**Экономикалық теория»**

**Нұсқау 2**

*1.Тауар бұл:*

1. Тұтыну құны мен пайдалылығы бар зат.
2. Адам еңбегінің нәтижесі.
3. Айырбасқа арналған экономикалық игілік.
4. Еңбек өнімі емес бірақта адамға пайдалы игілік.
5. Жауап беру қиын.

*2.Нарық-бұл:*

1. өнімнің нақты бағасы
2. нарықта сұраныс пен ұсыныс бағаны қалай анықтайтыны туралы түсінік
3. белгілі уақыт аралығында тұтынушылардың сатып алуға дайын бағаның жиынтығы
4. белгілі уақыт аралығында өндірушілердің сатуға ұсынылатын бағасының жиынтығы
5. белгілі бір тауарлар мен қызметтерді сатушылар мен сатып алушыларды бірге қосатын орын

*3.Қай термин адамның бір нәрсеге деген төлем қабілеті мен қажеттілігін білдіреді?*

1. Қажеттілік.
2. Сұраныс.
3. Міндеттілік.
4. Тілек.
5. Ұсыныс.

*4.Сұраныс заңына сәйкес:*

1. тауар бағасы құлдырағанда, жоспарланған сатып алу көлемі өседі
2. ұсыныстың сұраныстан артуы бағаны төмендетеді
3. егер тұтынушылардың табысы өсетін болса, онда олар тауарларды көбірек алады
4. сұраныс қисығы оңға қарай құлдырайды
5. сұраныс өскенде, баға өседі

*5.Егер екі тауар бірін-бірі алмастыратын болса, онда біріншісінің бағасының өсуі әкеледі:*

* 1. Екінші тауарға сұраныс төмендейді
	2. Екінші тауарға сұраныс өседі
	3. Екінші тауардың ұсынысы өседі.
	4. Екінші тауардың ұсынысы қысқарады.
	5. Ұсыныс пен сұраныстың тепе-теңдігі пайда болады.

*6 Болашақта табыс төмендейді деп күтілсе, онда:*

* 1. сұраныс өседі,
	2. сұраныс төмендейді,
	3. сұраныс өзгермейді,
	4. ұсыныс өседі,
	5. ұсыныс төмендейді.

*7.Сұраным икемсіз болады, егер де:*

1. Еd < 1
2. Еd = 0.
3. Еd =1.
4. Еd > 1.
5. Еd = шексіздікке.

*8.Жалғыз ғана өнім түрін, ешқандай бәесеклестері жоқ фирма:*

1. Олигополия,
2. Монопсония.
3. Монополия.
4. Дуополия.
5. Монополиялық бәсеке.

*9. Монополист- бұл:*

1. Биржада келісім шартқа отыратын фирма.
2. Өзінің пайын кіргізген тұлға.
3. Мекеменің жеке құрылымы.
4. Тауардың жалғыз сатушысы.
5. Барлық жауаптар қате.

*10.Тұрақты шығындар- бұл:*

1. Жұмыскерлержің еңбегіне төленетін шығындар, құрал-жабдықтар аммортизациясы
2. Басқарушы персонал жұмыс ақысына, күзетке, несиеге пайызға, негізгі кұралдардың аммортизациясына жұмсалатын шығындар
3. Ғимараттарды жалға алуға, рентаға, несие бойынша пайызға шығындар
4. Электр энергиясына және шикізатқа шығындар
5. Жұмыскерлердің жұмыс ақысына шығындар, шикізат пен құрал-жабдықтар құны

*11. Өзгермелі шығындар –бұл:*

a) Өндіріс көлемінің өзгеруіне байланысты өзгеріп отыратын шығындар.

b) Анық және анық емес шығындар.

c) Өндірістің балама шығындары.

d) Өндіріс көлемінің өзгеруіне тәуелді емес орын алатын шығындар.

e) Жұмыскерлердің еңбегіне төленетін шығындар, құрал-жабдықтар аммортизациясына кететін шығындар.

*12. Жалақының негізгі нысандары?*

1. Табыс пен пайда
2. Аккордық-сыйақы
3. Минималды және максималды
4. Мерзімдік және келісімдік
5. Бюджеттік және кәсіпкерлікпен

*13. Номиналды еңбек ақы – бұл:*

1. белгілі бір уақыт мерзіміне төленген ақша сомасы
2. елдегі орташа еңбек ақы
3. баға индексі
4. ақшалай еңбек ақының сатып алу мүмкіншілігі
5. еңбек ақыға сатып алынған тауарлар мен қызметтер

*14.Филипс қисығы жұмыссыздық деңгейі мен ненің арасындағы байланысты көрсетеді?*

1. Пайыздың
2. Пайыздың нақты мөлшерлемесінің
3. Жиынтық сұраныстың
4. Инфляцияның
5. Өмірдің

*15.Жұмыссыздардың саны дегеніміз?*

1. Жұмыс күшімен жұмысбасты адамдардың арасындағы айырмашылық.
2. Жұмыссыз адамдардың проценті.
3. Жұмыс іздеп жүрген адамдардың саны.
4. Циклдық және құрылымдық жұмыссыздықтың деңгейі.
5. Халық санынан жұмысбастыларды алып тастағанда.

