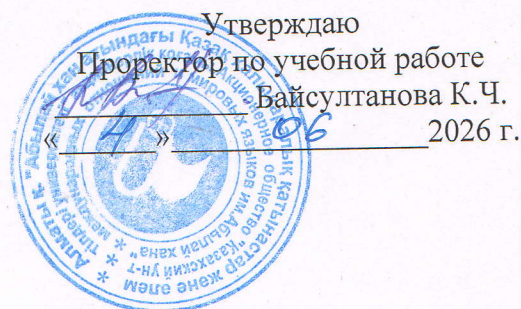


АО «КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ ИМЕНИ АБЫЛАЙ ХАНА»

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА И МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ОП МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ



ПРОГРАММА

вступительных экзаменов для поступления на платное обучение по ОП для абитуриентов, прошедших срочную военную службу, иностранных граждан, а также для выпускников ТиПО, поступающих на родственные образовательные программы по сокращенной форме обучения по ОП «6В04103- Менеджмент и маркетинг»

Алматы, 2026

1. Назначение программы

Вступительные экзамены для поступления на платное обучение по образовательной программе ОП «6В04103 – Менеджмент и маркетинг» для абитуриентов, отслуживших срочную военную службу, а также для выпускников ТиПО, поступающих на сокращенную форму обучения проводятся согласно «Правилам приема на обучение в АО «КазУМОиМЯ им. Абылай хана» от 28 мая 2025 года» и «Положению о проведении собеседования с иностранными гражданами, поступающими на ОП бакалавриата» от 15 июня 2020 года. Для абитуриентов, поступающих на ОП «6В04103 – Менеджмент и маркетинг» на базе технического и профессионального образования, профилирующими дисциплинами являются «География», «Менеджмент организации» и «Основы маркетинга». Зачисление в число студентов оформляется приказом ректора университета в период с 10 по 25 августа. На платной основе по ОП бакалавриата зачисляются:

- выпускники организаций общего и среднего образования текущего года, прошедшие ЕНТ и набравшие по результатам тестирования не менее 50 баллов;
- выпускники предыдущих лет организаций общего и среднего образования, а также выпускники организаций технического и профессионального образования, прошедшие ЕНТ и набравшие по результатам тестирования не менее 35 баллов.

При приемной комиссии создается комиссия по проведению собеседования из числа работников факультетов с целью проведения собеседования с выпускниками колледжей, поступающими на родственные образовательные программы университета на сокращенные сроки обучения, а также с лицами, отслужившими срочную воинскую службу не более 2 (двух) лет до подачи заявления на поступление в университет и имеющими рекомендации и/или направления на обучение.

Время собеседования с одним абитуриентом при устной форме составляет 15 минут, при письменной форме — 20 минут, при смешанной форме — 30 минут.

2. Цель проведения вступительного экзамена

Определение знания абитуриентов к освоению образовательной программы, а также оценка готовности выпускников к успешному обучению по сокращенной образовательной программе осуществляется в соответствии с требованиями государственных общеобязательных стандартов.

3. Задачи вступительного экзамена

Задачи вступительного экзамена направлены на:

- выявление уровня подготовки абитуриентов;
- определение их способности к освоению образовательной программы «ОП «6В04103-Менеджмент и маркетинг»;
- оценку аналитических и практических навыков;
- выявление мотивации к обучению и профессиональной направленности.

Реализация указанных задач обеспечивается проведением экзамена в форме собеседования.

4. Форма проведения вступительного экзамена

Вступительный экзамен проводится в форме устного собеседования.

5. Порядок проведения собеседования

Собеседование проводится экзаменационной комиссией для:

- иностранных граждан;
- лиц, отслуживших срочную воинскую службу;
- выпускников ТиПО, поступающих на сокращенную форму обучения.

Собеседование включает следующие этапы:

- идентификация абитуриента и ознакомление с процедурой экзамена;
- проверка базовых знаний по профилю образовательной программы (ответы на теоретические вопросы);

– оценка практических и аналитических навыков (решение ситуационных или практико-ориентированных задач);

– оценка уровня владения языком обучения (при необходимости — для иностранных граждан);

– выявление мотивации и профессиональной направленности.

Продолжительность собеседования составляет **10–20 минут** на одного абитуриента.

6. Критерии оценки результатов

Оценка результатов собеседования проводится по следующим критериям:

– уровень базовых теоретических знаний;

– способность к логическому и аналитическому мышлению;

– умение применять знания при решении практических задач;

– уровень владения языком обучения (для иностранных граждан);

– мотивация к обучению и осознанность выбора образовательной программы.

Оценка проводится по 100-балльной шкале.

