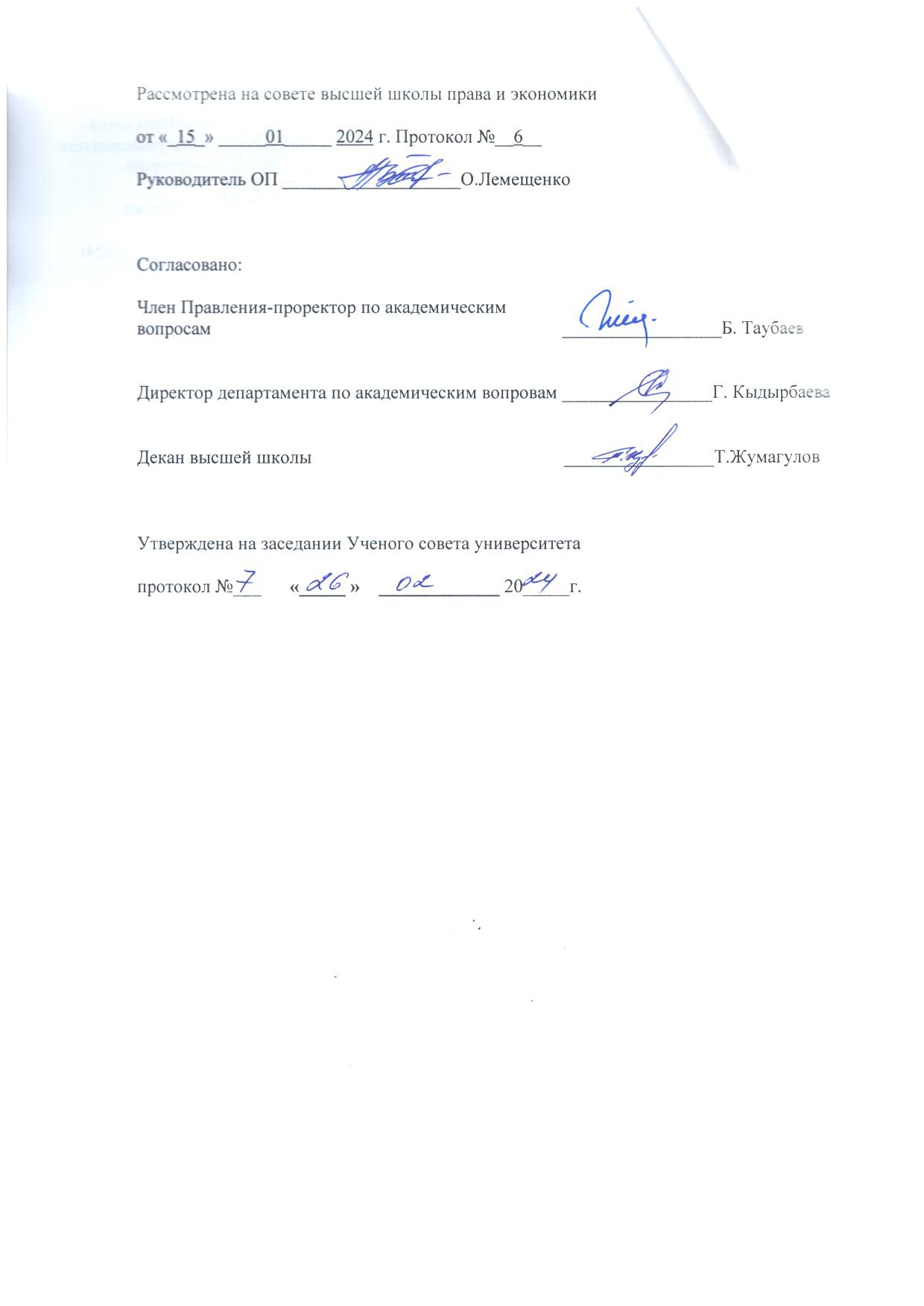


****

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Цель комплексного экзамена ОП 6В04102 – «Государственное и местное управление» предусматривает комплексную оценку знаний, полученных за период обучения, общих закономерностей развития общества, экономики, теоретических основ государственного регулирования и управления экономикой, механизмов формирования и реализации государственной политики.

Содержание комплексного экзамена определяется программой, разработанной в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра и действующему модулю образовательных программ по ОП 6В04102 – «Государственное и местное управление».

На основе содержания программы комплексного экзамена разработаны экзаменационные материалы, которые представляют комплексный перечень вопросов для проверки готовности выпускников к решению задач профессиональной деятельности и состоят из следующих модулей: 1)Менеджмент, 2)Маркетинг, 3)Государственное регулирование экономики.

