

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Академиялық кеңес
мәжілісінде бекітілген
оқу ісі бойынша проектор
_____Хикметов А.К.
ҒМС хаттамасы № 6
« 22 » 06 2020 ж.

«8D04105 - ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТ»
МАМАНДЫҒЫ БОЙЫНША
ДОКТОРАНТУРАҒА ТҮСУШІЛЕРГЕ АРНАЛҒАН
МАМАНДЫҚ БОЙЫНША ТҮСУ ЕМТИХАН БАҒДАРЛАМАСЫ

АЛМАТЫ 2020

Бағдарлама «8D04105 - Инновациялық менеджмент» мамандығы бойынша білім беру бағдарламасына сәйкес құрастырылған.

Бағдарламаны құрастырған: э.ғ.д., профессор м.а. Кунанбаева Д.А.

Бағдарлама «Менеджмент және маркетинг» кафедрасының мәжілісінде қарастырылған.

Хаттама № 38 « 26 » 05 2020 ж.

Кафедра меңгерушісі _____ э.ғ.д., профессор Тургинбаева А.Н.

ЭжБЖМ әдістемелік бюросының мәжілісінде мақұлданған.

Хаттама № 9 « 27 » 05 2020 ж.

Әдістемелік бюроның төрайымы _____ э.ғ.к., доцент Султанова Б.Б.

ЭжБЖМ Ғылыми кеңесінде бекітілген

Хаттама № 11 « 29 » 05 2020 ж.

Ғылыми кеңесінің төрайымы

Экономика және бизнес

жоғары мектебінің деканы _____ э.ғ.к., профессор Сагиева Р.К.

Ғылыми хатшысы

_____ э.ғ.к., доцент Смагулова Г.С.

Мазмұны

1. Мамандыққа түсу емтиханының мақсаты мен міндеттері

Мамандыққа түсу емтиханының мақсаты - докторантураға түсетін абитуриенттің теориялық және тәжірибелік дайындылығын, докторантураны оқу талаптарына сай білім, білік және дағдысын анықтау.

Емтиханның негізгі міндеттері :

- Абитуриенттің «Инновациялық менеджмент» мамандығының негізгі оқу дисциплиналар бойынша теориялық білім деңгейін тексеру;
- Ғылыми- зерттеу қызметіне қабілеті мен дағдысын анықтау;
- Ғылыми және оқу құралдарының сілтемелерімен жұмыс жасай білу;
- Ойлау мәдениетінің иеленуын және оның нәтижелерін дұрыс жасау қабілетін анықтау;
- Кәсіби қызметін жүзеге асыру үшін мақсаттарын қою және міндеттерін тұжырымдау қабілеті;
- Кәсіби арнайы лексика мен терминологияны иелену деңгейін анықтау.

2. Докторантураға түсуші тұлғалардың дайындық деңгейіне қойылатын талаптар

Докторантураның білім беру бағдарламаларын меңгергісі келетін тұлғалардың алдыңғы білімінің минималды деңгейі – магистратура.

Жоғарыда көрсетілгендерге сәйкес жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру мамандықтары, оның ішінде шетелдік жоғары оқу орындарының мамандықтары.

Докторантура бағдарламасына түсуге талпынып отырған үміткер докторантурада оқуға және инновациялық менеджмент саласы бойынша зерттеушілік іс-әрекетке даяр болуы тиіс. Үміткер зерттеудің заманауи әдістерінің алуан түрлі жинағын меңгерген, сонымен қатар түрлі есептеулерді жүргізу үшін арнайы компьютерлік бағдарламаларды қолдана білуі тиіс. Сонымен қатар үміткер келесідегідей ғылыми-әдістемелік қабілеттерге ие болуы тиіс:

- зерттеудің мәселесін, мақсаты мен міндеттерін тұжырымдау;
- зерттеудің міндеттеріне сай зерттеу әдістерін таңдау;
- заманауи технологияларды қолдана отырып ақпараттық-талдау және ақпараттық-библиографиялық жұмыс жүргізу;
- жинақталған ақпаратты талдап, алынғын нәтижелерді түсіндіру;
- атқарылған зерттеу жұмыстарын заманауи талаптарға сай рәсімделген есеп, реферат, мақала түрінде ұсыну.