Критерии оценки:

– уровень теоретической подготовки — до 40 баллов;

– мотивация и осознанность выбора ОП — до 20 баллов;

– коммуникативные навыки — до 20 баллов;

– аналитическое мышление и логика — до 20 баллов.

Минимальный проходной балл – 55 баллов.

Итоговая оценка определяется как средний балл, выставленный членами комиссии.

На каждого абитуриента оформляется протокол установленной формы, в котором отражаются результаты вступительного экзамена, выставляется итоговая оценка, а также формулируется рекомендация экзаменационной комиссии о зачислении либо об отказе в зачислении. Протоколы, оформленные в установленном порядке, передаются в приёмную комиссию для последующего включения в личное дело абитуриента.

7. База вопросов

База вопросов формируется отдельно для следующих категорий, поступающих:

– иностранные граждане;

– лица, прошедшие срочную воинскую службу;

– выпускники ТиПО.

Перечень вопросов включает теоретические, практико-ориентированные и мотивационные задания по профилю образовательной программы.

8. Приём и зачисление

Приём лиц на полную и сокращённую формы обучения осуществляется на основании результатов собеседования в соответствии с установленными правилами приёма.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты оформляются протоколом заседания экзаменационной комиссии.

Протоколы подписываются всеми членами комиссии и передаются в Приёмную комиссию:

1. Протокол собеседования (для иностранных граждан, поступающих на платное обучение);

2. Протокол собеседования (для выпускников ТиПО, поступающих по родственному ОП по сокращённым срокам обучения на платное обучение);

3. Протокол собеседования (для поступающих прошедших срочную воинскую службу).

I. ПРОГРАММНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, ПОСТУПАЮЩИХ НА РОДСТВЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО СОКРАЩЕННОЙ ФОРМЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ОП «БВ04103-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»

1. Основные концепции маркетинга.
2. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса.
3. Классификация товарных рынков.
4. Понятие и классификация потребностей и типы потребителей.
5. Понятия коммуникации.
6. Сущность и содержание менеджмента.
7. Основные функции менеджмента
8. Что такое Миссия организации?
9. Сущность и виды планирования в организации
10. Понятие «мотивация» и ее виды.
11. Понятие и сущность конфликта.
12. Методы разрешения конфликтов.
13. Власть и влияние в организации.
14. Понятие лидерства и его роль в управлении организацией.
15. Виды лидерства.

II ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ТЕХНИЧЕСКОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, ПОСТУПАЮЩИХ НА РОДСТВЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО СОКРАЩЕННОЙ ФОРМЕ ОБУЧЕНИЯ

1. Молодой руководитель, стремясь к идеальному результату, перепроверяет каждое действие своих подчиненных. Он часто забирает работу у сотрудников и доделывает её сам по вечерам, считая, что «хочешь сделать хорошо — сделай это сам». В итоге руководитель находится на грани выгорания, а сотрудники потеряли инициативу и ждут прямых указаний даже в простых вопросах.

Назовите главную управленческую ошибку в этой ситуации. Какие три конкретных шага должен предпринять руководитель, чтобы исправить положение и повысить эффективность команды?

2. Если Вы руководитель, у Вас в подчинении работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако из-за различных объективных причин карьерный рост не возможен, а доход достаточно высок, есть также комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

3. Вы чувствуете, что намеченные на день дела Вы не успеваете сделать вовремя. Помимо того, что уже выполнено, еще нужно провести совещание с руководителями подразделений, заказать билеты на самолет для предстоящей командировки, сделать заказ на поставку товаров и встретиться с рабочими по поводу внедрения в производство новой технологии.

Перепоручите ли какие-нибудь дела своим подчиненным? Если да, то какие и кому?

4. Вас назначили руководителем отдела. Предыдущий руководитель делал все сам, и сотрудники привыкли ждать указаний, не проявляя инициативы. Проекты задерживаются. Как вы измените систему работы? Опишите первые 3 шага по делегированию полномочий.

5. В команде произошел конфликт между опытным сотрудником («старожилом») и молодым специалистом. «Старожил» считает методы новичка слишком рискованными, а новичок считает «старожил» консерватором.

Какую стратегию поведения выберете вы как руководитель: соперничество, сотрудничество, компромисс или избегание? Обоснуйте.

6. Если Вы руководитель, у Вас в подчинении работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако из-за различных объективных причин карьерный рост не возможен, а доход достаточно высок, есть также комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

7. Вы чувствуете, что намеченные на день дела Вы не успеваете сделать вовремя. Помимо того, что уже выполнено, еще нужно провести совещание с руководителями подразделений, заказать билеты на самолет для предстоящей командировки, сделать заказ на поставку товаров и встретиться с рабочими по поводу внедрения в производство новой технологии.

II. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНОВ ДЛЯ ПОСТУПЛЕНИЯ НА ПЛАТНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПО ОП «6В04103-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ» ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН

1. Почему вы выбрали именно эту образовательную программу?
2. Как вы понимаете профессию менеджера (маркетолога), и почему считаете ее важной?
3. Участвовали ли вы в общественной, волонтерской, предпринимательской или проектной деятельности? Расскажите о своем опыте.
4. Какие профессиональные цели вы ставите перед собой?
5. Опишите ситуацию, когда вам удалось убедить других в своей идее.
6. Как вы думаете, почему одни компании становятся успешными, а другие нет?
7. Какие качества делают человека хорошим лидером в команде?
8. Участвовали ли вы в профориентационных мероприятиях нашего университета?
9. Какой бренд или компания вам нравится больше всего и почему?
10. Кем вы планируете работать после окончания университета?
11. Какие предметы вы изучали в предыдущем учебном заведении?

III. ПРОГРАММНЫЕ ВОПРОСЫ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНОВ ДЛЯ ПОСТУПЛЕНИЯ НА ПЛАТНОЕ ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ, ПРОШЕДШИХ СРОЧНУЮ ВОЕННУЮ СЛУЖБУ

1. Чем занимается маркетолог?
2. Какими качествами должен обладать хороший руководитель?
3. Что такое реклама?
4. Для чего компании изучают потребности покупателей?
5. Какая известная компания вам нравится и почему?
6. Что важнее для бизнеса: хороший товар или хорошая реклама? Почему?
7. Кем вы хотите работать после окончания университета?
8. Как вы понимаете роль менеджера в успешной работе компании??
9. Что, на ваш взгляд, важнее в маркетинге: креативность или аналитика? Почему?
10. Если бы вы запускали новый продукт, как бы вы привлекли первых клиентов?
11. Какие современные тенденции в бизнесе или маркетинге вам кажутся наиболее интересными?
12. Если бы вы запускали новый продукт, как бы вы привлекли первых клиентов?

Список литературы

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. – М.: Питер, 2022.
2. Друкер П. Ф. Практика менеджмента. – М.: Вильямс, 2019.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2020.
4. Армстронг Г., Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2021.
5. Дафт Р. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2020.
6. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2019.

Зав. кафедрой «Менеджмент и маркетинг»

к.э.н., ассоц. профессор



Бейсенова Г.Ш.

1. Бағдарламаның мақсаты

"6B04103 – Менеджмент және маркетинг" ББ білім беру бағдарламасы бойынша мерзімді әскери қызмет өткерген талапкерлерге, сондай-ақ бітіруші түлектерге ақылы негізде оқуға түсуге арналған қабылдау емтихандары ТЖКБ, қысқартылған оқыту нысанына түсушілер "АҚ-ға оқуға қабылдау қағидаларына" сәйкес жүргізіледі. ҚазХҚ және ӘТУ оларға. Абылай хана" 28 жылғы 2025 мамырдағы" және "Бакалавриатқа оқуға түсетін шетелдік азаматтармен әңгімелесу туралы ереже" 15 жылғы 2020 маусымдағы. "6B04103 – Менеджмент және маркетинг" мамандығына техникалық және кәсіптік білім негізінде оқуға түсетін талапкерлер үшін негізгі пәндер "Ұйымдастыру менеджменті" және "Маркетинг негіздері" болады. Студенттер қатарына қабылдау университет ректорының бұйрығымен 10-25 тамыз аралығында рәсімделеді. Бакалавриаттың ББ бойынша ақылы негізде оқуға түсушілер:

– ҰБТ-дан өткен және тестілеу нәтижелері бойынша кемінде 50 балл жинаған ағымдағы жылғы жалпы және орта білім беру ұйымдарының түлектері;

– жалпы және орта білім беру ұйымдарының өткен жылдардағы түлектері, сондай-ақ ҰБТ-дан өткен және тестілеу нәтижелері бойынша кемінде 35 балл жинаған техникалық және кәсіптік білім беру ұйымдарының түлектері.

Қабылдау комиссиясының жанынан қысқартылған оқу мерзіміне университеттің ұқсас білім беру бағдарламаларына түсетін колледж түлектерімен, сондай-ақ 2 (екіден) аспайтын мерзімді әскери қызмет өткерген адамдармен әңгімелесу өткізу мақсатында факультет қызметкерлерінің арасынан әңгімелесу өткізу үшін комиссия құрылады. әскери қызмет. университетке түсуге өтініш бергенге дейін бірнеше жыл бұрын және оқуға ұсыныстары және/немесе жолдамалары бар.

Бір талапкермен әңгімелесу уақыты ауызша нысанда 15 минутты, жазбаша нысанда 20 минутты, аралас нысанда 30 минутты құрайды.

