мемлекеттің табиғатты қорғау қызметі. Қоршаған ортаны қорғау бойынша халықаралық және Ұлттық бағдарламалар.

1. **Сыртқы экономикалық іс-әрекетті мемлекеттік реттеу.**

Мемлекеттің сыртқы экономикалық іс-әрекеті: мәні және негізгі бағыттары. Сыртқы сауда саясатының мақсаттары. Еркін сауда мен протекционизм саясаттарын салыстырмалы талдау. Сыртқы сауда мен валюта бағамын либерализациялау. ДСҰ кіру жағдайында экспорт пен импортты реттеу.

1. **Мемлекеттің сыртқы экономикалық реттеудің негізгі құралдары.**

Тарифтік және тарифтік емес реттеу. Сыртқы экономикалық іс-әрекеттің заңдық-құқықтық аспектілері. Ғаламдану жағдайындағы Қазақстанның сыртқы экономикалық іс-әрекеттерінің басымдықтары мен болашағы.

1. **Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын мемлекеттік реттеу.**

Аймақ экономикаларының қызмет етуінің теориялық әдістемелж негіздері. Аймақтардың өндірістік-ресурстық әлеуетінің негізгі элементтері, олардың ерекшеліктерін анықтайтын факторлар. Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық даму бағдарламаларын дайындау және жүзеге асыру.

1. **Мемлекеттің аймақтық саясатты жүргізу маңыздылығы.**

Аймақтық саясат. Аймақтық рыноктарды басқару. Инвестициялық саясаттың аймақтық аспектілері. Аймақтардың әлеуметтік дамуы экономикалық әдістер мен реттеу құралдарын аймақтандырудың негізгі мақсаты ретінде.

1. **Экономиканы болжау және стратегиялық жоспарлаудың мәні және түрлері.**

Болжаудың негізгі түрлері. Болжаудың қағидалары: кешенділігі, ғылыми негізделуі, баламалылығы, мақсатқа сай бағытталуы. Болжау әдістері. Стратегиялық жоспарлаудың мәні және негізгі мақсаттары. Жоспарлаудың түрлері: директивті және индикативті.

1. **Экономиканы мемлекеттік реттеудің теориялық негіздемесі.**

Экономиканы мемлекеттік реттеудің объективті қажеттілігігі мен оның мәні. Мемлекеттің экономикалық рөлі жөніндегі мәселелердің негізгі ғылыми бағыттары. Мемлекеттік реттеудің объектілері мен субъектілері.

**Емтихан сұрақтары**

**Модуль 1. «Менеджмент»**

1. Менеджменттің басқарушылық қызметі.

2. Ұйымның және басқару қызметінің сипаттамасы.

3. Кәсіпкер және менеджер.

4. Басқарудың негізгі даму үрдістері.

5. Басқару ойының эволюциясы.

6. Басқарудағы түрлі мектептер

7. Басқаруды ұйымдастыру.

8. Ұйымның ішкі ортасы

9. Ұйымның сыртқы ортасы

10. Халықаралық бизнесті басқару

11. Әлеуметтік жауапкершілік

12. Менеджер этикасы

13. Менеджменттегі коммуникация

14. Коммуникациялық процесс

15. Басқарушылық шешімдерді қабылдау

16. Басқарушылық шешімдерді қабылдау процесіне әсер ететін факторлар

17. Басқару ғылымының модельдері

18. Шешім қабылдау әдістері

19. Менеджмент функциялары

20. Жоспарлау

21. Стратегиялық жоспарлау

22. Сыртқы ортаны бағалау және талдау

23. Бюджет және мақсаттар бойынша басқару

24. Ұйым басқару функциясы ретінде

25. Әкімшілік аппаратының түрлері

26. Ұйымдық құрылымдар

27. Бюрократиялық ұйымдастырушылық құрылым

28. Менеджменттегі мотивация

29. Заманауи мотивация теориялары

30. Бақылау

**Модуль 2. «Маркетинг»**

1.Маркетингтің теориялық негіздері мен тұжырымдамалары

2."Маркетинг-микс" түсінігі.

3.Маркетингтік зерттеулер

4.Маркетинг зерттеулерінің негізгі бағыттары.

5.Маркетингтік зерттеудің қазіргі жағдайы.

6.Маркетингтік ортасы

7.Фирманың ішкі ортасын зерттеу.

8.Тауар нарығындағы тұтынушылардың мінез-құлығы

9.Тұтынушы-ұйымдардың сатып алудағы мінез-құлқының ерекшеліктері.