3. Білім бағдарламаларының пререквизиттері

Инновациялық менеджмент – 5 кредит

Инновация маркетингі – 5 кредит
Венчурлық бизнесті басқару – 5 кредит

4. Емтихан тақырыптарының тізімі

«Инновациялық менеджмент» пәні

1. Инновациялық менеджмент ғылым ретінде. Инновацияның теорияларының негізі. Инноватика теорияның қалыптасуы мен заманауи концепциялары. «Толқынды теориясы» және инноватика. Инновацияның мәні мен жіктелуі, анықтамасы. Ойларды шығару. Гипотезаны жүйелік талдаудың алгоритмі.

2. Макродеңгейдегі инновациялық қызметті ұйымдастыру.

Инновациялық қызметтің ерекшеліктері. Инновациялық кластер. Инновациялық инфрақұрылым. Бизнес-инкубаторлар, технопарктер және технополистер. Ұлттық инновациялық жүйелер. Инновациялық қызметтерді қолдау мен мемлекеттік реттеудің нысандары. Инновациялық қызметті қаржыландыру: дереккөздері мен түрлері. Венчурлық қаржыландыру.

3. Инновациялық менеджментті ұйымдастыру.

Инновациялық процестің түсінігі мен мазмұны. Инновациялық процесс: сатылары, тұлғалары мен жағдайы. Инновациялық қызметтің ұйымдастырушылық нысандары: новаторлар, эксплоренттер, виоленттер, пациенттер, коммутанттар және венчурлы фирмалар. Инновациялық процессті басқарудың ұйымдастырушылық құрылымы. Компанияның инновациялық әлеуеті түсінігі. Компанияның инновациялық әлеуетін талдау. Ұйымның инновациялық әлеуетінің деңгейін анықтау.

4. Инновациялық стратегия.

Инновациялық стратегияның кәсіпорынның даму стратегиясындағы рөлі мен орны. Инновациялық стратегияның мәні мен ерекшелігі. Инновациялық стратегияның типтері және оны таңдау әдісі. Инновациялық стратегияны әзірлеу технологиясы.

5. Инновациялық жобаларды басқару.

Жобаларды басқарудың негізгі түсініктері. «Инновациялық жоба» анықтамасы және оның түрлері. Инновациялық жобаларды басқару ерекшеліктері. Инновациялық жобаларды қаржыландырудағы көздер. Инновациялық жобалардың өмірдік циклі. Инновациялық жобаларды әзірлеу және жүзеге асыру. Инновациялық жобалардың бизнес жоспары. Жобаларды жүзеге асырудағы бақылау.

6. Инновациялық ұйымда персоналды басқару.

Инновациялық ұйымдар мен компаниялардағы персоналды басқарудың ерекшеліктері. Персоналды басқарудың мәні. Инновациялық компаниялардың персоналын стратегиялық басқару. Персоналды басқарудың тәсілдері. Персоналды мотивациялау. Корпоративтік мәдениет. Басқару стильдері.

7. Зияткерлік меншік объектілерін басқару.

Зияткерлік меншік объектілерін құру. Зияткерлік меншік объектілерін қолданудағы ерекшеліктері. Зияткерлік меншік объектілерін құқықтық қорғау. Зияткерлік меншік объектілеріне құқықты оларды құрушылар арасында теңдестіріп бөлу. Зияткерлік меншік объектілерін есепке алу және бағалау.

8. Зияткерлік меншік объектілерін коммерцияландыру.

Патенттік қорғау. Патент ұстаушының құқығы. Лицензиялық сауда. Лицензия түрлері. Лицензияның әлемдік нарығы: халықаралық нарықтағы басты лицензия экспорртаушы мен импорттаушылар. ЮНИДО- лицензия саудасын реттейтін халықаралық ұйым.

9. Инновациялық қызметтің тәуекелдері.

Тәуекел түсінігі. Инновациялық тәуекелдер себептері. Инновациялық тәуекелдердің түрлері. Роялти төлемдері арқылы лицензия сатудан күтілген пайданы алмау тәуекелі. Жаңашылдықтардың фактілік параметрлері жобаға сай келмеу тәуекелі.