2. Қабылдау емтиханын өткізудің мақсаты

Талапкерлердің білім беру бағдарламасын меңгеру бойынша білімін анықтау, сондай-ақ бітірушілердің қысқартылған білім беру бағдарламасы бойынша табысты оқуға дайындығын бағалау мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарттарының талаптарына сәйкес жүзеге асырылады.

3. Қабылдау емтиханының міндеттері

Қабылдау емтиханының тапсырмалары мыналарға бағытталған:

– талапкерлердің дайындық деңгейін анықтау;

– олардың білім беру бағдарламасын меңгеру қабілетін анықтау "ББ "6B04103-Менеджмент және маркетинг»;

– аналитикалық және практикалық дағдыларды бағалау;

– оқуға деген ынтаны және кәсіби бағдарлануды анықтау.

Көрсетілген міндеттерді іске асыру әңгімелесу нысанында емтихан өткізу арқылы қамтамасыз етіледі.

4. Қабылдау емтиханын өткізу нысаны

Қабылдау емтиханы ауызша әңгімелесу нысанында өткізіледі.

5. Әңгімелесуді өткізу тәртібі

Әңгімелесуді емтихан комиссиясы келесілер үшін өткізеді:

– шетел азаматтарының;

– мерзімді әскери қызмет өткерген адамдарды;

– түлектердің ТЖКБ, қысқартылған оқыту нысанына түсушілер.

Әңгімелесу келесі кезеңдерді қамтиды:

– талапкерді сәйкестендіру және емтихан рәсімімен таныстыру;

– білім беру бағдарламасының бейіні бойынша базалық білімді тексеру (теориялық сұрақтарға жауаптар);

– тәжірибелік және аналитикалық дағдыларды бағалау (ситуациялық немесе тәжірибеге бағытталған есептерді шешу);

– оқыту тілін меңгеру деңгейін бағалау (қажет болған жағдайда — шетел азаматтары үшін);

– мотивацияны және кәсіби бағдарды анықтау.

Әңгімелесудің ұзақтығы құрайды **10-20 минут** бір талапкерге.

6. Нәтижелерді бағалау критерийлері

Әңгімелесу нәтижелерін бағалау келесі критерийлер бойынша жүргізіледі:

– базалық теориялық білім деңгейі;

– логикалық және аналитикалық ойлау қабілеті;

– практикалық есептерді шешуде білімді қолдана білу;

– оқыту тілін меңгеру деңгейі (шетел азаматтары үшін);

– оқуға ынталандыру және білім беру бағдарламасын таңдауда саналы болу.

Бағалау 100 балдық шкала бойынша жүргізіледі.

Бағалау критерийлері:

– теориялық дайындық деңгейі — 40 баллға дейін;

– ОП таңдау мотивациясы мен хабардарлығы — 20 баллға дейін;

– коммуникативтік дағдылар — 20 баллға дейін;

– аналитикалық ойлау және логика — 20 баллға дейін.

Ең төменгі өту балы – 55 балл.

Қорытынды баға комиссия мүшелері берген орташа балл ретінде анықталады.

Әрбір талапкер үшін белгіленген үлгідегі хаттама толтырылады, онда қабылдау емтиханының нәтижелері көрсетіледі, қорытынды баға қойылады, сондай-ақ емтихан комиссиясының қабылдау туралы немесе қабылдаудан бас тарту туралы ұсынысы жасалады. Белгіленген тәртіппен ресімделген хаттамалар кейіннен талапкердің жеке ісіне енгізу үшін қабылдау комиссиясына тапсырылады.

7. Сұрақтар базасы

Сұрақтардың базасы оқуға түсушілердің келесі санаттары үшін жеке қалыптастырылады:

– шетел азаматтары;

– мерзімді әскери қызмет өткерген адамдар;

– ТЖКБ түлектері.

Сұрақтар тізімі білім беру бағдарламасының бейіні бойынша теориялық, практикалық-бағдарлы және мотивациялық тапсырмаларды қамтиды.

8. Оқуға қабылдау

Оқытудың толық және қысқартылған нысандарына тұлғаларды қабылдау белгіленген қабылдау қағидаларына сәйкес әңгімелесу нәтижелері негізінде жүзеге асырылады.

НӘТИЖЕЛЕРДІ РЕСІМДЕУГЕ ҚОЙЫЛАТЫН ТАЛАПТАР

Нәтижелер емтихан комиссиясы отырысының хаттамасымен ресімделеді.

Хаттамаларға комиссияның барлық мүшелері қол қояды және Қабылдау комиссиясына тапсырылады:

4. Әңгімелесу хаттамасы (ақылы негізде оқуға түсетін шетел азаматтары үшін);

5. Әңгімелесу хаттамасы (түлектер үшін ТЖКБ, ұқсас білім беру бағдарламалары бойынша қысқартылған оқу мерзіміне ақылы негізде оқуға түсушілер);

6. Әңгімелесу хаттамасы (мерзімді әскери қызметтен өткендер үшін).