**Модуль 1. «Менеджмент»**

1. **Управленческая деятельность менеджмента.**

Управленческая деятельность менеджмента. Управленческая деятельность в управлении. Сущность и содержание управленческой деятельности менеджера: характеристика и роль менеджеров. Определение менеджмента. Услуги и навыки менеджера.

1. **Характеристика организации и управленческой деятельности.**

Характеристика организации и управленческой деятельности. Определение организации. Формальные и неформальные организации. Сложные организации и присущие им общие черты. Необходимость управления.

1. **Предприниматель и менеджер.**

Предприниматель и менеджер. Уровни менеджмента в организационной иерархии. Составляющие успеха организации. Менеджмент в малом бизнесе и некоммерческих организациях.

1. **Основные тенденции развития менеджмента.**

Основные тенденции развития менеджмента.Менеджмент как наука и искусство. Новая компетенция менеджеров. Политические и экономические предпосылки развития менеджмента в Республике Казахстан.

1. **Эволюция управленческой мысли.**

Эволюция управленческой мысли. Исторические предпосылки и периодизация в развитии менеджмента. Управление и организация до 1990 года. Признание управления наукой и областью собственных исследований.

1. **Различные школы в управлении.**

Различные школы в управлении. Подходы к управлению на основе разделения различных школ: научное управление, административная школа, школа человеческих отношений и поведенческих наук, наука об управлении (или количественный подход). Процессный, системный и ситуационный подход: их характеристики.

1. **Организация управления.**

Организация как объект управления. Основные переменные организации. Цель организации: их многообразие и цели подразделений. Структура организации. Описание задач, задачи и специализация.

1. **Внутренняя среда организации.**

Внутренняя среда организации. Люди: характеристики личности. Взаимосвязь внутренних переменных и их представление в виде системной модели. Социально-технические подсистемы.

1. **Внешняя среда организации.**

Внешняя среда организации и ее значение для организации. Характеристики внешней среды. Основные факторы среды прямого и косвенного воздействия.

1. **Управление международным бизнесом.**

Развитие управления международным бизнесом. Виды международного бизнеса. Факторы международной среды. Технология: основные революции в технологиях. Классификация технологий по Джоан Вудворд, Джеймсу Томпсону.Социальная ответственность.

1. **Социальная ответственность.**

Роль бизнеса в обществе. Понятие социальной ответственности. Аргументы за и против социальной ответственности бизнеса. Стейкхолдеры организации. Оценка социальной ответственности компании. Дискреционная ответственность как высшая форма социальной ответственности.

1. **Этика менеджера.**

Понятие этики. Критерии для принятия этических решений. Факторы, влияющие на этический выбор. Управление этикой и социальной ответственностью компании. Рост сущности этического поведения социальной ответственности в современных условиях.

1. **Коммуникация в менеджменте.**

Роль коммуникации в обеспечении эффективности управления организацией. Коммуникации между организацией и ее окружением. Горизонтальные и вертикальные коммуникации в системе менеджмента.

1. **Коммуникационный процесс.**

Коммуникационный процесс. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Межличностные коммуникации и препятствия на их пути. Подходы к совершенствованию информационного обмена организации.

1. **Принятие управленческих решений.**

Понятие решения. Роль и значение организационных решений в управлении. Понятие и классификация управленческих решений. Способы принятия решений. Этапы эффективного решения проблем.

1. **Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.**

Информационные и поведенческие ограничения на пути принятия эффективных решений для организации. Учет возможных негативных последствий и побочных эффектов принимаемых решений.

1. **Модели управленческой науки.**

Модели управленческой науки. Типы моделей. Основные этапы процесса построения модели. Потенциальные ошибки, снижающие эффективность модели.

1. **Методы принятия решений.**

Методы принятия решений: матрица платежей и деревянные решения. Неформальные, количественные и качественные методы прогнозирования.

1. **Функции менеджмента.**

Планирование. Организация, Мотивация, Контроль.

1. **Планирование.**

Сущность планирования для эффективного управления организацией. Выбор миссии организации. Ценности и цели Топ-менеджмента. Описание целей.

1. **Стратегическое планирование.**

Стратегическое планирование. Сущность, основные виды управленческой деятельности в рамках процесса стратегического планирования. Реализация Стратегического плана. Основные компоненты формального планирования. Управление реализацией стратегического плана и контроль за его выполнением.

1. **Оценка и анализ внешней среды.**

Оценка и анализ внешней среды. Управленческое исследование внутренних сильных и слабых сторон организации. Изучение стратегических альтернатив и выбор стратегии.