10. Инновациялық тәуекелдерді басқару үдерісі.

Инновациялық тәуекелдерді сәйкестендіру әдістері. Тәуекелді бағалау, тәуекел коэффициенті. Инновациялық тәуекелдерді төмендету әдістері. Инновациялық тәуекелдерді бейтараптандыру әдістері.

11. Венчурлық бизнесті ұйымдастыру.

Венчурлық бизнестің түсінігі мен мәні. Венчурлық бизнесті құру кезеңдері: «новатор», «эксплерент», «виолент». Венчурлық капитал. Венчурлық инвесторлар. Венчурлық қаржыландыру механизмі. Венчурлық бизнесті дамытудың шетелдік және отандық тәжірибесі.

12. Инновациялар тиімділігі.

Жаңашылдықтарды енгізудің әсері. Инновациялардың трансфері. Әсер түрлері: ғылыми- техникалық, коммерциялық, экономикалық, әлеуметтік, экологиялық. Көрсеткіштерді есептеу әдістері: статистикалық, динамикалық. Инновациялардың тиімділігінің экономикалық көрсеткіштері: инновациядан пайда, инновацияның рентабельділік дәрежесі, инновацияның ішкі пайдасы, инновацияның өзін ақтау уақыты.

13. Қазақстан Республикасында Ұлттық инновациялық жүйені құру мен дамыту.

Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу. Дамыған мемлекеттердегі инновациялық қызметке мемлекеттік қолдау: Жапония, АҚШ, Ұлыбритания, Франция. Қазіргі кездегі ҚР инновациялық саланың ғылыми-техникалық жағдайы. ҚР-дағы инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу.

14. Қазақстан Республикасындағы инновациялық инфрақұрылымды ұйымдастыру.

Инновациялық инфрақұрылымның объектілері мен субъектілері. Қазақстан Республикасының Ұлттық Инновациялық Қорының қызметі. Қазақстан Республикасындағы венчурлық қорларды құру шаралары. ҚР-дағы зияткерлік меншік объектілерін бағалау жүйесін жақсарту шаралары. ҚР-дағы кәсіби инновациялық менеджментті құру.

15. Қазіргі кездегі бизнестің инновациялық сипаты.

Ұлттық инновациялық жүйені қазіргі кездегі бизнесті ұйымдастыру факторы ретінде құру. Технопарктерді құрудың мәні мен мақсаты. Технопарктердің негізгі түрлері: ғылыми, технологиялық, бизнес-инкубаторлар, технополистер. Венчурлық бизнесті ұйымдастыру. Ерекшелігі бар қаржыландыру көздері венчурлық қаржыландыру, «бизнес-періште», гранттар түрлері. Венчурлық және инвестициялық қорларды құру көздері-инвестициялық институттар, зейнетақы қорлары, сақтандыру компаниялары, үкіметтік агенствалар және халықаралық ұйымдар. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік жобалар.

«Инновация маркетингі» пәні

1. Инновациялық маркетинг заманауи бизнес табыстылығының негізгі факторы ретінде

Инновациялық маркетинг түсінігі, мақсаты және функциялары. Инновациялық маркетингтің ерекшеліктері. Инновациялық маркетинг функциялары: маркетингтік зерттеулер, инновация, сауда және ассортименттік саясат саласындағы саясатты жоспарлау, өткізу және бөлу, жылжыту, баға белгілеу, маркетинг-менеджмент.

Инновациялық маркетинг түрлері. Жедел инновациялық маркетингтің нарықтағы жаңалықтың өмірлік циклінің кезеңдерімен байланысы. Инновацияның мазмұны мен классификациялық сипаттамалары. Инновациялық саладағы маркетингтің даму кезеңдері. Инноватика теориясының маркетингтік аспектісі.

2. Инновациялық нарықтың ерекшеліктері.