**I. ҚЫСҚАРТЫЛҒАН ОҚЫТУ НЫСАНЫ БОЙЫНША ҰҚСАС БІЛІМ БЕРУ
БАҒДАРЛАМАЛАРЫНА ТҮСЕТІН ТЕХНИКАЛЫҚ ЖӘНЕ КӘСІПТІК БІЛІМ БЕРУ
ҰЙЫМДАРЫНЫҢ ТҮЛЕКТЕРІНЕ АРНАЛҒАН БАҒДАРЛАМАЛЫҚ СҰРАҚТАР
"6B04103-МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ" ББ**

10. Маркетингтің негізгі концепциялары.
11. Сұраныс жағдайына байланысты маркетингтің түрлері.
12. Тауар нарықтарының классификациясы.
13. Тұтынушылардың қажеттіліктері мен типтерінің түсінігі және жіктелуі.
14. Коммуникация ұғымдары.
15. Менеджменттің мәні мен мазмұны.
16. Менеджменттің негізгі функциялары
17. Ұйымның миссиясы қандай?
18. Ұйымдағы жоспарлаудың мәні мен түрлері
10. "Мотивация" түсінігі және оның түрлері.
11. Қақтығыстың түсінігі мен мәні.
12. Жанжалдарды шешу әдістері.
13. Ұйымдағы билік пен ықпал.
14. Көшбасшылық түсінігі және оның ұйымды басқарудағы рөлі.
15. Көшбасшылықтың түрлері.

**I.I ТӘЖІРИБЕЛІК ТАПСЫРМАЛАР ҚЫСҚАРТЫЛҒАН ОҚЫТУ НЫСАНЫ
БОЙЫНША ҰҚСАС БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАРЫНА ТҮСЕТІН
ТЕХНИКАЛЫҚ ЖӘНЕ КӘСІПТІК БІЛІМ БЕРУ ҰЙЫМДАРЫНЫҢ ТҮЛЕКТЕРІ
ҮШІН**

2. Мінсіз нәтижеге ұмтылған жас басшы қарамағындағылардың әрбір әрекетін қайталап тексереді. Ол жұмысты қызметкерлерден жиі алып, кешке "жақсылық жасағың келсе, өзің істе" деп есептеп, жұмысты өзі бітіреді. Нәтижесінде басшы күйіп қалудың алдында тұр, ал қызметкерлер бастамасын жоғалтып, қарапайым мәселелерде де тікелей нұсқауларды күтуде.

Бұл жағдайда менеджменттің негізгі қателігі қандай? Басшы жағдайды түзету және команданың тиімділігін арттыру үшін қандай үш нақты қадам жасауы керек?

2. Егер сіз басшы болсаңыз, сіздің қарамағыңызда өз лауазымынан біршама асып кеткен адам жұмыс істейді. Дегенмен, әртүрлі объективті себептерге байланысты мансаптық өсу мүмкін емес және табыс жеткілікті жоғары, сонымен қатар комиссиялар да бар. Мұндай қызметкерді қосымша ынталандыру жолдарын табыңыз.

3. Сіз бір күнге жоспарлаған істеріңізді уақытында бітіре алмайтыныңызды сезесіз. Қазірдің өзінде аяқталғаннан басқа, бөлім басшыларымен кездесу өткізіп, алдағы іссапарға ұшақ билеттеріне тапсырыс беріп, тауарларды жеткізуге тапсырыс беріп, өндіріске жаңа технологияны енгізу туралы жұмысшылармен кездесу қажет.

Қарамағындағыларға қандай да бір істерді қайта тапсырасыз ба? Олай болса, қайсысы және кімге?

4. Сіз бөлім меңгерушісі болып тағайындалдыңыз. Бұрынғы басшы мұның бәрін өзі жасаған, ал қызметкерлер бастамашылық жасамай-ақ нұсқауларды күтуге дағдыланған. Жұмыс жүйесін қалай өзгертесіз? Өкілдік берудің алғашқы 3 қадамын сипаттаңыз.

5. Ұжымда тәжірибелі қызметкер ("ескі таймер") мен жас маман арасында жанжал туындады. "Ескі таймер" жаңадан бастаушының әдістерін тым қауіпті деп санайды, ал жаңадан бастаушы "ескі таймерді" консервативті деп санайды.

Көшбасшы ретінде сіз қандай мінез-құлық стратегиясын таңдайсыз: бәсекелестік, ынтымақтастық, ымыраға келу немесе аулақ болу? Негіздеңіз.