10.Нарықты сегменттеу

11.Тауарлар нарығының жіктелуі.

12.Маркетинг жүйесіндегі тауар

13.Тауардың өміршеңдік кезеңі концепциясы.

14.Маркетингтегі тауар саясаты

15.Тауардың бәсекеге қабілеттілігі түсінігі және оны анықтау белгілері.

16.Маркетингтің баға саясаты

17.Баға саясатына әсер ететін факторлар.

18.Маркетинг жүйесіндегі тарату саясаты

19.Бөлшек сауда ұғымы, оның атқаратын қызметтері және түрлері.

20.Маркетингтегі коммуникациялық саясат

21.Өткізуді ынталандыру: түсінігі, ерекшеліктері, түрлері.

22.Маркетинг жүйесіндегі жарнама

23.Жарнамалық кампания түсінігі.

24.Маркетингті жоспарлау және бақылау

25.Маркетингтегі стратегиялық жоспарлау

26.Маркетинг стратегиясын өңдеу үшін қолданатын үлгілер.

27.Халықаралық маркетинг

28.Халықаралық маркетинг ортасы.

29.Қызметтер және бейкоммерциялық әрекеттің маркетингі

30.Бейкоммерциялық әрекеттер аясындағы маркетинг.

**Модуль 3. «Экономиканы мемлекеттік реттеу»**

1.Экономикаға мемлекеттің араласуының объективті қажеттігі

2. Экономиканы «мемлекеттік реттеу» түсінігінің анықтамасы

3. Экономиканы мемлекеттік реттеудің методологиясы жөніндегі ұғым

4. ЭМР әдістерінің құрамы, объектісі мен мақсаттары

5. Экономиканы мемлекеттік реттеудің әдістері мен құралдары

6. Болжау - мемлекеттік реттеудің негізгі әдісі ретінде

7.Жоспарлау мен бағдарламалаудың реттеушілік маңыздылығы

8. Фискалды саясат қаржы-бюджеттік реттеудің негізі ретінде

9. Салық жүйесі мемлекеттің экономикалық саясатының әдісі ретінде

10. Экономиканы ақша-несиелік реттеудің негізгі механизмдері

11. Мемлекеттің ақша-несиелік реттеудің мақсаттары мен қазіргі жағдайы

12. Экономикалық өсуді қамтамасыз етудің мемлекеттік іс-шаралары

13. Ғылыми-техникалық прогрестің бағыттары және оны жеделдетудегі мемлекеттің рөлі

14.Индустриалды-инновациялық стратегияны жүзеге асыруда мемлекеттің қызметі

15. Мемлекеттің құрылымдық саясаты

16. Белсенді өнеркәсіптік саясатты қалыптастырудың қажеттігі

17. Құрылымдық және өнеркәсіптік саясаттағы инвестициялық сфераның рөлі

18. Елдің экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етуде аграрлық сфераның рөлі

19. Мемлекеттік аграрлық саясаттың іс- шаралары

20. Бәсекелік ортаны қалыптастыруда монополияны реттеу қажеттілігі

21. Мемлекет – бәсекелік ортаны қамтамасыз етудің кепілі ретінде

22. Жұмыспен қамтуды мемлекеттік реттеу мақсаттыры мен қажеттілігі

23. Халықты әлеуметтік қорғауда мемлекеттің атқаратын іс-әрекеттері

24. ҚР экологиялық мәселелерді шешуге бағытталған мемлекеттің саясаты

25. Сыртқы экономикалық іс-әрекетті мемлекеттік реттеу

26. Мемлекеттің сыртқы экономикалық реттеудің негізгі құралдары

27.Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын мемлекеттік реттеу

28. Мемлекеттің аймақтық саясатты жүргізу маңыздылығы

29.Экономиканы болжау және стратегиялық жоспарлаудың мәні және түрлері

30.Экономиканы мемлекеттік реттеудің теориялық негіздемесі

**ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

**Менеджмент**

**Негізгі әдебиеттер:**

1.Байтаева Г.Р., Кылышпаева Б.Х. Менеджмент. Оқу құралы - Талдыкорган:.І.Жансугурова атындағы ЖМУ, 2020.- 205 бет.

2. Байтаева Г.Р., Кылышпаева Б.Х., Сырлыбаева М.Т. Менеджмент. Дәріс кешені – Талдықорған: ЖМУ им.И.Жансугурова, 2018. 165 бет.

3. Турмаханбетова Ш.Ш. Менеджменттегі зерттеу әдістері. Оқу-әдістемелік құрал - Алматы: ЭСПИ, 2022 – 320 бет.