Инновациялық нарық құрылымы. Инновациялық нарық факторлары: білімнің әлемдік шегі, инновациялық ресурстар, инновациялық кәсіпкерлер(инновациялық әлеует), инновациялық белсенділік алаңы, инновациялық климат. Инновациялық қызмет субъектілері. Инновациялық нарықты мемлекеттік реттеу. Инновациялық нарықтардағы бәсекелестік. Тауар нарығындағы бәсекелестік ортаның жай-күйін талдау және бағалау кезеңдері.

3. Инновациялық өнім бизнесті дамытудың негізі ретінде

Инновациялық өнімнің сипаттамасы және оны өндіру қажеттілігі. Өнімдер жаңалығының деңгейі. Жаңа өнімді жасау кезіндегі негізгі функциялар.

Инновациялық өнімді құру процесінің кезеңдері. Инновациялық процестің негізгі компоненттері. Инновацияларды тиімді коммерцияландыруға бағытталған маркетингтік процесс.

Инновациялық өнім өндірісін қаржыландыру көздері. Инновациялық қызметті сыртқы және ішкі қаржыландыру. Инновациялық қызметті қаржыландыру нысандары.

4. Инновациялық өнімдерді маркетингтік сүйемелдеу.

Инновациялық өнімнің маркетингтік жоспары. Маркетингтік мақсаттар инновация. Инновациялық үрдістің сатысына байланысты инновациялық маркетингтің міндеттері. Инновациялық маркетинг стратегиясы мен тактикасы. Инновациялық тауарларды (қызметтерді) тарату схемасы.

Жаңа өнімді нарыққа шығару кезіндегі маркетингтік зерттеу. Жаңа өнімді жасау кезіндегі тәуекелдер. Фирмада жаңа өнімді жасау процесінің сұлбасы. Маркетингтік ақпаратты жинаудың инновациялық әдістері. Маркетингтік зерттеудің классикалық әдістерінің негізгі кемшіліктері. Ақпараттық-коммуникациялық және Интернет-технологияларды қолдана отырып зерттеудің инновациялық әдістері.

5. Инновациялық өнімді тұтынушылар.

Жаңа тауарлар мен қызметтерге тұтынушылардың мінез-құлқының мәні мен түрлері. Тауарлар мен қызметтерге қарым-қатынас өлшемі бойынша тұтынушылардың типтері. Сатып алу процесінің моделі.

Инновациялық өнімді қабылдаудың сипаттамасы мен ерекшеліктері. Тұтынушының инновациялық өнімді қабылдау процесінің схемасы. Өнімді тану. Тұтынушының санасында инновация бейнесін қалыптастыру. Инновациялық өнімнің қабылдау процесіне әсер ететін сипаттамалары.

Инновациямен индукцияланған ішкі қақтығыстар. Ішкі жанжал түріне байланысты тұтынушымен өзара іс-қимыл тиімділігін арттыру тәсілдері.

6. Жаңа тауарды нарыққа жылжыту және оның стратегиясын әзірлеу.

Тауарды жылжыту ұғымы және әдістері. Тауарды жылжытудың функциялары мен түрлері. Тауарды нарыққа жылжытудың негізгі стратегиялары

Инновациялық өнімді жылжытудағы бедел менеджменті. Бедел менеджменті жүйесіндегі жұмыс кезеңдері. PR және оның беделге әсері. Желідегі бедел менеджменті.

7. Жаңа тауарға баға белгілеу саясаты

Жаңа тауарға баға белгілеу. Инновация бағасының ерекшеліктері және баға құраушы факторлар. Баға саясатын қалыптастыру кезеңдері. Жаңалыққа бағаны анықтау әдістері. Баға белгілеу мәселесіне көзқарастар.

Жаңа тауарлар үшін баға стратегиясы. Баға стратегияларының түрлері және оларды қолдану шарттары.

8. Жаңа тауармен нарыққа шығу кезінде Брендинг.

Брендинг ұғымы және түрлері. Брендинг пайдасы мен қауіптері. Брендингті өлшеу көрсеткіштері және оның тиімділігін бағалау. Брендті құру және дамыту кезеңдері. Бренд-бағдарланған компания әрекетінің тиімділігін бағалау параметрлері. Д. Аакер моделіне сәйкес брендинг тиімділігін бағалау көрсеткіштері. Брендтің бизнестің тиімділігіне әсерін диагностикалауды қамтамасыз ететін стратегиялық және тактикалық метриктер.