6. Егер сіз басшы болсаңыз, сіздің қарамағыңызда өз лауазымынан біршама асып кеткен адам жұмыс істейді. Дегенмен, әртүрлі объективті себептерге байланысты мансаптық өсу мүмкін емес және табыс жеткілікті жоғары, сонымен қатар комиссиялар да бар. Мұндай қызметкерді қосымша ынталандыру жолдарын табыңыз.

7. Сіз бір күнге жоспарлаған істеріңізді уақытында бітіре алмайтыныңызды сезесіз. Қазірдің өзінде аяқталғаннан басқа, бөлім басшыларымен кездесу өткізіп, алдағы іссапарға ұшақ билеттеріне тапсырыс беріп, тауарларды жеткізуге тапсырыс беріп, өндіріске жаңа технологияны енгізу туралы жұмысшылармен кездесу қажет.

II. ШЕТЕЛ АЗАМАТТАРЫ ҮШІН "6B04103-МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ" ББ БОЙЫНША АҚЫЛЫ ОҚУҒА ТҮСУ ҮШІН ЕМТИХАН СҰРАҚТАРЫ

1. Неліктен дәл осы білім беру бағдарламасын таңдадыңыз?
2. Менеджер (маркетолог) мамандығын қалай түсінесіз және оны неге маңызды деп санайсыз?
3. Сіз қоғамдық, волонтерлік, кәсіпкерлік немесе жобалық іс-шараларға қатыстыңыз ба? Өз тәжірибеңіз туралы айтып беріңізші.
4. Алдыңызға қандай кәсіби мақсаттар қоясыз?
5. Өз идеяңызда басқаларды сендіре алған жағдайды сипаттаңыз.
6. Неліктен кейбір компаниялар табысты болады, ал басқалары табысты болмайды деп ойлайсыз?
7. Қандай қасиеттер адамды ұжымда жақсы көшбасшы етеді?
8. Сіз біздің университеттің кәсіптік бағдар беру іс-шараларына қатыстыңыз ба?
9. Сізге қай бренд немесе компания көбірек ұнайды және неге?
10. Университетті бітіргеннен кейін кіммен жұмыс істеуді жоспарлап отырсыз?
11. Алдыңғы оқу орнында қандай пәндерді оқыдыңыз?

III. МЕРЗІМДІ ӘСКЕРИ ҚЫЗМЕТТЕН ӨТКЕН ТАЛАПКЕРЛЕР ҮШІН "6B04103-МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГ" ББ, АҚЫЛЫ НЕГІЗДЕ ОҚУҒА ТҮСУ ҮШІН ҚАБЫЛДАУ ЕМТИХАНДАРЫ

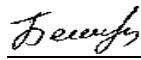
8. Маркетолог немен айналысады?
9. Жақсы басшы қандай қасиеттерге ие болуы керек?
10. Жарнама дегеніміз не?
11. Компаниялар тұтынушылардың қажеттіліктерін не үшін зерттейді?
12. Сізге қандай танымал компания ұнайды және неге?
13. Бизнес үшін қайсысы маңыздырақ: жақсы өнім немесе жақсы жарнама? Неліктен?
14. Университетті бітіргеннен кейін кіммен жұмыс істегіңіз келеді?
13. Компанияның табысты жұмысындағы менеджердің рөлін қалай түсінесіз??
14. Сіздің ойыңызша, маркетингте не маңыздырақ: шығармашылық немесе аналитика? Неліктен?
15. Егер сіз жаңа өнімді шығарғыңыз келсе, алғашқы тұтынушыларды қалай тартар едіңіз?
16. Сізге бизнестегі немесе маркетингтегі қандай заманауи тенденциялар ең қызықты болып көрінеді?
17. Егер сіз жаңа өнімді шығарғыңыз келсе, алғашқы тұтынушыларды қалай әкелер едіңіз?

Әдебиеттер тізімі

7. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг-менеджмент. – М.: Питер, 2022.
8. Дракер П.Ф. Менеджмент практикасы. – М.: Уильямс, 2019.
9. Мескон М., Альберт М., Хедури Ф. Менеджмент негіздері. – М.: Іс, 2020.
10. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг негіздері. – М.: Уильямс, 2021.
11. Дафт Р. Менеджмент. – Санкт-Петербург: Петр, 2020.
12. Голубков Е.П. Маркетингтік зерттеулер: теориясы, әдістемесі және практикасы. – М.: Қаржы баспасөзі, 2019.

"Менеджмент және маркетинг"
кафедрасының меңгерушісі

э.ғ.к., қауым. профессор



Бейсенова Б.