1. **Управление по бюджету и целям.**

Бюджеты и управление по целям. Этапы процесса управления по назначению. Эффективность программ МВО. Оценка стратегического плана.

1. **Организация как функция управления.**

Организация как функция менеджмента. Делегирование, ответственность и полномочия. Классическая концепция организационных полномочий. Линейные и аппаратные полномочия.

1. **Виды аппарата администрации.**

Виды административного аппарата. Виды аппаратных полномочий. Организация эффективного распределения полномочий. Барьеры для эффективной делегации.

1. **Организационные структуры.**

Цель организационной структуры управления. Этапы организационного проектирования. Альтернативные варианты организационных структур. Централизованные и децентрализованные организации.

1. **Бюрократическая организационная структура.**

Бюрократическая организационная структура: ее преимущества и недостатки. Распространенные системы департамента и Департамента: их преимущества и недостатки. Адаптивные организационные структуры: их преимущества и недостатки. Организация типа конгломерата.

1. **Мотивация в менеджменте.**

Понятие мотивации и эволюция понятия мотивации. Первоначальные концепции мотивации. Первичные и вторичные потребности. Потребность и мотивационное поведение. Награды: внутренние и внешние.

1. **Современные теории мотивации.**

Содержательные теории мотивации: иерархия потребностей по А. Маслоу; теория потребностей Д. Макклеланда, двухфакторная теория Ф. Герцберга. Процессуальная теория мотивации: теория ожиданий, Теория справедливости, модель Портера-Лоулера. Основные выводы процессуальных теорий мотивации и их применение в практике управления.

1. **Контроль.**

Сущность и значение контроля. Объективная необходимость контроля. Виды наблюдений и их характеристики. Этапы процесса контроля. Поведенческие аспекты контроля.

**Модуль 2. «Маркетинг»**

1. **Теоретические основы и концепции маркетинга.**

Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга. Суть маркетинга. Различные направления определения сущности маркетинга. Социально-экономическое содержание, специфика и развитие маркетинга как рыночной науки. Основные понятия маркетинга. Особенности маркетинговой деятельности в условиях" рынка продавца "и" рынка покупателя". Объект, субъект, цели, функции, тенденции и принципы маркетинга.

1. **Понятие "Маркетинг-микс".**

Основные элементы комплекса маркетинга товаров и услуг. Виды маркетинга: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный, комплексный и коммуникативный (взаимосвязанный). Типы маркетинга, связанные со спросом: конверсионный, развивающийся, ремаркетинг, синхромаркетинг, стимулирующий, поддерживающий, демаркетинг, контрмаркетинг. Формы коммерческого маркетинга. Некоммерческий маркетинг. Виды маркетинга по области применения: потребительский, промышленный. Инвестиционный, сервисный маркетинг. Виды маркетинга, связанные с деятельностью экономического субъекта: маркетинг организации, эгомаркетинг, маркетинг места, социальный маркетинг и т. особенности применения в них философии и инструментов маркетинга. Области и особенности применения макромаркетинга.

1. **Маркетинговые исследования.**

Понятие системы маркетинговой информации. Компоненты системы маркетинговой информации. Классификация маркетинговой информации. Структура маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация, ее преимущества и недостатки. Внешние источники информации. Внутренние источники информации. Понятие маркетингового исследования, его роль и необходимость. Принципы проведения маркетинговых исследований. Маркетинг цели, цели и типы исследований.

1. **Основные направления маркетинговых исследований.**

Правила и процедуры маркетинговых исследований: разработка плана исследования, реализация плана исследования, визуализация и формулировка результатов исследования. Методы маркетинговых исследований: кабинетные и полевые, количественные и качественные. Кабинетные исследования: анализ данных второго порядка, контент-анализ, регрессионный и корреляционный анализ. Полевые исследования: наблюдение, практика, выборочные исследования. Количественные исследования: устный опрос, опрос по почте, телефонное интервью. Качественное исследование: глубинное интервью, фокус-группы, экспертная оценка.

1. **Современное состояние маркетинговых исследований.**

Особенности проведения маркетинговых исследований в зарубежной и отечественной практике. Роль маркетинговых исследований в Казахстане.

1. **Маркетинговая среда.**

Понятие среды проведения маркетинговых мероприятий. Компоненты маркетинговой среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды: их взаимосвязь.Микросреда и ее компоненты. Понятие конкурентной среды. Виды конкурентов. Исследование взаимоотношений фирмы с поставщиками. Типы поставщиков. Маркетинговые требования к поставщикам. Понятие посредников и их виды: учреждения, оказывающие торговые, маркетинговые услуги, финансово-кредитные учреждения, фирмы-специалисты, организующие продвижение товаров.