9. Интернет-маркетинг түсінігі және сипаттамасы.

Интернет-маркетинг және электрондық коммерция сипаттамалары. Артықшылықтары мен кемшіліктері Интернет – маркетинг. Интернет маркетинг кешенінің негізгі элементтері, әр құралдың артықшылықтары мен кемшіліктері.

10. Нейромаркетинг-сатып алуға итермелеудегі инновация.

Нейромаркетингтің мәні, мақсаты, әдістері мен тәсілдері. Нейромаркетингтің танымал әдістері. Мысалдардағы нейромаркетинг: жарнамада және өмірде пайдалану әдістері. Нейромаркетинг тұтынушыларды

тарту механизмі ретінде. Нейромаркетинг және оның брендингтегі болашағы. Сенсорлық маркетинг түрлері.

11. Жасыл маркетинг

Жасыл маркетингтің пайда болу тарихы, негізгі ерекшеліктері мен ерекшеліктері. Фирма өнімінің экологиялық тартымдылығын арттыру үшін "жасыл" қысым көздері. Клиенттердің қоршаған орта мәселелеріне көзқарасы тұрғысынан типологиясы

"Жасыл" өнімдер мен технологиялардың маркетинг құралдарының ерекшеліктері. Табиғатты қорғау қызметін басқарудың маркетингтік тәсілдері.

12. Латералды және когнитивті маркетинг

Латералды маркетинг маркетингтің инновациялық түрі ретінде. Латералдық ойлау және латералдық маркетинг түсінігі. Конвергенттік/тік және дивергенттік / латералдық ойлаудың сипаттамасы. Латералдық маркетингтің мақсаты. Латералды маркетингтің негізгі кезеңдері.

Латералды маркетингтің түрлері мен әдістері. Нарық, тауар немесе қызмет деңгейінде латералды маркетингті пайдалану, маркетинг-микс. Латералды жылжу фокусын таңдау. Маркетингтік алшақтықты генерациялау. Логикалық ойлауды ұзу үшін жылжулар жасау.

Когнитивті маркетинг түсінігі, оның мәні, мазмұны және негізгі функциялары. Когнитивті маркетингтің инновациялылығы. Фирманың нарықтық қызметіндегі когнитивті маркетинг орны. Когнитивті маркетингте гештальт және мульти тұрақты қабылдау

«Венчурлық бизнесті басқару» пәні

1. Венчурлік бизнестің мәні

Венчурлік бизнес ұғымы және ерекшеліктері. Тиімді және бәсекеге қабілетті заманауи экономиканы құру үдерістеріндегі венчурлік бизнестің маңызы. Венчурлік бизнесті құру және дамыту тарихы. Венчурлік бизнесті табысты дамыту шарттары. Венчурлық фирманың даму ерекшеліктері. Венчурлік бизнестің даму кезеңдері. Венчурлік бизнес, Венчурлік капитал және венчурлік қор ұғымдарының өзара байланысы мен айырмашылықтары. Венчурлік бизнесті ұйымдастыру формалары.

2. Венчурлік қорлардың қаржылық моделі

Венчурлік қор қаржы институты ретінде. Венчурлік қордың тиімділігі. Венчурлік қордың стейкхолдерлері. Институционалдық инвесторлар, олардың күтулері. Венчурлік бизнестегі агенттік қақтығыстар. Мемлекет венчурлық инвестор ретінде.

Корпоративтік бақылау құралы және қаржы архитектурасының элементі ретінде менеджментті сыйақының опциондық сұлбалары: қаржылық иінітірегі бар қарапайым опциондық келісім-шарттар және опциондар (leveraged stock options). Сыйақының опциялық схемаларының ролін зерттеу.

3. Венчурлік компаниялар: тәуекелдік Инвестициялар

Венчурлік Инвестициялар, олардың қалыптасу ерекшеліктері. Венчурлік капиталдың мақсаты. Венчурлік инвестициялау механизмі. Венчурлік инвестициялардың тән ерекшеліктері: венчурлік инвестициялардың тәуекелдері

4. Инновациялық компанияларды және оның венчурлік инвестордың үлесін бағалау.