4. Уркунчиев Е.М, Жусанбаева А. М. Менеджмент. Оқу құралы - Алматы: Эверо, 2017.- 160 бет.

5. Рикки У. Гриффин. Менеджмент. Оқулық - Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018.- 480 бет.

6. Умбеталиева Б.Қ. Менеджмент. Оқу құралы - Алматы: Жетi жарғы, 2018.- 280 бет.

7. Бельгимбаев А.К., Рахимбаев А.Б. Менеджмент. Учебное пособие - Алматы: Нұр-Пресс, 2019.

8. Уркунчиев Е.М., Ахметов Б.Ж., Шоханов И.Ш. Менеджмент. Учебное пособие - Алматы: ТехноЭрудит, 2019.

**Қосымша әдебиеттер:**

1. Кыдырбаева Э.О., Сюбебеаева Ж.К., Бабаш Д.Б., Кенджасарова А.М. Корпоративтік менеджмент Оқу құралы - Талдықорған: І.Жансүгіров атындағы ЖУ, 2021.- 143б.

2. Текебаева Г.Д., Егембердиева Р.А. Инвестициялық менеджмент Оқу құралы - Алматы: Medet Group, 2020.- 81 б.

3. ТажибековаК.Б. Тайм менеджмент . Оқу құралы - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

4. Есберген Р.Ә., Қуанжанова Қ.Т., Мусиралина Б.О. Тиімді менеджер құзыреттіліктері. Монография - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

5. Оразбекова А.А. Қазақстан Республикасында инновациялық менеджменттің дамуының негізгі беталыстары. - Талдықорған: 2018. - 98 бет.

6. Демесінов, Т.Ж. Менеджменттің жаңа концепциясы. Аутсоринг / Т.Ж. Демесінов.- Ғылыми басылым.- Алматы: Эверо, 2015.

7. Уилтон Н. HR-менеджментке кіріспе. Оқулық - Астана: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2019.- 532 бет.

8. Рыманов Д.М., Купанова С.А. Басқару теориясы негіздері/Основы теории управления: Оқу-әдістемелік кешені - Алматы: Эпиграф, 2016.- 86 бет.

9. Демесінов Т.Ж. Менеджменттің жаңа концепциясы. Аутсоринг - Ғылыми басылым.- Алматы: Эверо, 2015.- 460 бет.

10. Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. Основы менеджмента. - Москва : Ozon. 3-е издание, 2017.

**ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

**Маркетинг**

**Негізгі әдебиеттер:**

1. Молдашева Р.Ж. Маркетинг. Учебное пособие - Алматы: ТехноЭрудит, 2018.-176с.

2.Нысанбаев С.Н., Садыханова Г.А. Маркетинг негіздері. Оқулық - Алматы: Эверо, 2018. – 168 бет.

3.Котлер Ф., Армстронг Г.Маркетинг негіздері. Оқулық - Астана: Ұлттық аударма бюросы қоғамдық қоры, 2019.

4. Уркунчиев Е., Қалдыкөзова М.А., Керімкулова Э.З. Маркетинг теориясы мен практикасы. Оқу құралы - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

5. Сейсекенова М.Б. Маркетинг: конспект лекций и тестов.1 часть/2 часть Учебное пособие. - Алматы: ТехноЭрудит, 2018.- 352 с. /364 с.

6. Раимбеков Ж.С. Маркетинговые исследования. Учебное пособие - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

7. Хишауева Ж.Т. Маркетинг. Оқу құралы - Алматы: LP-Zhasulan, 2019.

8. Чудрова В.У., Утешова С.М., Садыкова Г.А. Маркетинговые услуги. Учебное пособие - Алматы: LP-Zhasulan, 2020.

9. Давлетова М.Т, Ильяс А., Мухияева Д.М. Маркетингті басқару. Оқу құралы -Алматы:ADAL KITAP, 2023 - 545 бет.

**Қосымша әдебиеттер:**

1. Борбасова З.Н., Улаков С.Н.,Осик Ю.И., Толысбаев Б.С. Управление маркетингом территорий. Учебное пособие - Алматы: ТехноЭрудит, 2019.

2. Каменова М., Турекулова Д., Омарова А. Marketing. Учебное пособие - Алматы: ТехноЭрудит, 2019.

3. Жалғасбаева А.А. Маркетингтік зерттеулер. Оқулық - Алматы: TechSmith, 2018.