1. **Исследование внутренней среды фирмы.**

Анализ потенциала фирмы: производство, распространение, продвижение, управление, финансы, организационная структура управления. Организация маркетинга в фирме.Медиацентр: внутренние, местные контактные аудитории, государственные учреждения контактные аудитории, финансовые группы, гражданские группы, проводящие действия, общественные массы, контактные аудитории средств массовой информации. Типы контактных аудиторий.

1. **Поведение потребителей на товарном рынке.**

Понятие "необходимость". Виды потребностей: по историческому месту потребности, по уровню удовлетворенности, по темпам формирования и т. основы измерения потребностей: теория оптимального потребления (физиологические, функциональные, жизненные процессы, социальные требования). экономические теории (теория предельной полезности, теория гибкости, З. Фрейд. А. Маслоу теории мотивации) и эмоциональных мотивов поведения.Типы потребителей. Основные различия между типами потребителей.

1. **Особенности покупательского поведения организаций-потребителей.**

Типы покупок. Факторы, учитываемые в процессе принятия решения о закупке. Основные факторы, влияющие на поведение организаций-потребителей. Процесс принятия решения о покупке промышленных товаров: осмысление потребности и ее описание, поиск поставщиков, поиск предложений, выбор поставщика, заказ, оценка работы поставщика.

1. **Сегментация рынка**.

Сущность, значение и признаки сегментации рынка. Преимущества сегментации. Типы сегментации: макросегментация, микросегментация, глубокая сегментация, сегментация по ширине, предварительная и конечная сегментация.Основные принципы сегментации потребительского рынка: географический, социально-демографический, экономический, психографический, поведенческий.

1. **Классификация товарного рынка.**

Конъектурный обзор. Емкость рынка: понятие, уровень. Оценка емкости рынка. Определение доли рынка. Факторы, динамически влияющие на емкость и долю рынка. Маркетинговые стратегии охвата рынка: недифференцированные, дифференцированные, концентрированные. Тенденция позиционирования товара на рынке. Выбор критериев размещения. Последовательность действий при размещении товара на рынке. Карты позиционирования стратегии позиционирования. Переставка товара.

1. **Товар в системе маркетинга.**

Понятие товара в маркетинге. Трехуровневая модель товара. Классификация товаров: традиционная, сервисная и нетрадиционная. Классификация потребительских товаров. Классификация промышленных товаров.

1. **Концепция жизненного цикла товара.**

Этапы жизненного цикла товара: внедрение, рост, зрелость, упадок. Виды жизненного цикла товара. Методы продления жизненного цикла товара. Маркировка товара. Товарный знак и сущность. Основные понятия товарно-знаковой практики. Способы и правила маркировки товара. Бренд и брендинг в товарной политике фирмы. Сущность, виды брендинга. Управление брендом. Сервис и гарантийное обслуживание. Упаковка товара. Понятие, сущность, функции упаковки. Требования, предъявляемые при изготовлении рулона.

1. **Товарная политика в маркетинге.**

Сущность, цели и задачи товарной политики. Ассортиментная политика. Понятие ассортимента. Показатели товарного ассортимента. Товарно-ассортиментное управление. Товарная элиминация.Понятие нового товара и его сущность. Понятие уровня новизны. Обновленный товар, новый товар, товар с рыночной новизной. Процесс создания нового товара: сбор идей, отбор идей, проверка концепции нового товара, проведение экономической экспертизы, обработка продукции, конкурсный маркетинг, коммерческое развитие производства. Тестирование товара.

1. **Понятие конкурентоспособности товара и признаки его определения.**

Методы определения конкурентоспособности товара. Параметры конкурентоспособности товара. Понятие качества товара и его составляющие. Стандартизация и сертификация в системе обеспечения конкурентоспособности товара.

1. **Ценовая политика маркетинга.**

Значение цены и ее роль как элемента конкурентной стратегии фирмы. Понятия цены и стоимости, их взаимосвязь. Конкурентное преимущество. Позиция фирмы в конкурентной среде. Ценные сегменты.Ценовая политика. Сущность и взаимосвязь фирмы с политикой общего поведения на рынке. Причины усиления ценовой политики в деятельности фирмы и ее связи с элементами маркетинг-микса. Различия цен по сравнению с другими маркетинговыми инструментами Mt особенности. Цели ценовой политики. Процесс (стадии) установления цен на товары.

1. **Факторы, влияющие на ценовую политику.**

Конкуренция. Рынки и их структура. Поведение покупателей. Психологические аспекты ценового менеджмента. Ценовая эластичность. Расходы. Другие факторы (инфляция, налоги, государственное регулирование, виды договоров и др.). Типы цен.Ценовая стратегия. Сущность ценовой стратегии. Виды ценовой стратегии и условия ее применения. Информация, необходимая для принятия ценовых решений. Установка окончательной цены.

