

КАРАГАНДИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КАЗПОТРЕБСОЮЗА

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Карагандинского  
университета Казпотребсоюза,  
д.э.н., профессор



Е.Б. Аймагамбетов

2021 г.

ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
6D050700 «МЕНЕДЖМЕНТ»  
(итоговая аттестация докторантов)

Рассмотрено и обсуждено на  
заседании кафедры  
зав. кафедрой «Менеджмент и  
инновации»

Орынбасарова Е.Д.  
Протокол № 6 от 28 января 2021 г.

Утверждено  
на заседании кафедры  
протокол № 6  
от «28» января 2021 г.

**Вопросы**  
**для подготовки к комплексному экзамену**  
**по специальности 6D050700 «Менеджмент»**  
**по курсу «Актуальные проблемы маркетинга-менеджмента в**  
**инновационной экономике»**

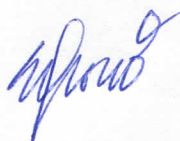
1. Предмет и метод изучения дисциплины
2. Роль маркетинговых исследований в управлении маркетингом. Виды маркетинговых исследований
3. Принципы и методы проведения маркетинговых исследований
4. Направления и общая характеристика маркетинговых исследований
5. Характеристика этапов маркетинговых исследований. Выявление объектов и целей исследований
6. Организационные формы проведения маркетинговых исследований
7. Этические кодексы маркетинговых исследований
8. Критерии выбора независимых исследовательских компаний при проведении маркетинговых исследований
9. Рынок маркетинговых исследований в Казахстане
10. Классификация планов маркетинговых исследований
11. Взаимосвязь между типами маркетинговых исследований. Фиксация мероприятия по проведению маркетинговых исследований
12. Структура плана маркетингового исследования
13. Основные этапы проведения маркетинговых исследований
14. Выбор источников информации, сбор информации. Проектирование маркетинговых исследований
15. Анализ собранных данных. Подготовка отчета по результатам исследований
16. Понятие и характеристика маркетинговой информации. Специфика и свойства маркетинговой информации для исследований
17. Первичная и вторичная информация: определение, классификация, достоинства и недостатки
18. Классификация и структура маркетинговой информации. Источники маркетинговой информации для исследований
19. Маркетинговая информационная система, ее компоненты. Виды анализа информации
20. Традиционный анализ документов. Методы сбора маркетинговой информации
21. Кабинетные методы сбора информации
22. Организация проведения опроса. Критерии выбора метода проведения опроса



23. Правила разработки вопросника для исследований
24. Понятие наблюдения. Виды наблюдения
25. Способы проведения наблюдения. Этапы проведения наблюдения
26. Организация проведения интервью. Виды интервью
27. Качественные методы исследования
28. Определение понятия панели. Виды панелей
29. Ключевые понятия фокус-группы. Методика проведения фокус-группы
30. Полевое исследование в фокус-группе
31. Анализ данных и представленных результатов в фокус-группе
32. Область применения фокус-групп. Примеры проведения фокус-групп. Анализ достоинств и недостатков фокус-групп
33. Основные методы банка статистических процедур, применяемые в анализе информации
34. Виды экспертных оценок
35. Метод кабинетных исследований
36. Виды анализа информации при проведении кабинетных исследований.
37. Традиционный анализ. Алгоритм проведения информативно-целевого анализа
38. Методы изучения рынка на месте (полевой), пробных продаж, личных деловых контактов
39. Понятие наблюдения и ситуационные характеристики его применения
40. Классификация основных форм наблюдения
41. Классификация методов наблюдения
42. Личное наблюдение. Механическое наблюдение
43. Контент-анализ: понятие и объекты анализа. Анализ следов (трес-анализ).
44. Концепция причинности в маркетинге
45. Понятие, характеристика, классификация и формы эксперимента.
46. Понятие пробного рынка и пробного маркетинга (тестирование рынка)
47. Виды тестирования рынка
48. Понятие опроса. Проведение опроса. Классификация форм проведения опроса
49. Ключевые понятия планирования выборки. Этапы процесса планирования выборки
50. Выбор метода выборки. Классификация способов построения выборки
51. Количественные и качественные исследования
52. Методы качественных исследований. Классификация методов качественных исследований
53. Ключевые определения панельного метода исследования
54. Сущность и цели применения банка моделей

55. Основные типы моделей. Классификация моделей
56. Понятие экспертных оценок
57. Разновидности экспертных оценок
58. Этапы проведения экспертных оценок
59. Экстраполирование трендов
60. Виды экстраполяции

Заведующий кафедрой  
менеджмента и инновации  
PhD, доцент



Орынбасарова Е.Д.