Венчурлік инвестициялаудағы компанияларды бағалау әдістері: шарттық әдіс, мультипликаторлар әдісі, дисконтталған ағындардың негізіндегі әдіс, венчурлық әдіс, "бірінші чикагиялық" әдіс, нақты опциондар әдісі. Компанияның өмір циклінің әртүрлі сатыларында әдістерді қолдану мүмкіндіктері.

Компанияларды бағалау және жобаларды бағалау. Зияткерлік меншікті басқару және компаниялардың зияткерлік капиталын бағалау.

5. Венчурлік инвесторлардың инновациялық жобаларды таңдау процесі: өлшемдер, бағалау процесі.

Фирманың нақты жобасына құрылған басқару қызметкерлерінің құзыреттілігі. Ұсынылып отырған жобаның бірегейлігі, оның бәсекелестік артықшылықтары, өсудің жоғары әлеуеті бар нарықтық қуыстың жаңа енгізілуінде болуы. Салынған капиталға жоғары пайда. (Жобаның техникалық жағы).

Венчурлік капиталды бағалау процесінің сатылары 4 негізгі кезеңді қамтиды: алдын ала бағалау, қаржыландыру шарттары туралы алдын ала келісімге қол жеткізу, мұқият бағалау және мәмілеге қол қою.

6. Венчурлік инвестордың портфелін басқару.

Венчурлік қордың инвестициялық портфелін қалыптастырудың негізгі қағидаттары болып табылады. Бастапқы өтінімдер ағымынан ең перспективалы жобаларды іріктеу әдістемесі. Венчурлік қаржыландыру жағдайында бағалаудың ең қолайлы әдістерімен,

7. Дамыған елдерде венчурлік бизнестің қалыптасуы мен дамуы

Венчурлік капиталдың экономикалық мәні және оның АҚШ-тағы эволюциясы. Өндіріс факторларының құрылымындағы венчурлық капитал. АҚШ-тағы Венчурлік капиталдың эволюциясы

АҚШ пен Батыс Еуропадағы венчурлік Индустрия құрылымының салыстырмалы сипаттамасы. Венчурлік инвестициялардың салалық және өңірлік құрылымы. Венчурлік индустрия субъектілерінің корпоративтік құрылымы. Венчурлік инвесторларды кезең-кезеңмен мамандандырудың ерекшеліктері. Инвестицияларды жүзеге асырудың заманауи тәсілдері.

8. Венчурлік индустриядағы мемлекет пен жеке сектордың серіктестік моделі.

Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік ұғымы және оның венчурлық индустриядағы ерекшеліктері. Мемлекет пен венчурлік қорлар серіктестігіне негізделген инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау құралдары. Ұлттық экономикалардың инновациялық белсенділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған венчурлік қорларды құру кезінде мемлекет пен жеке инвесторлар ынтымақтастығының негізгі бағыттары.

9. Венчурлік бизнесті қолдаудың әлемдік тәжірибесі. Қазақстан Республикасында венчурлік бизнесті дамыту. Қазақстан Республикасындағы венчурлік бизнестің даму перспективалары

ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

Негізгі

1. Купешова С.Т. Инновациялық менеджмент. А: «Қазақ университеті», 2010. Инновационный менеджмент. Фатхутдинов Р.А. 6-е изд., испр. и доп. - СПб.: Питер, 2008. — 448 с.
2. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ - 2007. – 327 с.
3. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. Бобков Л.В., А. И. Базилевич, Аврашков Л.Я. -2008. - 464 с.
4. Мустафин М.А. Раимов С.Р. Инновационный менеджмент и маркетинг Учебн. практ. Пособие. –Алматы, PRINT EXPRESS, 2009 -136 с.
5. Мустафин М.А. Инновационный проект: концепции, алгоритмы, маркетинг, управление: Монография. –Алматы, PRINT EXPRESS, 2008 -225 с.
6. Управление инновациями в организации: учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации»/ А.А. Бовин, Л.Е.Чередникова, В.А.,Якимович. - - ое изд., стер.-Москва : Издательство «Омега-Л» 2008.- 415с
7. Ю.И. Осик, З.Н. Борбасова, О.В. Прокопенко, В.З. Валеева. Маркетинг инноваций и инновационный маркетинг: учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов / Ю.И. Осик, З.Н. Борбасова, О.В. Прокопенко, В.З. Валеева. — Караганда: Изд-во КарГУ, 2016. — 155 с.
8. Петрушова Е.В. Когнитивно-прагматические характеристики дискурса предметной области «Маркетинг»: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.19. – Краснодар, 2011.
- 9..Прокопенко О.В., Осик Ю.И. Экологический маркетинг. Караганда, Изд-во КарГУ, 2015. – 212 с.
10. Прокопенко О.В., Осик Ю.И. Экологический маркетинг: Практикум. Караганда, Изд-во КарГУ, 2016. – 123 с.
- Халилов Д. - Маркетинг в социальных сетях - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 240 с.
11. Gelmanova Z.S., Ossik Yu.I., Gazaliev A.A. Management of Innovative Activity in the Conditions of Globalization. Karaganda: KSU Publishing House, 2015. – 152 p.

Қосымша

1. Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2008.- 176 с.
2. Закон РК «Об инновационной деятельности» //Казахстанская правда 2002г. 2 июля
3. Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы Қазақстан Республикасының 2006 жылғы 23 наурыздағы N 135 Заңы "Егемен Қазақстан" 2006 жылғы 31 наурыз N 71-72
4. Закон РК «О защите авторских и смежных прав» //Казахстанская правда 1999, 12 июня
5. Закон РК «О патентах» //Казахстанская правда, 1999, 17 июня

6. Янсен Ф. Эпоха инновации: Перевод с англ. – М.: ИНФРА-М, 2006 -308 с
 7. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление проектами – М.:
 Омега-Л, 2004. – с. 664

6. Емтихан нәтижелерін бағалау шкаласы

Әріптік жүйе бойынша бағалау	Балдардың сандық эквиваленті	% мәні	Дәстүрлі жүйе бойынша бағалау
A	4,0	95-100	Өте жақсы
A-	3,67	90-94	
B+	3,33	85-89	Жақсы
B	3,0	80-84	
B-	2,67	75-79	
B-	2,33	70-74	
C	2,0	65-69	Қанағаттанарлық
C-	1,67	60-64	
D+	1,33	55-59	
D-	1,0	50-54	
F	0	0-49	Қанағаттанарлықсыз
I (Incomplete)	-	-	Пән аяқталмаған (GPA есептеу кезінде есептелінбейді)
P (Pass)	-	-	«Есептелінді» (GPA есептеу кезінде есептелінбейді)
NP (No Pass)	-	-	«Есептелінбейді» (GPA есептеу кезінде есептелінбейді)
W (Withdrawal)	-	-	«Пәннен бас тарту» (GPA есептеу кезінде есептелінбейді)
AW (Academic Withdrawal)			Пәннен академиялық себеп бойынша алып тастау (GPA есептеу кезінде есептелінбейді)
AU (Audit)	-	-	«Пән тыңдалды» (GPA есептеу кезінде есептелінбейді)
Атт-ған		30-60 50-100	Аттестатталған
Атт-маған		0-29 0-49	Аттестатталмаған
R (Retake)	-	-	Пәнді қайта оқу

Емтихан жұмыстарын бағалау 100-баллдық шкала бойынша білім алушының жауабының толықтығымен анықталады:

Баға	Критерийлер	Шкала, балл
A Өте жақсы	1. Барлық теориялық сұрақтарға толық және нақты жауап береді және дайындық бағыты бойынша іргелі ғылыми негіздемесі берілген. 2. Басқару процесінде басқару қызметін жүйелік	95-100