1. **Политика распространения в системе маркетинга.**

Сущность и основные составляющие политики распределения. Принятие решений в распределительной политике.Классификация посредников, выполняемые функции.Каналы распространения: понятие, сущность, функции. Характеристики каналов передачи: уровень, длина, ширина.Стратегии проведения: интенсивные, крупные, эксклюзивные. Преимущества и недостатки стратегий сбыта. Признаки выбора посредников при отборе. Традиционный канал передачи. Интегрированные каналы передачи. Понятие, виды франшизы.Логистика. Виды логистики. Маркетинг-процесс логистики.

1. **Понятие розничной торговли, ее функции и виды.**

Классификация организаций розничной торговли. Типы магазинов. Розничная торговля без магазина. Основные маркетинговые решения розничных продавцов. Понятие и сущность мерчендайзинга.

Электронная коммерция. Электронная торговля. Интерактивный магазин. Эффективность маркетинговых решений на ниртуальном рынке.

1. **Коммуникационная политика в маркетинге.**

Понятие системы коммуникаций. Маркетинговые коммуникации этапы развития. Модель процесса маркетинговых коммуникаций, ее элементы. Коммуникационные каналы: личные и безличные каналы коммуникации. Коммуникационная политика: понятие, сущность. Методы обработки средств продвижения.Инструменты коммуникационной политики: реклама, личные продажи, связи с общественностью (паблик рилейшнз), стимулирование сбыта. Значение, роль и особенности личных продаж. Плюсы и минусы личных продаж. Средства осуществления личных продаж. Обязанности торгового персонала в сфере личных продаж.

1. **Стимулирование сбыта: понятие, особенности, виды.**

Разработка программы стимулирования сбыта. Методы мотивации потребителей, посредников.

Прямой маркетинг. Концепции прямого маркетинга: сенаратный, интегративный, функциональный. Продукт-плейсмент: понятие, особенности применения.

Интерактивные коммуникации. Функциональная задача и ресурсы интернета. Инструменты и методы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Объединенные маркетинговые коммуникации.

1. **Реклама в системе маркетинга.**

Реклама, ее сущность, особенности, функции и виды. Средства распространения рекламы: печатная, почтовая, экранная, наружная, реклама в прессе, средствах вещания, транспортная реклама, интернет. Признаки выбора каналов сбыта товара. Планирование рекламной деятельности. Этапы рекламной деятельности.

1. **Понятие рекламной кампании.**

Организация и проведение рекламной кампании. Определение эффективности рекламных мероприятий. Деятельность рекламных агентств: их виды, услуги. Особенности работы рекламных агентств. Развитие рекламной деятельности в РК.

1. **Планирование и контроль маркетинга.**

Роль и преимущества маркетингового планирования. Факторы, влияющие на эффективное составление маркетингового плана. Классификация маркетингового плана. Признаки их классификации: срок действия, значимость и способы создания. Общий, Объединенный и специальный маркетинговый план. Стратегические и тактические планы. Методы и этапы маркетингового планирования. Составление плана конкретных действий, обеспечивающих выполнение маркетингового плана.

1. **Стратегическое планирование в маркетинге.**

Сущность и значение стратегического планирования. Процесс стратегического планирования. Особенности и задачи стратегического планирования в маркетинге. Стратегический план в фирме обрабатывающие отрасли. Цель и миссия фирмы.

1. **Шаблоны, которые вы используете для обработки своей маркетинговой стратегии.**

Анализ маркетинговых возможностей: ситуационный анализ. STEP-анализ, GАР-анализ. Формование возможностей товарного рынка (МакКинси), формация "рост доли рынка" (ККТ). PIMS-анализ. Базисные стратегии развития организации. И. Ансофф лепка. Модели конкуренции М. Портера. Маркетинговые решения для обеспечения конкурентного преимущества.

1. **Международный маркетинг.**

Понятие международного маркетинга роль и значение международного маркетинга. Формы интернационализации и развитие международного маркетинга.

1. **Международная маркетинговая среда.**

Экономическая, правовая и культурная среда внешнего рынка, их влияние на международный маркетинг.Разработка и разработка международных маркетинговых стратегий. Виды международной деятельности.Международный маркетинг-микс. Стратегии планирования товара. Стратегии распространения товара на внешнем рынке. Стратегии ценообразования в международном маркетинге. Стратегии продвижения товара.