1. Purpose of the program

Entrance exams for admission to paid training under the educational program OP "6B04103-Management and Marketing" for applicants who have served military service, as well as for graduates of the TVET who enter the reduced form of training are conducted in accordance with the "Rules for admission to training in JSC "Kazumoimya im. Abylai Khan" dated May 28, 2025 " and "Regulations on conducting interviews with foreign citizens entering the Bachelor's Degree program" dated June 15, 2020. For applicants entering the OP "6B04103 – Management and Marketing" on the basis of technical and professional education, the profile disciplines are "Geography", "Organization Management" and "Fundamentals of Marketing". Enrollment in the number of students is issued by the order of the rector of the University in the period from 10 to 25 August. On a paid basis, the following students are enrolled in the Bachelor's Degree program:

- graduates of organizations of general and secondary education of the current year who passed the UNT and scored at least 50 points based on the test results;
- graduates of previous years of general and secondary education organizations, as well as graduates of technical and vocational education organizations who passed the UNT and scored at least 35 points based on the test results.

At the admissions committee, a commission for conducting interviews is created from among faculty employees in order to conduct interviews with college graduates entering related educational programs of the university for shorter periods of study, as well as with persons who have served military service for no more than 2 (two) years. years prior to applying for admission to the university and having recommendations and / or directions for study.

The interview time with one applicant is 15 minutes in the oral form, 20 minutes in the written form, and 30 minutes in the mixed form.

2. Purpose of the entrance exam

Determination of applicants' knowledge of the educational program, as well as assessment of graduates' readiness for successful training in the reduced educational program is carried out in accordance with the requirements of state mandatory standards.

3. Tasks of the entrance exam

The tasks of the entrance exam are aimed at:

- identification of the level of training of applicants;
- determination of their ability to master the educational program "OP" 6B04103-Management and Marketing";
- assessment of analytical and practical skills;
- identification of motivation to study and professional orientation.

The implementation of these tasks is ensured by conducting an exam in the form of an interview.

4. Form of the entrance exam

The entrance exam is conducted in the form of an oral interview.

5. Interview procedure

The interview is conducted by the examination board for:

- foreign citizens;
- persons who have served conscription;
- TVE graduates applying for an abbreviated form of education.

The interview process includes the following steps:

- identification of the applicant and familiarization with the exam procedure;
- testing of basic knowledge in the profile of the educational program (answers to theoretical questions);
- assessment of practical and analytical skills (solving situational or practice-oriented tasks);
- assessment of the level of proficiency in the language of instruction (if necessary-for foreign citizens);

- identification of motivation and professional orientation.

The duration of the interview is **10-20 minutes** per applicant.

6. Criteria for evaluating results

The results of the interview are evaluated according to the following criteria:

- the level of basic theoretical knowledge;
- ability to think logically and analytically;
- ability to apply knowledge in solving practical problems;
- language proficiency level (for foreign citizens);
- motivation to study and awareness of the choice of educational program.

The rating is based on a 100-point scale.

Evaluation criteria:

- level of theoretical training-up to 40 points;
- motivation and awareness of OP selection — up to 20 points;
- communication skills — up to 20 points.
- analytical thinking and logic — up to 20 points.

The minimum passing score is 55 points.

The final score is defined as the average score given by the members of the commission.

For each applicant, a protocol of the established form is drawn up, which reflects the results of the entrance exam, sets the final score, and also formulates the recommendation of the examination board on enrollment or refusal to enroll. Protocols drawn up in accordance with the established procedure are submitted to the admissions committee for subsequent inclusion in the applicant's personal file.

7. Database of questions

The database of questions is formed separately for the following categories of applicants:

- foreign citizens;
- persons who have completed compulsory military service;
- TVE graduates.

The list of questions includes theoretical, practice-oriented and motivational tasks for the profile of the educational program.

8. Admission and enrollment

Admission of persons to full and reduced forms of study is carried out on the basis of the results of an interview in accordance with the established admission rules.

REQUIREMENTS FOR FORMATTING RESULTS

The results are recorded in the minutes of the examination committee meeting.

Minutes are signed by all members of the commission and submitted to the Admissions Committee:

7. Interview protocol (for foreign citizens applying for paid training);
8. Interview protocol (for TVET graduates who are enrolled in related programs for reduced terms of study for paid training);
9. Interview protocol (for applicants who have completed military service).

I. PROGRAM QUESTIONS FOR GRADUATES OF ORGANIZATIONS OF TECHNICAL AND PROFESSIONAL EDUCATION ENTERING RELATED EDUCATIONAL PROGRAMS IN AN ABBREVIATED FORM OF TRAINING IN THE OP "6B04103-MANAGEMENT AND MARKETING"

19. Basic marketing concepts.
20. Types of marketing depending on the state of demand.
21. Classification of commodity markets.
22. Concept and classification of needs and types of consumers.
23. Communication concepts.
24. The essence and content of management.
25. Key management functions
26. What is the organization's Mission Statement?
27. The nature and types of planning in an organization
10. The concept of "motivation" and its types.
11. The concept and essence of conflict.
12. Methods of conflict resolution.
13. Power and influence in the organization.
14. The concept of leadership and its role in organization management.
15. Types of leadership.