Утверждено  
на заседании кафедры  
протокол № 6  
от «28» января 2021 г.

**Вопросы**  
**для подготовки к комплексному экзамену**  
**по специальности 6D050700 «Менеджмент»**  
**по курсу «Стратегическое управление ресурсами**  
**общественного сектора: методические подходы и эффективные**  
**практики»**

1. Соотношение категорий «общественные потребности» и «экономическая эффективность» в системе отношений государства и общества по поводу производства общественных благ
2. Ресурсы и возможности общественного сектора в производстве общественных благ
3. Проблема взаимосвязи индивидуальных и общественных интересов при определении спектра и объемов производства общественных благ
4. Государство как поставщик общественных благ: механизмы выявления общественных потребностей и распределения общественных ресурсов для их производства
5. Множественность подходов к идентификации общественных товаров.
6. Методы классификации общественных благ.
7. Классификация общественных благ на основе эффекта потребления и свойства делимости блага.
8. Модели и механизмы выбора поставщика услуги
9. Особенности управления по результатам в общественном секторе: квази-рыночные отношения, контрактация и оценка результатов
10. Цель и инструменты управления по результатам в общественном секторе
11. Стандарт государственной услуги как элемент системы управления по результатам
12. Социальный стандарт как модель потребления благ
13. Социальные стандарты в образовании: элементы и их содержание
14. Стандарт обеспеченности питьевой водой: элементы и их содержание
15. Обеспеченность и доступность как характеристики услуги в общественном секторе
16. Методика анализ деятельности общественного сектора на макроуровне с использованием статистической системы СНС.
17. Оценка производства общественных товаров коллективного и индивидуального пользования в системе СНС



18. Предпосылки и опыт внедрения государственного планирования и бюджетирования по результатам в Казахстане.
19. Методология и мировой опыт внедрения управления и бюджетирования по результатам.
20. Методические подходы к разработке стратегических планов государственных органов РК
21. Сравнение управления по результатам с традиционным государственным управлением по принципам, показателям и критериям оценки результатов
22. Показатели экономичности, производительности и результативности в оценке расходов государственных ресурсов
23. Индикаторы и показатели системе управления по результатам: их роль и требования к их подбору (рассмотреть на конкретном примере отрасли по выбору)
24. Проектный подход к реализации государственных программ
25. Проблема соотношения экономической и социальной эффективности при реализации стратегических планов и государственных программ
26. Цель и характеристики мониторинга результативности
27. Модели осуществления мониторинга деятельности государства
28. Актуальность оценки программ в системе управления по результатам
29. Понятие, цели и задачи оценки программ
30. Альтернативные подходы к оценке программ
31. Типы оценки муниципальных программ
32. Организация работ по оценке программ
33. Оценка и мониторинг в системе управления по результатам: в чем различия?
34. Закон РК «О государственных услугах», его роль в системе управления и бюджетирования по результатам
35. Роль некоммерческих организаций в оценке государственных услуг.
36. Квази-рыночные экономические отношения в общественном секторе экономики: содержание и механизмы введения
37. Модели и механизмы выбора поставщика услуги в общественном секторе (на примере одной из отраслей общественного сектора)
38. Модели контроллинга в частном и общественном секторе: общее и особенное
39. Управление по результатам в общественном секторе как модель государственного контроллинга
40. Элементы управления по результатам: планирование, бюджетирование, реализация, мониторинг и оценка.
41. Цель и характеристики мониторинга результативности в общественном секторе экономики
42. Государственные услуги как объект управления.
43. Теории идентификации общественных товаров и услуг
44. Основные направления действий государства в вопросах сокращения государственных расходов