1. **Услуги и маркетинг некоммерческой деятельности.**

Понятие деятельности. Основные характеристики услуг. Классификация услуг. Особенности разработки и подготовки комплекса маркетинга услуг.

Сегментация рынка услуг. Конкурентные преимущества в сфере услуг. Особенности производства, продвижения, распределения и ценообразования в сфере услуг.

1. **Маркетинг в рамках некоммерческих действий.**

Некоммерческие организации. Тенденция обмена в некоммерческом маркетинге.

Маркетинг организаций, его элементы. Формирование общественного мнения. Политический маркетинг, эго-маркетинг, самомаркетинг: понятие, особенности. Маркетинг идей, его сущность. Публичный маркетинг. Процесс планирования публичного маркетинга.

**Модуль 3. «Государственное регулирование экономики»**

1. **Объективная необходимость государственного вмешательства в экономику.**

Типология общественно-экономической системы и основные модели хозяйствования. Направления вопросов по экономической роли государства: неоклассическое и кейнсианское течение, неолиберализм, институционализм и др.

1. **Определение понятия «государственное регулирование» экономики.**

Ареал рыночных отношений и его пределы. Роль государства в становлении и развитии рыночной экономики. Определение государственного регулирования экономики. Объекты государственного регулирования: макросфера, производственная, инфраструктурная, социальная сферы экономики. Субъекты ГРЭ, их социально-экономические и хозяйственные интересы. Направить эти интересы в одно русло – важнейшая задача государства.

1. **Понятие о методологии государственного регулирования экономики.**

Понятия акселератора, множителя и их роль в ГРЭ. Обоснование принципа и принципов ГРЭ. Метод и механизмы ГРЭ.

1. **Состав, объект и цели методов ГРЭ.**

Метод государственного регулирования экономики: макроэкономический, институциональный, информационный, ресурсный. Традиционные и новые услуги государства. Административно-правовое регулирование. Экономическое регулирование.

1. **Методы и инструменты государственного регулирования экономики.**

Условия, определяющие формы прямого и косвенного воздействия государства на экономику. Система экономической власти государства в Казахстане. Организационно-правовое обеспечение государственной поддержки предпринимательства. Сущность и признаки развития государственного предпринимательства.

1. **Прогнозирование как основной метод государственного регулирования.**

Современные методы государственного регулирования: научное прогнозирование, планирование, разработка программ. Основные виды прогнозирования. Принципы прогнозирования: комплексность, научная обоснованность, эквивалентность, целесообразность.

1. **Регуляторная важность планирования и программирования.**

Сущность и основные цели планирования. Виды планирования: директивное и показательное. Принципы планирования. Разработка экономической программы. Цели, сроки, характер и способы реализации государственной программы.

1. **Фискальная политика как основа финансово-бюджетного регулирования.**

Цели, основные инструменты финансово-бюджетной политики. Государственный бюджет-основа финансового регулирования экономики. Принципы построения бюджетной системы: открытость, научность, полнота, адресность. Услуги государственного бюджета. Особенности финансовой политики в Республике Казахстан.

1. **Налоговая система как метод экономической политики государства.**

Регуляторная деятельность налогов. Принципы, основные инструменты построения налоговой системы: налоговые льготы, налоговые льготы, ускоренная амортизация. Дефицит бюджета и государственный долг - инструменты регулирования экономики. Особенности финансовой политики в Республике Казахстан.

1. **Основные механизмы денежно-кредитного регулирования экономики.**

Теоретические основы денежно-кредитного регулирования. Неоклассическая и кейнсианская модели денежно-кредитного регулирования. Монетарная теория денег.

1. **Цели и современное состояние денежно-кредитного регулирования государства.**

Цели денежно-кредитного регулирования. Услуги центрального банка. Классические монетарные инструменты: операции на открытом рынке, процентная политика, регулирование обязательных резервов. Особенности денежно-кредитной политики на этапах развития РК.

1. **Государственные мероприятия по обеспечению экономического роста.**

Цели, типы, факторы экономического роста. Экономический рост и окружающая среда. Концепция устойчивого экономического роста и устойчивого экономического развития. Модели экономического роста. Человеческий капитал как важный фактор роста. Основные направления действий государства по обеспечению экономического роста.

1. **Направления научно-технического прогресса и роль государства в его ускорении.**

Научно-технический прогресс как фактор современного развития. Особенности развития национальных государств в условиях информационно-телекоммуникационной революции. Влияние информационных технологий на человеческий фактор. Формирование научно-технической и инновационной политики. Индустриально-инновационная стратегия Республики Казахстан.

Деятельность государства в реализации индустриально-инновационной стратегии.