4.Молдогазиева Г.М., Алжанова А.А. Маркетинг/Marketing - Алматы: Эпиграф, 2016.- 208с.

5. Турлыбекова Н.М. Маркетингтік коммуникациялар. Оқу құралы – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 242 бет.

6. Уркунчиев Е.М., Калдыгозов М.Ә., Керімқұлов Э.З. Маркетинг теориясы мен практикасы. Оқу құралы - Алматы: Эверо, 2015.- 232бет.

7. Каргабасова С.Т. Маркетингті басқару. Оқу құралы - Алматы: LP-Zhasulan, 2018.

8. Тұрмаханбетова Ш.Ш., Ағыбетова Р.Е., Рыбакова Ю. Территориялық маркетинг. Оқу құралы - Алматы: ИП А 2020.

9. Давлетова М.Т., Иманбекова М.А., Проценко Е.А., Полухина Е.А Инновационные технологии и методы маркетинга и логистики в Казахстане Монография - Алматы: LP-Zhasulan, 2019.

10. Нурпеисова Г.Б., Нурпеисова Т.Б., Кайдаш И.Н., Панюкова Д.В. Цифровой маркетинг: Оқу құралы - Алматы: Бастау, 2020.- 360б.

11.Бейжанова А.ТМаркетингтің заманауи бағыттары. Оқу құралы.- Алматы: Қазақ университетi, 2017.- 178 бет.

**ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

**Экономиканы мемлекеттік реттеу**

**Негізгі әдебиеттер:**

1. Кайкен Ж.Б., Түсіпбеков Т. Экономиканы мемлекеттік реттеу. Оқулық - Алматы: ЭСПИ, 2022.- 116б.

2. Камшибаев Е.Е. Государственное регулирование экономики. Краткий конспект - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

3.Торегожина М.Б. Государственное регулирование экономики. Учебное пособие - Алматы.: ТехноЭрудит, 2019.

4. Бокижанова Ф.И., Сыздыкова К.Ш., Калиакпарова Г.Ш., Сеитова А.Б. Теория государственного управления. Учебное пособие - Алматы: LP-Zhasulan, 2019.

5. Камшибаев, Е.Е. Государственное регулирование экономики. Краткий конспект - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

6. Кайкен Ж.Б., Түсіпбеков Т. Экономиканы мемлекеттік реттеу. Оқулық - Алматы: ЭСПИ, 2022 – 116 бет.

7. Турекулова Д.М, Бейсенгалиев Б.Т, Жуманова Б.К, Курманов Н.А. Государственное управление экономикой в Казахстане. Учебное пособие - Алматы: Эверо, 2015.- 288с.

8. Мырзалиев Б.С. Государственное регулирование экономики. Учебник - Алматы: Нұр-Пресс, 2017.

**Қосымша әдебиеттер:**

1. Жатқанбаев, Е.Б. Экономиканы мемлекеттік реттеу. Оқулық - Алматы: ЖОО қауымдастығы, 2014.- 216 бет.

2. Бейсенова Л.З. Мемлекеттік сектордағы қаржылық бақылау. Оқу құралы - Алматы: ТехноЭрудит, 2018.- 276 б.

3. Кадырбеков Т.К., Байбулова М.Г. Экономикалық жүйелердің басқару теориясы. Оқу құралы - Алматы: ТехноЭрудит, 2018.- 120 б.

4. Торегожина М.Б. Государственное регулирование экономики/State regulation of the economy. Учебник - Талдыкорган: ЖГУ им.И.Жансугурова, 2018.- 171р.

5. Сейтхожина Д.А Государственное регулирование экономики. Оқулық - Издательство Алматы 2017.

6. Байтаева, Г.Р. Экономикалық саясат: Дәрістер кешені - Талдықорған: І.Жансүгіров атындағы ЖМУ, 2015.

7. Тулешова Г.Б. Қ азақстанда экономикалық ой-пікірдің даму заңдылықтары. Монография. - Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.

8. Тулешова Г.Б Қазақстанда экономикалық ой-пікірдің даму заңдылықтары: Монография / Г.Б. Тулешова.- Алматы: Эверо, 2015.

9. Богомолов В.А.  Антикризисное регулирование экономики, Теория и практика: Учеб.для студентов вузов- М.: ЮНИТИ-ДАНА,  2015.

10 Дауранов И.Н.  Организация государственного управления. Монография - Алматы: Изд-во НВШГУ, 2017.

11. Камали Қ.М.  Сыртқы экономикалық қызметті мемлекеттік басқару. Оқу құралы - Алматы: Экономика, 2016.