45. Эффективность государственных расходов в общественном секторе: понятие, методы определения.
46. Потребительская модель социальной услуги и её связь со стандартом услуги.
47. Нормативы и их роль в формировании показателей обеспеченности услугой.
48. Методы определения доступности услуги и возможность её фиксации в стандарте.
49. Общественные товары коллективного пользования: виды товаров и эффекты присвоения
50. Общественные товары индивидуального пользования: виды товаров и эффекты присвоения.
51. Факторы, стимулирующие внедрение управления и бюджетирования по результатам в общественный сектор экономики.
52. Возможности и недостатки метода управления по результатам для общественного сектора, необходимые условия применения метода.
53. Внутренняя и внешняя оценки муниципальных программ: преимущества и недостатки каждого типа.
54. Совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере оказания государственных услуг.
55. Стандарт и регламент услуги: новые правила разработки.
56. Нормативно-подушевое финансирование как элемент управления по результатам.
57. Определение полной стоимости государственной услуги: цель и методы.
58. Возможные задачи внутренней и внешней оценки программ
59. Основные понятия и элементы управления по результатам: ресурсы, процессы, продукты, промежуточные и конечные результаты
60. Основные понятия и элементы управления по результатам: показатели экономической и социальной эффективности, продуктивности

Заведующий кафедрой  
менеджмента и инновации  
PhD, доцент

Орынбасарова Е.Д.

Утверждено  
на заседании кафедры  
протокол № 6  
от «28» января 2021 г.

**Вопросы**  
**для подготовки к комплексному экзамену**  
**по специальности 6D050700 «Менеджмент»**  
**по курсу «Управление исследованиями»**

1. Управление исследованиями и междисциплинарная связь с другими дисциплинами
2. Понятие науки и научно-исследовательской деятельности.
3. Закон о науке Республики Казахстан и его значение в управлении исследованиями
4. Необходимость и роль научно-исследовательской деятельности
5. Наука и научное исследование
6. Понятийный аппарат научного исследования
7. Понятие научного исследования
8. Основные характеристики исследования
9. Роль науки в современном мире
10. Характерные особенности современной науки
11. Теоретический и эмпирический уровень исследования и их особенности
12. Правильная организация научно-исследовательской работы. Этапы научно-исследовательской работы
13. Понятие методологии научного знания. Уровни методологии
14. Функциональная роль исследования в развитии научного управления
15. Состав исследования системы научного управления. Структуризация методов научного исследования
16. Общенаучная и философская методология: сущность, общие принципы
17. Классификация общенаучных методов познания
18. Общелогические, теоретические и эмпирические методы исследования
19. Формулирование темы научного исследования
20. Планирование научного исследования
21. Субъект и объект научного исследования
22. Интерпретация основных понятий
23. План и его виды
24. Анализ теоретико-экспериментальных исследований
25. Формулирование выводов
26. Управление научными исследованиями
27. Научно-технический потенциал и его составляющие



28. Инновации и формы организации инновационного процесса в научной деятельности
29. Роль экономических исследований в реализации стратегических задач по обеспечению национальной безопасности страны
30. Методологические основы научного познания
31. Методы научного исследования и их классификация методов
32. Выбор темы и направления научного исследования и обоснование его актуальности
33. Организационные основы научно-исследовательских работ
34. Экономическая эффективность результатов исследования и внедрение результатов научного исследования
35. Поиск, накопление и обработка научной информации
36. Определение понятий «информация» и «научная информация»
37. Свойства информации
38. Основные требования, предъявляемые к научной информации
39. Информационные потоки
40. Интеллектуальная собственность
41. Интеллектуальная защита
42. Внедрение НИР
43. Этапы внедрения НИР
44. Результативность научного исследования
45. Виды эффективности научных исследований
46. Логический аппарат научного исследования
47. Оценка эффективности исследований
48. Особенности написания научно-исследовательской работы
49. Содержание и структура НИР докторанта
50. Написание научных статей
51. Порядок исследования экономических процессов
52. Формулировка темы и плана экономического исследования
53. Особенности научной экономической работы и этика научного труда
54. Задачи и методы теоретического исследования
55. Проблемы подготовки и написания научной работы
56. Научные экономические работы и их виды
57. Подготовка, написание и публикация журнальных научных статей
58. Структура и требования к научному отчету по результатам экономических исследований
59. Реферат как результат научной работы. Виды рефератов
60. Подготовка и защита докторской диссертации

Заведующий кафедрой  
менеджмента и инновации  
PhD, доцент



Орынбасарова Е.Д.