1. **Роль фундаментальных и прикладных научных исследований в построении постиндустриального общества.**

Условия и источники финансирования НИОКР. Роль институтов развития РК в реализации индустриально-инновационной стратегии. Стимулирование организации и развития венчурного предпринимательства. Цель, паспорт, направления реализации государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы.

1. **Структурная политика государства.**

Структурная политика и основные показатели государства: регулирование воспроизводства, определение "мотор-отраслей". Мероприятия государственного регулирования при реструктуризации экономики. Необходимость изменения структуры национального хозяйства является важным условием вхождения Казахстана в число 50 – ти наиболее конкурентоспособных развитых стран.

1. **Необходимость формирования активной промышленной политики.**

Основные задачи, цели, принципы промышленной политики на длительный срок. Виды промышленной политики. Избранные и общие мероприятия поддержки промышленности РК.

1. **Роль инвестиционной сферы в структурно-промышленной политике.**

Субъекты и объекты инвестирования. Основные источники прибыли инвестиций. Формы государственного регулирования инвестиционной деятельности: инвестиционная программа, прямое управление государственными инвестициями. Формы влияния на инвестиционную сферу: налоговая система, финансовая помощь, кредитная и амортизационная политика.

1. **Роль аграрной сферы в обеспечении экономической безопасности страны.**

Особенности аграрного производства в национальной экономике. Основные функции государства по обеспечению устойчивого производства в агропромышленном комплексе. Формы государственной поддержки производителей: влияние на спрос и предложение сельскохозяйственной продукции.

1. **Мероприятия государственной аграрной политики.**

Мероприятия аграрной политики. Формирование агробизнеса. Государственные программы, стимулирующие развитие аграрного производства в Республике Казахстан.

1. **Необходимость регулирования монополии в формировании конкурентной среды.**

Формирование конкурентной среды как важнейшее условие экономического роста. Антимонопольная политика: содержание, виды, методы воздействия. Виды недобросовестной конкуренции и защита прав потребителей. Содержание и механизм антимонопольной политики РК.

1. **Государство как гарант обеспечения конкурентной среды.**

Поддержка видов предпринимательской деятельности и их развитие. Мероприятия, выполняемые государством в обеспечении конкурентной среды. Нормативно-правовые аспекты стимулирования предпринимательства в настоящее время.

1. **Цели и необходимость государственного регулирования занятости.**

Социально-экономическая сущность, структура и принципы занятости. Субъекты, объекты рынка труда, механизмы регулирования. Политика государства в области занятости. Активные и неактивные модели.

1. **Действия государства в социальной защите населения.**

Теоретические аспекты социальной политики. Проблема неравенства в распределении доходов. Социальные приоритеты в современной рыночной экономике. Роль государства в формировании человеческого капитала. Взаимосвязь между экономическим ростом и развитием социальной сферы. Особенности социальной политики РК.

1. **Политика государства, направленная на решение экологических проблем РК.**

Новая система взаимоотношений между производством и биологической средой. Производство и внешние эффекты. Негативные экстерналии и экологическое неравенство. Государственное регулирование использования природных ресурсов. Экономическое и административное регулирование использования природных ресурсов. Природоохранная деятельность государства. Международные и национальные программы по охране окружающей среды.

1. **Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.**

Внешнеэкономическая деятельность государства: сущность и основные направления. Цели внешнеторговой политики. Сравнительный анализ политики свободной торговли и протекционизма. Либерализация внешней торговли и обменного курса. Регулирование экспорта и импорта в условиях вступления в ВТО.

1. **Основные средства внешнеэкономического регулирования государства.**

Тарифное и нетарифное регулирование. Юридико-правовые аспекты внешнеэкономической деятельности. Приоритеты и перспективы внешнеэкономической деятельности Казахстана в условиях глобализации.

1. **Государственное регулирование социально-экономического развития регионов.**

Основы теоретической методологии функционирования экономик региона. Основные элементы производственно-ресурсного потенциала регионов, факторы, определяющие их особенности. Подготовка и реализация программ социально-экономического развития регионов.

1. **Важность проведения государством региональной политики.**

Региональная политика. Управление региональными рынками. Региональные аспекты инвестиционной политики. Социальное развитие регионов как основная цель регионализации экономических методов и средств регулирования.

1. **Сущность и виды прогнозирования экономики и стратегического планирования.**

Основные виды прогнозирования. Принципы прогнозирования: комплексность, научная обоснованность, эквивалентность, целесообразность. Методы прогнозирования. Сущность и основные цели стратегического планирования. Виды планирования: директивное и показательное.

1. **Теоретическое обоснование государственного регулирования экономики.**

Объективная необходимость государственного регулирования экономики и ее сущность. Основные научные направления вопросов по экономической роли государства. Объекты и субъекты государственного регулирования.