*16.Еңбек ақы-бұл... жасалатын төлем:*

1. Жалға
2. Еңбекке
3. Жеке меншікке
4. Капиталға
5. Кәсіпкерлік қызметке

*17. Жұмыс алушының өз еркімен жұмыс орнын ауыстыру нәтижесінде қалыптасатын жұмыссыздық - бұл:*

1. Циклдық
2. Құрылымдық
3. Бірқалыпты
4. Фрикциондық
5. Жасырын (маусымдық)

*18. Жұмыссызыдық қандай түрлерде болады?*

1. Құрылымдық
2. Фрикциондық, құрылымдық, маусымдық және циклдық
3. Маусымдық және циклдық
4. Экономикалық белсенді халықтың уақытша жұмыссыз болуы
5. Фрикциондық

*19. Инфляция келесі жағдайларға байланысты:*

1. ЖҰӨ-ң төмендеуіне немесе жоғарлауына
2. ЖҰӨ-ң өсу мерзіміне
3. Толық жұмысбастылық жағдайында ЖҰӨ-ң өсуіне
4. ЖҰӨ-нің тұрақты жағдайда болуына
5. ЖҰӨ-ң төмендеуіне

*20. Ақшаның қызметтері:*

1. 2
2. 1
3. 4
4. 3
5. 5

**Пән «Маркетинг» Нұсқау 2**

1 Маркетинг көзі болып табылады

A) қажеттілік, мүктаждық, сұраныс, тауар, келісім-шарт, айырбас, нарық

B) талдау, жоспарлау, іске асыру және бақылау

C) тауар, баға, өткізу және жылжыту

D) өндіруші, көтерме сауда, бөлшек сауда, тұтынушы

Е) баға, сауда, тұтынушы, талдау

2 Маркетингтік іс-әрекет қағидаларына жатады

A) тұтынушы сұранысына сәйкес тауарларды шығару

B) нарыққа ықпал жасау

C) сатылым мен тауар жылжуын ұйымдастыру

D) тұтынушыларды, олардың талғамдары мен сұраныстрын жан-жақты зерттеу

E) өндірілген тауарды өткізу емес, сатылатын тауарды - өндіру

3 Жиынтық күйде маркетингтің негізгі функциялары – бұл

A) ойлау бейнесі, сатылатын тауарды - өндіру және өткізуді ынталандыру

B) баға құрау, тауарларды шығару мен жылжыту

C) нарықты зерттеу, өнімнің өндірісі мен өткізуін жоспарлау, тауарлар мен қызметтерді жылжыту

D) өндірістік іс-әрекет

Е) өткізу іс-әрекеті

4 Төменде аталған терминдердің қайсысына мына анықтама сәйкес келеді: «нақты сатушының сатып алушыларға ұсынылатын барлық тауарлар бірілігі мен тауарлардың ассортименттік топтарының жиынтығы»

A) тауар номенклатурасы

B) тауар ассортименті

C) тауарлар түрлері

D) ассортименттік құрылым

Е) жаңа тауар концепциясы

5 Сауданың қандай түріне мына мекемелер жатады: универсам, сауда кешені, универмаг

A) көтерме сауда

B) бөлшек сауда

C) екі түрге де

D) нарық

E) дилерлік сауда

6 Тауарлар мен қызметтер өндірісінің көлемін көбейтудің ең тиімді тәсілі

A) тиімді жұмыс істеу

В) жұмыс күнінің ұзақтығын арттыру

C) өнімділікті арттыру

D) өкіметтің ықпалын арттыру

Е) салық органдарының ықпалын арттыру

7 Маркетингтік зерттеулерді жүргізу кезінде, «Зерттеу қатысушысы кім болады», -деген таңдауды жүргізу кезеңі:

А) таңдау құрамы

В) таңдау өлшемі

С) таңдау барысы

D) кездейсоқ таңдау

Е) таңдаудың жылжуы

8 Маркетингтік іс-әрекеттердің барлықтын маркетинг мамандары басқаратын жағдай. Олар, жұмысты басқаратын маркетинг вице-президентіне бағынады. Маркетинг бөлімін ұйымдастырудың бұл түрі:

А) функционалдық ұйымдастыру

В) географиялық белгі бойынша ұйымдастыру

С) тауарлық өндіріс бойынша ұйымдастыру

D) нарықтық қағида бойынша ұйымдастыру

Е) тауарлық қағида бойынша ұйымдастыру

9 Тауардың өмірлік циклінің қай кезеңінде ақпараттық жарнама басым болады

A) өсу кезеңінде

B) тауарды нарыққа шығару кезеңінде

C) кемелдену кезеңінде

D) құлдырау кезеңінде

Е) енгізу кезеңінде

10 Тауардың өмірлік циклінің қай кезеңінде максималды пайда табуға болады

A) сұраныс көбейген кезде

B) тауар нарыққа шығатын кезде

C) сұраныс 1-ші деңгейде болатын кезде

D) сұраныс төмендейтін кезде

Е) сұраныс 2-ші деңгейде болатын кезде

11 Әлемдік демографиялық жарылыс, туылудың жоғарылауы мен төмендеуі, тұрғындардың құрылымы, отбасындағы өзгерістер, тұрғындар миграциясы, осының бәрі:

A) демографиялық факторларға

B) экономикалық факторларға

C) табиғи факторларға

D) ғылыми-техникалық факторларға

Е) саяси факторларға, - жатады

12 Бұл тауарлар ешқандай алдын-ала жоспарлаусыз және ізденіссіз сатып алынады

A) тұрақты сұраныстың негізгі тауарлары

B) импульсты сатып алу тауарлары

C) күтпеген жағдайларға арналған тауарлар

D) алдын-ала сатып алу тауаралары

Е) қысқа мерзімді пайдалану тауарлары

13 Материалдық бұйымдар әдетте көп-реттік пайдалануға шыдайды. Мұндай тауарлардың мысалы ретінде тоңазытқыштар, станоктар, киімдер бола алады. Осының бәрі:

A) ұзақ мерзімді пайдалану тауарларына

B) қысқа мерзімді пайдалану тауарларына

C) қызметтерге

D) престижді тауарларға

Е) престижді емес тауарларға жатады

14 Нақты маркетингтік бағдарламаның аумағында, сол бір нарықтық ортада, берілген уақыт аралығында, аталған аудандағы, белгілі тұтынушылар тобы сатып ала алатын тауар санының атауы:

А) маркетингтік мәлімет қоры

В) маркетингтік зерттеу

С) маркетингтік бақылау жүйесі

D) маркетингтік шешімдерді қамтамасыз ету жүйесі

Е) нарықтық сұраныс

15 Тауардың өмірлік циклінде төрт кезең айқын бөлінеді. Тауардың нарыққа шығу барысында өткізудің баяу өсу кезені қай кезеңге жатады. Тауарды нарыққа шығарумен байланысты шығындардың көп болуы, бұл кезеңде пайданың жоқ болуына әкеледі:

A) нарыққа шығару кезеңі

B) өсу кезеңі

C) кемелдену кезеңі

D) құлдырау кезеңі

E) енгізу кезеңі

16 Маркетингке жатады:

A) ақпаратты жинау, қоймалау

B) тауарды тасымалдау мен сақтандыру

C) рынокты зерттеу, рынокты егменттеу

D) ақпаратты жинау, тауарды тасымалдау мен сақтандыру, сату

Е) сақтандыру

17 Сәйкес бағдарламалық қамсыздратын мәліметтер, кұралдар, және әдістер жүйелерінін озара байланысты жиынтығы үға:

А) маркетингтік мәлімет қоры

В) маркетингтік зерттеу

С) маркетингтік бақылау жүйесі

D) маркетингтік шешімдерді қамтамасыз ету жүйесі

Е) нарықтық сұраныс

18 Тұтынушылардың сатып алу мінез-құлқына мына факторлардың қайсысы әсер етеді:

A) әлеуметтік, психологиялық жеке тұлғалық, жағдайлық, макетинг

B) әлеуметтік, саяси, экологиялық, психографиялық

C) мәдени, әлеуметтік, жеке тұлғалық, психографиялық

D) әлеуметтік және жеке тұлғалық, саясы

Е) саяси және экологиялық

19 Мекеме нарығы бөлінеді:

A) кең қолданылатын тауарлар нарығы, өндіріске арналған тауарлар нарығы, аралық сатушылар нарығы

B) өндіріске арналған тауарлар нарығы, аралық сатушылар нарығы, мемлекеттік мекемелер нарығы

C) аралық сатушылар нарығы, кең қолданылатын тауарлар нарығы, мемлекеттік мекемелер нарығы

D) мемлекеттік емес мекемелер нарығы

Е) жеке кәсіпорындар

20 Сегменттеу дегеніміз:

A) мақсатты тұтынушылар топтарын таңдау

B) нарықты нақты сатып алушылар топтарына бөлу

C) тұтынушылар нарығын зерттеу әдісі

D) ақпарат жинау

Е) маркетингтік зерттеу жүргізу