I..I PRACTICAL TASKS FOR GRADUATES OF ORGANIZATIONS OF TECHNICAL AND VOCATIONAL EDUCATION ENTERING RELATED EDUCATIONAL PROGRAMS IN AN ABBREVIATED FORM OF STUDY

3. A young manager, striving for an ideal result, rechecks every action of his subordinates. He often takes work from employees and finishes it himself in the evenings, believing that "if you want to do it well, do it yourself." As a result, the manager is on the verge of burnout, and employees have lost the initiative and are waiting for direct instructions even in simple questions.

Name the main management error in this situation. What are the three specific steps a manager should take to correct the situation and improve the team's effectiveness?

2. If you are a manager, you have a subordinate who has somewhat outgrown his position. However, due to various objective reasons, career growth is not possible, and the income is quite high, there are also commissions. Find ways to further motivate such an employee.

3. You feel that you don't get things done on time for the day. In addition to what has already been completed, you also need to hold a meeting with the heads of departments, order plane tickets for the upcoming business trip, place an order for the supply of goods and meet with workers about the introduction of new technology into production.

Will you delegate any tasks to your subordinates? If so, which ones and to whom?

4. You were appointed head of the department. The previous manager did everything himself, and employees are used to waiting for instructions without taking the initiative. Projects are being delayed.

How will you change the system of work? Describe the first 3 steps for delegating authority.

5. There was a conflict in the team between an experienced employee ("old-timer") and a young specialist. The "old-timer" considers the newcomer's methods too risky, and the newcomer considers the "old-timer" a conservative.

What kind of behavior strategy do you choose as a manager: competition, cooperation, compromise, or avoidance? Justify it.

6. If you are a manager, you have a subordinate who has somewhat outgrown his position. However, due to various objective reasons, career growth is not possible, and the income is quite high, there are also commissions. Find ways to further motivate such an employee.

7. You feel that you don't get things done on time for the day. In addition to what has already been completed, you also need to hold a meeting with the heads of departments, order plane tickets for the upcoming business trip, place an order for the supply of goods and meet with workers about the introduction of new technology into production.

II. PROGRAM OF ENTRANCE EXAMS FOR ADMISSION TO PAID TRAINING IN OP "6B04103-MANAGEMENT AND MARKETING" FOR FOREIGN CITIZENS

1. Why did you choose this particular educational program?
2. How do you understand the profession of a manager (marketer), and why do you consider it important?
3. Have you participated in community, volunteer, business, or project activities? Tell us about your experience.
4. What professional goals do you set for yourself?
5. Describe a situation where you managed to convince others of your idea.
- 6 Why do you think some companies become successful and others don't?
7. What qualities make a person a good leader in a team?
8. Have you participated in career guidance activities at our university?
9. Which brand or company do you like best and why?
10. Who do you plan to work for after graduation?
11. What subjects did you study at your previous school?

III. PROGRAM QUESTIONS OF ENTRANCE EXAMS FOR ADMISSION TO PAID TRAINING FOR APPLICANTS WHO HAVE COMPLETED MILITARY SERVICE

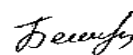
15. What does a marketer do?
16. What qualities should a good manager have?
17. What is advertising?
18. Why do companies study customer needs?
19. What famous company do you like and why?
20. What is more important for your business: good product or good advertising? Why?
21. How do you want to work after graduation?
18. How do you understand the role of a manager in the successful operation of a company??
19. What do you think is more important in marketing: creativity or analytics? Why?
20. If you were launching a new product, how would you attract the first customers?
21. What current trends in business or marketing do you find most interesting?
22. If you were launching a new product, how would you attract the first customers?

List of literature

13. Kotler F., Keller K. L. Marketing-management – Moscow: Piter Publ., 2022.
14. Drucker P. F. Praktika menedzhmenta [Practice of Management], Moscow: Williams Publ., 2019.
15. Mescon M., Albert M., Hedouri F. Osnovy upravleniya [Fundamentals of Management], Moscow: Delo Publ., 2020.
16. Armstrong G., Kotler F. Osnovy marketiki [Fundamentals of Marketing], Moscow: Williams Publ., 2021.
17. Daft R. Management. St. Petersburg: Piter Publ., 2020.
18. Golubkov E. P. Marketing Research: theory, methodology and Practice, Moscow: Finpress, 2019.

Head of the Department of Management and Marketing

К.Э.Н., Candidate of Economic Sciences, assoc. professor



Beisenova G. Sh.