**Экзаменационные вопросы**

**Модуль 1. «Менеджмент»**

1. Управленческая деятельность менеджмента.

2. Характеристика организации и управленческой деятельности.

3. Предприниматель и менеджер.

4. Основные тенденции развития менеджмента.

5. Эволюция управленческой мысли.

6. Различные школы в управлении.

7. Организация управления.

8. Внутренняя среда организации.

9. Внешняя среда организации.

10. Управление международным бизнесом.

11. Социальная ответственность.

12. Этика менеджера.

13. Коммуникация в менеджменте.

14. Коммуникационный процесс.

15. Принятие управленческих решений.

16. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.

17. Модели управленческой науки.

18. Методы принятия решений.

19. Функции менеджмента.

20. Планирование.

21. Стратегическое планирование.

22. Оценка и анализ внешней среды.

23. Управление по бюджету и целям.

24. Организация как функция управления.

25. Виды аппарата администрации.

26. Организационные структуры.

27. Бюрократическая организационная структура.

28. Мотивация в менеджменте.

29. Современные теории мотивации.

30. Контроль.

**Модуль 2. «Маркетинг»**

1. Теоретические основы и концепции маркетинга.

2.Понятие "Маркетинг-микс".

3. Маркетинговые исследования.

4. Основные направления маркетинговых исследований.

5. Современное состояние маркетинговых исследований.

6. Маркетинговая среда.

7. Исследование внутренней среды фирмы.

8. Поведение потребителей на товарном рынке.

9. Особенности покупательского поведения организаций-потребителей.

10. Сегментация рынка.

11. Классификация товарного рынка.

12. Товар в системе маркетинга.

13. Концепция жизненного цикла товара.

14. Товарная политика в маркетинге.

15. Понятие конкурентоспособности товара и признаки его определения.

16. Ценовая политика маркетинга.

17. Факторы, влияющие на ценовую политику.

18. Политика распространения в системе маркетинга.

19. Понятие розничной торговли, ее функции и виды.

20. Коммуникационная политика в маркетинге.

21. Стимулирование сбыта: понятие, особенности, виды.

22. Реклама в системе маркетинга.

23. Понятие рекламной кампании.

24. Планирование и контроль маркетинга.

25. Стратегическое планирование в маркетинге.

26. Шаблоны, которые вы используете для обработки своей маркетинговой стратегии.

27.Международный маркетинг.

28. Международная маркетинговая среда.

29. Услуги и маркетинг некоммерческой деятельности.

30. Маркетинг в рамках некоммерческих действий.

**Модуль 3. «Государственное регулирование экономики»**

1. Объективная необходимость государственного вмешательства в экономику.

2. Определение понятия «государственное регулирование» экономики.

3. Понятие о методологии государственного регулирования экономики.

4. Состав, объект и цели методов ГРЭ.

5. Методы и инструменты государственного регулирования экономики.

6. Прогнозирование как основной метод государственного регулирования.

7. Регуляторная важность планирования и программирования.

8. Фискальная политика как основа финансово-бюджетного регулирования.

9. Налоговая система как метод экономической политики государства.

10. Основные механизмы денежно-кредитного регулирования экономики.

11. Цели и современное состояние денежно-кредитного регулирования государства.

12. Государственные мероприятия по обеспечению экономического роста.

13. Направления научно-технического прогресса и роль государства в его ускорении.

14.Роль фундаментальных и прикладных научных исследований в построении постиндустриального общества.

15. Структурная политика государства.

16. Необходимость формирования активной промышленной политики.

17. Роль инвестиционной сферы в структурно-промышленной политике.

18. Роль аграрной сферы в обеспечении экономической безопасности страны.

19. Мероприятия государственной аграрной политики.

20. Необходимость регулирования монополии в формировании конкурентной среды.

21. Государство как гарант обеспечения конкурентной среды.

22. Цели и необходимость государственного регулирования занятости.

23. Действия государства в социальной защите населения.

24. Политика государства, направленная на решение экологических проблем РК.

25. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.

26. Основные средства внешнеэкономического регулирования государства.

27. Государственное регулирование социально-экономического развития регионов.

28. Важность проведения государством региональной политики.

29. Сущность и виды прогнозирования экономики и стратегического планирования.

30. Теоретическое обоснование государственного регулирования экономики.

**СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Менеджмент**

**Основная литература**

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.

**Дополнительная литература**

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.

**СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Маркетинг**

**Основная литература**

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.

**Дополнительная литература**

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.

**СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Государственное регулирование экономики**

**Основная литература**

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.

**Дополнительная литература**

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.