	тұрғыдан түсінген және сыни талдау, жаңа және күрделі идеяларды бағалау шеберлігін көрсетеді. 3. Ұйымда пайда болған басқарушылық мәселелерді тиімді шешу дағдыларын көрсетеді және тәжірибелік тапсырмалар толық шешіледі. 4. Басқару саласында заманауи ғылыми және тәжірибелік мәселелерді қалыптастыра және шеше біледі.	
А- Өте жақсы	1. Барлық теориялық сұрақтарға толық және нақты жауап береді; 2. Менеджмент аясында тәжірибелік тапсырмалар толық шешіледі. 3. Материал логикалық дұрыс құралған және берілген. 4. Зерттеу және басқарушылық қызметті жүзеге асыра алатыны жауаптардан байқалады.	90-94
В+ жақсы	1. Барлық теориялық сұрақтарға дұрыс, бірақ толық емес жауап, ұйымды басқаруға қатысты өте маңызды емес қателіктер мен анықтамаларда дәлдіктің жетіспеушілігі. 2. Тәжірибелік тапсырмаларға дұрыс және басқарушылық мәселелерді өз деңгейінде шеше біледі, бірақ оларды шешуде аса маңызды емес қателіктер бой алдырды. 3. Ұйымда пайда болған басқарушылық мәселелерді шешу үшін және ғылыми міндеттерді қою үшін жаңа әлеуметтік білім мен дағдылар көрсетілді.	85-89
В жақсы	1. Барлық теориялық сұрақтарға дұрыс, бірақ толық емес жауап, ұйымды басқаруға қатысты маңызды емес қателіктер мен анықтамаларда дәлдіктің жетіспеушілігі. 2. Тәжірибелік тапсырмаларға дұрыс және басқарушылық мәселелерді өз деңгейінде шеше біледі, бірақ оларды шешуде маңызды емес қателіктер бой алдырды. 3. Материал логикалық дұрыс құралған және берілген, бірақ маңызды емес қателіктер бой алдырды.	80-84
В- жақсы	1. Барлық теориялық сұрақтарға дұрыс, бірақ толық емес жауап, менеджментке қатысты маңызды емес қателіктер мен анықтамаларда дәлдіктің жетіспеушілігі. 2. Тәжірибелік тапсырмаларға дұрыс және басқарушылық мәселелерді өз деңгейінде шеше біледі, бірақ оларды шешуде қателіктер бой алдырды. 3. Материал логикалық дұрыс құралған және берілген, бірақ қателіктер бой алдырды.	75-89
В- жақсы	1. Барлық теориялық сұрақтарға негізінде дұрыс, бірақ толық емес жауап, логикалық маңызды емес қателіктер орны алды. 2. Тәжірибелік тапсырмалар орындалған, бірақ толық емес, алайда көп бөлігі шешілген. 3. Материал дұрыс берілген, бірақ логикалық құрылымы бұзылған.	70-74
С қанағаттанарл ық	1. Барлық теориялық сұрақтарға жауап берілген, бірақ толық емес жауап, логикалық қателіктер орны алды. 2. Тәжірибелік тапсырмалар толық орындалмаған.	65-69

	3. Материал берілген, бірақ логикалық құрылымы бұзылған.	
С-қанағаттанарлық	1. Барлық теориялық сұрақтарға жауап берілген, бірақ толық емес жауап, басқарушылық қызметтің мәнін ашпайды, логикалық қателіктер орын алды. 2. Тәжірибелік тапсырмалар орындалмаған; 3. Материал логикалық тұрғыдан бұзылған.	60-64
D+ қанағаттанарлық	1. Барлық теориялық сұрақтарға жауап беруде көп қателіктер бар. 2. Тәжірибелік тапсырмалар орындалмаған; 3. Жауап беруде грамматикалық және терминалогиялық, логикалық қателіктер орын алды.	55-59
D қанағаттанарлық	1. Барлық теориялық сұрақтарға жауап беруде жол берілмейтін қателіктер бар. 2. Тәжірибелік тапсырмалар орындалмаған; 3. Жауап беруде грамматикалық және терминалогиялық, логикалық қателіктер орын алды.	50-54
F қанағаттанарлықсыз	1. Барлық теориялық сұрақтарға жауап беруде жол берілмейтін қателіктер бар. 2. Тәжірибелік тапсырмалар орындалмаған және ақпаратты өңдей алмайтындығы анық.	0-49